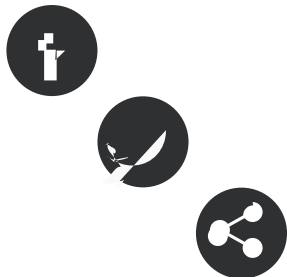


[Informàtic](#)

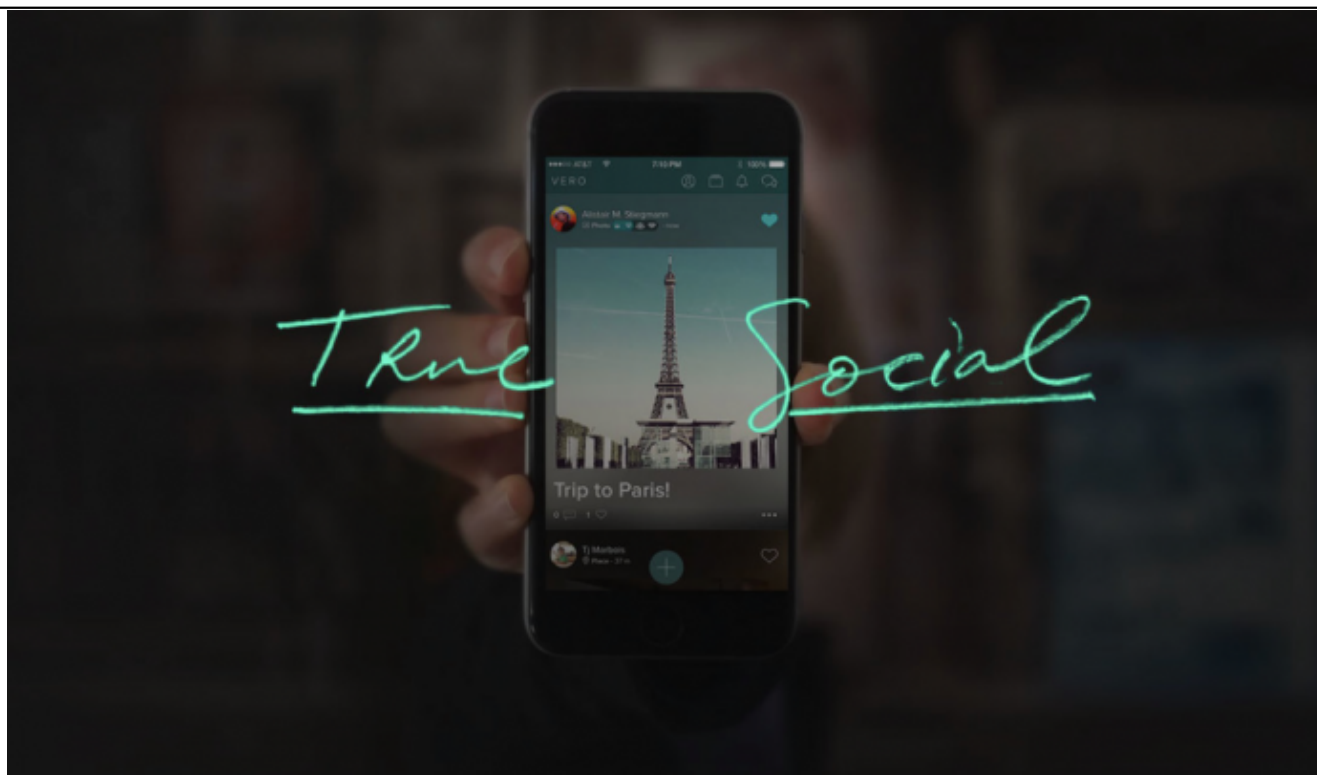
Com valorar si la teva entitat ha d'estar present a una nova xarxa social?



06/03/2018
Colectic



Logotips de diferents xarxes socials Font: Pixabay



'True social' és el lema amb què s'ha donat a conèixer la nova comunitat Vero Font: Vero (Faceook)



Imatge que juga amb el logotip d'Instagram Font: Pixabay

Com valorar si la teva entitat ha d'estar present a una nova xarxa social?

