



Edgardo Civallero

Herramientas para los investigadores (XI)

Gestión automática de redes sociales

Herramientas para los investigadores (XI)

Con académicos lidiando con un alto número de sitios y redes sociales —desde un blog a una cuenta de LinkedIn, y desde Twitter a Facebook— y sus estrategias de comunicación personales / profesionales convertidas en una verdadera pesadilla cotidiana, las herramientas de gestión automática de redes se han vuelto muy populares.

Esas herramientas permiten el manejo de distintas cuentas y plataformas, automatizando la publicación de un mismo mensaje o contenido en distintos espacios, y programando tales publicaciones para que circulen en los momentos más apropiados.

Por un lado, existen plataformas de "creación y publicación", como Buffer y Hootsuite, que requieren de algunas acciones humanas para automatizar determinadas acciones. Se escribe el mensaje, se seleccionan las redes en las que se quiere publicar el texto y se elige una fecha y una hora. Si bien requieren más trabajo, estas herramientas permiten un control superior del proceso.

Por el otro, hay plataformas-robot que automatizan los posteos sin usar instrucciones humanas, sino tomando como *trigger* ciertas acciones que ocurren en las redes a las que se conectan. Un ejemplo de estas herramientas es IFTTT. En ellas se definen y

programan las acciones que se pretenden automatizar (p.ej., cada vez que se publique un post en un blog se compartirá el título del mismo y un enlace en Facebook) para que, cada vez que se cumplan las condiciones, el programa reaccione. Si bien estas opciones ahorran tiempo, permiten un menor control (Alfonzo, 2013).

Buena parte de este tipo de herramientas publican en Facebook, Twitter y LinkedIn. Ninguna de ellas establece relaciones con ResearchGate Academia.edu o Google Scholar.

Entre las buenas prácticas a tener en cuenta a la hora de utilizar estas herramientas (Cooper, 2017, Lee, 2014) es preciso considerar temas de formato y longitud de los textos a compartir y distribuir; días y horas de mayor consulta de texto para automatizar su publicación por adelantado; y no automatizar las interacciones con otros usuarios (al fin y al cabo, las redes sociales están hechos para ser sociales...) (Green Candy Media, 2014)).

Referencias

Alfonzo, Paige (2013). Top Ten IFTTT Recipes for Librarians. *Librarian Enumerations*. [En línea]. <https://librarianenumerations.wordpress.com/2013/08/14/top-ten-ifttt-recipes-for-librarians/>

Cooper, Belle Beth (2017). A Scientific Guide to Posting Tweets, Facebook Posts, Emails and Blog Posts At the Best Time. *HuffPost*, 13 Nov. [En línea]. https://www.huffpost.com/entry/a-scientific-guide-to-pos_b_4262571

Green Candy Media (2014). Oops! Why you Shouldn't Automate Your Social Media. *Green Candy Media*. [En línea]. <https://www.greencandymedia.com/oops-why-you-shouldnt-automate-your-social-media/>

Lee, Kevan (2014). The Social Media Automation Strategy Every Marketer Needs. *Buffer Blog*. [En línea]. <https://buffer.com/resources/social-media-automation-guide/>



<https://www.bibliotecario.org/>