

# Glosario de términos utilizados en las redes sociales

Campaña Educativa 2014  
**Fundación Flamboyán en colaboración con Asesores Financieros  
Comunitarios**

## *Glosario de términos*

*A continuación, encontrará los términos más utilizados en las redes sociales. Cada término cuenta con una definición y contiene la importancia del mismo para el posicionamiento y divulgación de su organización sin fines de lucro (OSFL).*

### **Conceptos generales:**

1. **Blogs** - Sitios web con una estructura cronológica que se actualiza regularmente con artículos dedicados a tratar temas concretos. Habitualmente, en cada artículo, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. Es excelente como estrategia de rendición de cuentas sobre el trabajo de la organización, así como para educar sobre cómo apoyar el trabajo de la misma.
2. **Community Manager (CM)** - Persona encargada de gestionar y dinamizar la comunidad “online” que gira en torno al posicionamiento de su organización. Entre sus funciones, crea contenidos, es gestor de la reputación y se encarga de analizar y usar métricas para medir los resultados de las acciones de su organización en las redes sociales.
3. **Compartir** o “**Share**” - Es la acción de compartir contenido realizado por otros en las redes sociales. También es cuando sus seguidores comparten el contenido que usted publica en su página. Esta opción permite que se visibilice con mayor rapidez el trabajo o mensaje de su OSFL.
4. **Comunidad virtual** - Conjunto de personas cuyas relaciones e interacciones tienen lugar en un espacio virtual. Estas personas se caracterizan porque siguen, comentan y comparten el trabajo de su organización. Son usuarios vinculados al perfil de su organización que son atraídos por la misión, la población o intereses comunes.
5. **Chat** - Conversación en tiempo real, en forma de texto, entre uno o más individuos.
6. **Embajadores** - Son seguidores que, a través de sus cuentas, demuestran su apoyo a su OSFL y ayudan a difundir contenidos y publicaciones. Pueden surgir de manera espontánea en redes sociales. El trabajo de su organización será detectar a los mejores embajadores y cuidarlos para seguir generando vínculos positivos.

7. **“Engagement”** – Es el nivel de interacción que tienen sus seguidores por medio de (“likes”, “comments” y “share”) con el contenido que usted publica en su red social. . de su página. A mayor participación de sus seguidores, mayor “engagement” y mayor sensación de pertenencia y relación emocional entre ellos y su página.
8. **Perfil o “Profile”**– Es la página de una red social correspondiente a un determinado usuario. Suele contener sus publicaciones y la información de su cuenta, tales como: Nombre de su organización, información de contacto, servicios, fotografías, entre otras. El perfil representa su imagen e identidad virtual.
9. **Target** - Significa el público al que dirigiremos nuestras publicaciones en las redes sociales. En otras palabras es aquel conjunto de personas que, por sus características, deseas dirigir tus a mensajes o actividad de recaudación de fondos. Conocer bien a tu público *target* es importante para fortalecer el posicionamiento de tu organización en las redes sociales.
10. **Usuario** -Persona u organización que utiliza y forma parte de una red social. Por lo general, el nombre de usuario es el nombre real de la persona u organización. También es posible ver usuarios que se identifican en la red mediante un nombre diferente o similar a su nombre real. Además, en Twitter los usuarios deben añadir delante de su nombre el símbolo @.
11. **Descargar o “Download”** - Es copiar datos (generalmente un archivo entero) de una fuente principal a un dispositivo. El término se utiliza a menudo para describir el proceso de copiar un archivo de un servicio en línea a la computadora.
12. **Subir archivos o “Upload”** - Es la acción de transmitir o subir un archivo a un foro, red o página de internet.
13. **Descarga Continua o Streaming** - es la distribución de un archivo a través de una computadora, de manera que el usuario puede ver o escuchar el archivo. Generalmente es un video o audio que el usuario puede ver o escuchar mientras se descarga.
14. **Views** – Es una acción informativa estadística que poseen las redes sociales y páginas de internet que le permite a su organización conocer la cantidad de personas que han visto su contenido. Es una herramienta de medición para conocer interés y flujo de personas que acceden a sus contenidos.
15. **Memes**: Palabra usada para definir conceptos que se difunden de forma masiva por internet. Puede ser un vídeo, imagen, página web, hashtag, o simplemente una palabra o frase.

16. **Crowdfunding:** Es una estrategia de cooperación colectiva, llevada a cabo por personas mediante recaudación en internet para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar para financiar esfuerzos e iniciativas innovadoras, de empresarismo o proyectos creativos de personas u organizaciones.

