

## LECTURA PARA ESTUDIO: REDES SOCIALES:

Definiremos las redes sociales como plataformas en línea cuya función es conectar y comunicar a las personas conocidas o no, a través de distintos métodos y con distintos fines.

Así, por ejemplo,



**Facebook** nace como una plataforma para compartir experiencias, perspectivas y fotografías entre amigos, que posteriormente permite la apertura del espacio a empresas, medios de comunicación, grupos de personas con intereses en común, organizaciones y otros. Para ello permite compartir

mensajes escritos, imágenes, videos y enlaces.

**Público tipo:** Su público es transversal, con mayor presencia de personas adultas y organizaciones.

**Categoría:** Amistad y socialización, y también cumple un rol importante para comunidades locales, agrupaciones y difusión de actividades.



**Twitter,** actualmente llamada X, nace como una

plataforma de microblogging, es decir publicación de mensajes breves de tipo reflexión o información, pensadas para compartirse



públicamente. Se caracteriza por la publicación de mensajes breves y por la inmediatez de la información

**Público Tipo:** ampliamente utilizada por periodistas, académicos, políticos, instituciones públicas y personas interesadas en la actualidad. Su público suele ser adulto y con alto interés en temas contingentes.



**Categoría:** Microblogging (mensajería breve de tipo opinión). Difusión de noticias.

**Tik Tok** es una red social de origen chino centrada en la publicación de videos en formato vertical (para ser vistos en el teléfono). Se trata de una plataforma muy popular entre jóvenes y adultos jóvenes que cuenta con un uso publicitario creciente.

**Público tipo:** Adolescentes y jóvenes; con uso creciente de población adulta.



**Categoría:** Entretenimiento y microcontenido audiovisual, con alto potencial de alcance orgánico.

**Instagram** es una plataforma cuyo objetivo es compartir imágenes, videos cortos, historias y transmisiones en vivo, tanto personales como de entretenimiento, información y otros. Cabe mencionar que esta plataforma es muy utilizada para embudo de ventas y otros formatos publicitarios.

**Público tipo:** jóvenes y adultos jóvenes, aunque su uso se ha ampliado a marcas, instituciones y emprendimientos.



**Categoría:** red de **amistad y expresión visual**, muy utilizada para posicionamiento de marca personal, difusión cultural y marketing digital.

**Pinterest:** Se basa en la curaduría y circulación de contenidos creados por personas y marcas. Cumple con los elementos básicos de una red social: Tiene usuarios con perfiles, permite seguir a otros usuarios y existe interacción, aunque no sea principalmente conversacional (guardar, compartir, comentar). A diferencia de Facebook, Instagram o X, Pinterest no está centrada en la conversación ni en la interacción directa, funciona más como un

buscador visual social y su contenido tiene una vida útil mucho más larga (no es tan inmediato ni efímero).

**Público tipo:** En Chile, los públicos de la plataforma son principalmente: Docentes y estudiantes; emprendedores y microempresas, para inspiración de productos, marketing y diseño y personas interesadas en decoración, moda, cocina, manualidades, bienestar y organización personal.



**Categoría:** Temática, visual, de inspiración y curaduría de contenidos.

**LinkedIn** es una plataforma de contactos profesionales que facilita conexiones estratégicas, reclutamiento y búsqueda de empleo. Su objetivo es facilitar los contactos laborales y de negocios.

**Público tipo:** Profesionales, empresas, directivos y personas en búsqueda de empleo

**Categoría:** Negocios y desarrollo profesional, siendo clave para la comunicación institucional y la marca personal.



**WhatsApp**, Red de mensajería instantánea, llamadas y creación de grupos. Cuenta con recursos como la publicación de estados, en que es posible incluir imágenes, videos y enlaces, seleccionado los contactos que pueden o no ver dichas publicaciones. WhatsApp cuenta además con una versión Business que cuenta con herramientas como mensajes automatizados, notas privadas para cada contacto, publicación de catálogo y canales de difusión.

**Público Tipo:** Transversal (ambos sexos, todas las edades)

**Categoría:** Mensajería social, utilizada tanto para fines personales como laborales, educativos y comunitarios.