

CREA CAPITAL SOCIAL

Una de las cosas más aterradoras del marketing digital es caer en manos de alguien que solo evalúa lo que llamamos “métricas de la vanidad”. Es decir, quienes se enfocan en la cantidad de seguidores, likes, reacciones, etc. Estos números son útiles para medir el alcance, más no **el verdadero desempeño de tu marca personal en el entorno digital** (e incluso en el mundo real).



El **capital social**, que es el valor de tu marca personal según la definición del experto en reputación digital Brian Solís, se compone de los números vinculados a la **participación**, el **involucramiento**, las **contribuciones** y la **reciprocidad** de manera cualitativa y cuantitativa.

Esos números luego deben de ser filtrados utilizando la reputación y la autoridad, en una escala de positivo, negativo y neutral, según el mapa de actores clave con el que se cuente. Este paso es importante, ya que **la percepción del capital social, y su peso real, son subjetivas** y varían dependiendo de quién las mire. Sistematizar la evaluación de estas métricas nos puede ayudar a tener un entendimiento más profundo para poder responder prácticamente en tiempo real a cualquier crisis de comunicación que pudiera darse.

Si bien esta es una forma simple de medir el capital social personal, cuando hablamos de la esfera pública y de la necesidad de transformar el capital social en capital político podemos adentrarnos al estudio de

la fuerza -o la debilidad- de las relaciones entre los diferentes actores sociales. Aquí puedes encontrar una guía que detalla ese tipo de mediciones.

Aquí quiero hacer hincapié en **no menospreciar la influencia de pequeños grupos, o el alcance de las redes** de ciertas personas que pudieran pensarse “menores”.

Entender el balance para hallar lo que Malcolm Gladwell llamó el “tipping point” -ese instante en el que las cosas se convierten en virales- depende de que estemos seguras de que podemos **encontrar el David para el Goliat**: cuando abrimos ojos, mente y corazón para identificar los enemigos que tenemos en común y luchar contra ellos. “Divide y vencerás” es una frase que no aplica cuando lo que uno busca es generar acción y no solamente ruido.

“La cantidad de riqueza personal que se genera a partir de la **participación, involucramiento, contribuciones, y reciprocidad** medida en base a la **reputación y autoridad**. En pocas palabras: el valor de tu marca personal”.

- Brian Solís.

BIO.



Eva Sander

Eva se especializa en crear estrategias de contenido para diversos canales de distribución, enfocada principalmente en desarrollar audiencias a partir de las oportunidades que la economía social brinda. Tiene 20 años de experiencia en producción de medios, incluyendo radio, prensa, televisión, internet y medios sociales.