### **Conceptos asociados a Facebook:**

1. **Facebook** – Es una red social multimedia (compuesta por fotos, videos y textos) que sirve para crear contenido diverso y conectar a las personas en una comunidad virtual que reúne a la gente por intereses comunes.
2. **Evento** - Una publicación o mensaje que se crea para anunciar fechas específicas a otros usuarios de la red social para que participen de un acontecimiento. Puede ser utilizado para promover actividades presenciales de recaudación de fondos, para invitar a las personas a charlas o conferencias sobre el trabajo de su organización o para promover el inicio de una estrategia que se llevará a cabo en las redes sociales.
3. **Grupo.**- Opción que proporcionan las redes sociales para la agrupación de un colectivo de usuarios con un interés u objetivo común. Los grupos permiten crear espacios donde los miembros pueden compartir información y contenidos de forma privada o abierta. Son excelentes para educar y promover conciencia sobre un tema, problema o población atendida por su OSFL.
4. **Identificar o “Tag photo”** - Es cuando se identifica a una persona en una foto. El “tag” creará un enlace al perfil de la persona identificada, haciendo que la foto aparezca en su perfil. Es una estrategia que como OSFL puede utilizar para que las fotos o infografías que usted suba a su página le aparezcan a los contactos más influyentes que tenga en su perfil como seguidores. Esta estrategia o acción genera un efecto multiplicador en la cantidad de personas que ven sus “post”.
5. **Muro o “Timeline”** – Es el espacio de una red social en la que el usuario comparte con el resto de sus contactos información de interés y publica el trabajo de su organización. También muestra las publicaciones realizadas en orden cronológico inverso. En este espacio, los contactos del usuario pueden publicar sus comentarios u opiniones.
6. **Página de fans o “Fan Page”** - Es la plataforma que ofrece Facebook a las organizaciones o marcas para visibilizar y conectar con los usuarios. Desde este espacio, la organización puede tener un número ilimitado de seguidores y tendrá acceso a estadísticas con las que podrá monitorear y evaluar el impacto y efectividad de cada publicación en su página.

7. **“Post” o estado-** Entrada, mensaje o publicación en una red social que puede consistir en un texto, opinión, comentario, enlace o archivo compartido. En otras palabras, es el contenido que divulga una organización para dar a conocer su trabajo para atraer nuevos contactos o para promover estrategias de recaudación de fondos.
8. **Solicitud de amistad o “Friend Request”** - Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos y viceversa. Una vez recibida la solicitud, el usuario puede denegar o aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información. Por lo general, es utilizado desde perfiles o para pertenecer a grupos creados por su organización.

### **Conceptos asociados a Twitter:**

1. **Twitter** - Red Social de “microblogging” en la que los usuarios pueden relacionarse entre sí por medio de mensajes cortos llamados “tweets”.
2. **Comentario o “comment”** – Es la reacción de los usuarios acerca de cada “post” que usted sube a la red social. Esos comentarios publicados aparecen bajo la publicación que usted produjo y pueden ser leídos por otros seguidores o visitantes en su página. La capacidad de generar comentarios o reacciones a sus “post” es lo que permitirá la interacción y el crear seguidores leales.
3. **Hashtag o Etiqueta-** Se utiliza para clasificar las publicaciones o mensajes por temas específicos. Se representa mediante un signo de número (#) delante de la palabra o palabras claves que su organización usa para transmitir una idea, nombre o concepto. Normalmente va asociado a un mensaje o texto con la finalidad de seguir, buscar y encontrar más fácilmente los temas de interés para el usuario. Por ejemplo, #Educación o #pobreza.
4. **Seguidor o “follower”** - Usuario de Twitter que se suscribe a los mensajes o publicaciones (tweets) de otros usuarios (que puede ser su OSFL), bien por admiración, simpatizar con la causa o población que sirve, por mantenerse informado de sus actividades o para conocer sus nuevos servicios y así poderlos promover.
5. **Trending topic** - Es un **Hashtag** que ha sido utilizado por un gran número de personas, convirtiéndolo en un tema popular en Twitter. Lograr que tu “hashtag” se convierta en *trending topic* es sumamente beneficioso para apoyar las causas de tu OSFL. Por ejemplo, para promover temas de educación, concienciación y campañas de recaudación de fondos de su organización.

6. ***Tweet*** - Mensaje o publicación de 140 caracteres que se escribe y envía a los seguidores mediante la red social Twitter.