

¿Un Mundo Feliz?: por qué importan las redes sociales



## ¿Un Mundo Feliz?: por qué importan las redes sociales

**BBC Mundo.** - Todos los días conversamos con otras personas sobre la vida, la familia o lo que ocurre en la política. Quizá tengamos algún amigo que es un experto en alguno de estos temas, pero es el hecho de que éstas sean conversaciones sociales, y que cada quien tenga una opinión al respecto, lo que hace que las charlas valgan la pena.

Ahora una buena parte de ese debate se está dando en las redes sociales y quienes trabajamos en el mundo de noticias no podemos ignorarlo.

Y es justamente en esas redes sociales en donde la palabra anglosajona *engagement* más se utiliza.

El concepto, sin embargo, parece abstracto y evasivo. Pero la realidad es que no debería serlo; ni siquiera para los medios de comunicación.

Para mí, en su nivel más básico, el *engagement* en redes sociales inicia cuando creamos contenido fácil de compartir en nuestros sitios web utilizando encabezados, fotos y sumarios que se conectan con los lectores.

De ahí se traslada a las redes sociales invitando a la gente a leer y compartir nuestras historias a través de una conversación en la que somos otra voz y no la única antena de transmisión.

Es posible tener una voz diferente, un tono más social y respetar al mismo tiempo los valores editoriales de la BBC. Es posible ser imparcial, preciso, independiente y social a la vez.

En estos días la historia no termina una vez que la hemos publicado.

Los periodistas necesitan llevarla a las redes sociales y crear una nueva forma de narrar lo que ocurre de modo tal que incluso las noticias más duras puedan relacionarse con la vida de las personas que las leen.

Y para completar el círculo necesitamos estar al tanto de los comentarios de los lectores, responder y asegurarnos de formar parte de una conversación y no sólo estar transmitiendo a la vieja usanza.

Escuchar y reflejar lo que oímos en el mundo social en nuestro contenido, debería estar en el corazón de nuestras actividades diarias.

En los 28 idiomas del Servicio Mundial de la BBC hemos decidido que esa palabra mágica, *engagement*, es nuestra mayor prioridad.

Pero también entendemos que se trata sólo de uno de los cuatro pilares de esta nueva ágora social.

Los otros tres son tráfico social (nuevos usuarios únicos que llegan desde redes sociales a nuestros sitios), alcance (número de fans y seguidores) y periodismo en redes, usando las redes sociales como una fuente de periodismo original.

El tráfico social es un componente clave, pero hemos visto cómo crece cuando el foco principal recae en *engagement*. Construye leales comunidades en línea y ellas te traerán tráfico.

El alcance es poderoso porque expone tu marca y tu contenido a más gente.

¿Un Mundo Feliz?: por qué importan las redes sociales

No todos tus seguidores o fans se engancharán o interactuarán con tus historias, pero el hecho de que te sigan demuestra que ya tienen una relación digital contigo.

*Engagement*, alcance y tráfico son todos medibles y cuantificables. Pero no sólo se trata de llegar a una nueva audiencia y de crear comunidades en línea.

También vemos a la esfera social como una oportunidad para crear un nuevo tipo de periodismo. Por eso es que estamos expandiendo en la BBC lo que llamamos periodismo en redes.

Cuatro de nuestros servicios (BBC Brasil, BBC Turco, BBC Tai y BBC Indonesia) tienen a las redes sociales en el corazón de su periodismo.

BBC Mundo es uno de los pilares de nuestra estrategia en engagement y ha comenzado a explorar nuevos formatos (busquen [#MundoenlaRed](#), por ejemplo).

La creatividad y el periodismo son los ingredientes clave en esta nueva receta social.

No podemos seguir pretendiendo que las audiencias son inamovibles o que están dispuestas a seguir recibiendo noticias sin tener la oportunidad de expresar su punto de vista sobre el contenido publicado, o sin participar en la planeación del contenido que les importa.

Hay un mundo de historias sin contar que queremos explorar. Si escuchamos, conversamos y construimos leales comunidades en línea, estaremos mejor posicionados en esta nueva ágora social.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original