06/03/2018

Colectic



Resum:

En quina xarxa tenir presència i de quina manera és una decisió que cal prendre abans de crear comptes a la babalà, per tot seguit deixar-los abandonats. Proposem alguns punts a valorar abans de fer el pas.

Facebook, Twitter i Instagram són les xarxes socials més populars del moment. Segurament la teva entitat té

comptes en totes tres. Potser també a Pinterest i a Google+, encara que els tingueu mig abandonats. Com evitar això? Et proposem uns punts a tenir en compte a l'hora de valorar si els interessa o no participar en una xarxa.

En què es diferencia de la resta de xarxes socials?

Les **entitats del tercer sector** no acostumen a ser de les primeres a provar noves eines. La majoria s'esperen a veure si aquesta té èxit i llavors s'hi fiquen. Amb aquesta actitud prudent, sovint, per quan s'hi posen, les persones que porten la comunicació de l'entitat ja tenen experiència en la xarxa mitjançant comptes personals. D'aquesta manera, hi ha un aprenentatge previ i, per tant, el pas resulta més fàcil i efectiu. Ja coneixen les especificitats de la comunitat i han pogut valorar si pot resultar una eina adient per a la seva entitat, pel **tipus de contingut** que s'hi comparteix i per les persones i organitzacions que hi són presents.

Aquests dies es parla força d'una aplicació que es diu [Vero](#). Existeix des de l'any 2015, però a partir d'una forta campanya publicitària, ha tingut una allau de peticions els darrers dies. Els seus creadors asseguren que és més social que la resta, no depèn d'algoritmes i mostra el contingut en **ordre cronològic**. Permet compartir fotos, enllaços i vídeos... i a més pots recomanar música, pel·lícules, planes web... Es pot interactuar amb altres usuaris de manera pública i priva i permet **segmentar l'audiència** creant grups. Està disponible tant per a [Android](#) com per a [iOS](#) i fins al moment és gratuïta, encara que en algun moment passarà a ser de pagament, ja que, promet no tenir **publicitat**. Té, doncs, algunes característiques molt semblants a les tres xarxes socials més populars i algunes altres que la fan una mica diferent. Seran prou potents per bandejar la resta?

Què hi podrà aportar la teva entitat?

Si fas l'aposta per una **xarxa social**, cal tenir pensat de quina manera hi comunicaràs, a quin públic t'ajudarà a arribar, amb quina assiduitat hi publicaràs... Hauràs d'adaptar els teus **continguts** a les característiques de la xarxa i potser adquirir nous coneixements, així com analitzar a fons la plataforma per tal de detectar les seves potencialitats per a la teva entitat i pensar què hi podràs aportar.

Valora els recursos que hi podràs dedicar

Encara que una xarxa et sembli interessant, cal valorar si tindràs prou **recursos humans i materials** per poder dedicar temps a la **comunicació** en una nova xarxa. No es pot pretendre estar presents a tot arreu, però sense un pressupost i un equip dedicat a la comunicació. Per tant, cal encaixar la nova xarxa en el **pla de comunicació** de l'entitat i establir prioritats.

Quin ús fan de les teves dades?

En el moment de donar-te d'alta en una comunitat digital acceptes una sèrie de **termes i condicions** que cal conèixer bé. No és la lectura més entretinguda que pots trobar, però és necessari saber a què t'estàs comproment. El cas de Vero, per exemple, ha generat força controvèrsia aquest tema i al mitjà digital [Gizmondo](#) apunten que "als termes i condicions de Vero s'estipula que tot el contingut que hi bolquis pertany a la xarxa social, i que aquesta pot fer ús fins del teu nom o imatge sense el teu permís o coneixement".

Quines companyies hi ha darrere?

De seguida que una xarxa social comença a destacar, desperta l'interès de les grans companyies d'Internet. Així, moltes iniciatives petites acaben en mans de grans empreses com Google o Facebook. Existeixen [plataformes lliures i segures](#), que es presenten com a alternatives a les xarxes socials privatives, però, ara com ara, no compten amb tanta popularitat.

Etiquetes: [xarxes socials i internet](#), [comunicació associativa](#), [pla de comunicació](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/informatic/noticies/com-valorar-si-la-teva-entitat-ha-destar-present-una-nova-xarxa-social>