

Trabajo Fin de Grado

Herramientas de gestión para la web 2.0: análisis y comparación

Autor

Lorena García Lozano

Director

Jesús Tramullas Saz

Facultad de Filosofía y Letras

2012

GARCÍA LOZANO, Lorena

Herramientas de gestión para la web 2.0: análisis y comparación / Lorena García Lozano; dirección de Jesús Tramullas Saz. – Zaragoza: Universidad de Zaragoza, 2012. – 33 p.; 27 cm.

I. Jesús Tramullas Saz

II. Universidad de Zaragoza.

Resumen:

El auge de la web 2.0 ha repercutido en el trabajo de bibliotecarios y documentalistas, abriendo nuevas vías de comunicación e interacción con sus usuarios. Estos nuevos canales deben ser atendidos y en ocasiones suponen una ingente cantidad de información para ser gestionada convenientemente.

Para facilitar esta labor, existen herramientas de gestión de la web 2.0 que permiten hacer más llevadera esta tarea. En este trabajo se analizan cuatro de ellas haciendo un análisis comparativo de sus prestaciones.

Para ello, se ha diseñado una parrilla de funcionalidades ideales que estas herramientas deben tener. Los resultados obtenidos demuestran que existen diferencias notables entre ellas por lo que se elige la más adecuada a las necesidades de un centro de información.

Palabras clave:

Web 2.0, redes sociales, difusión, información, TweetDeck, Hootsuite, Sobeas, Seesmic.

Abstract:

The peak of 2.0 web has had an impact on librarians and documentalist work, opening new communication and interaction channel with their users. Attention must be paid to this new channels and occasionally mean a huge information quantity to administer duly.

In order to facilitate this task, there are 2.0 web management tools that allow to make this work easier. This paper analyzes four of them making a comparative analysis of their features.

For this, an analysis grid has been designed with the ideal features this tools should have. The results show there are important differences between them what takes to choose the tool more suitable for an information centre.

Keywords:

Web 2.0, social networks, spreading, information, TweetDeck, Hootsuite, Sobeas, Seesmic.

Índice de contenido

1. Introducción	5
1.1. Objetivo:	5
1.2. Justificación y metodología.....	7
2. Desarrollo:	9
2.1. Análisis de prestaciones de Hootsuite.....	9
2.2. Análisis de prestaciones de TweetDeck.....	14
2.3. Análisis de prestaciones de Seesmic.....	19
2.4. Análisis de prestaciones de Sobees.....	25
2.5. Comparación entre todas las herramientas analizadas.....	28
3. Conclusiones.....	31
4. Bibliografía.....	33

Introducción

Objetivo:

Desde que Tim O'Really le puso nombre en su ya famosa conferencia¹ al término Web 2.0, allá por el año 2004, muchos sitios colaborativos han aparecido, mutado, han sido absorbidos o directamente han desaparecido, pero lo que está claro es que la Web 2.0 en la que el usuario es el rey ha venido para quedarse.

La explosión de la Web 2.0 trajo consigo el auge de las redes sociales, y eso, obviamente ha hecho que el trabajo de los gestores de unidades de información y documentalistas se haya visto afectado por ellas, ya que suponen nuevos canales de información con los usuarios, por ello, para una mejor gestión de un centro de información, las redes sociales más tarde o más pronto tienen que ser utilizadas.

El hecho diferenciador de esta nueva etapa en las nuevas tecnologías es que la comunicación ya no sólo es bidireccional, sino que también es en red y ésta se realiza de forma casi instantánea y muy dinámica. El usuario es más participativo y toma más partido, haciendo que la detección de las necesidades de información sea más rápida, así como necesariamente rápida debe ser su respuesta. Esto se consigue con una correcta gestión y monitorización de las redes sociales que llevará a la creación de una comunidad de usuarios afines al centro y a sus objetivos.

Si bien esta tarea de continua revisión de lo que se "cuece" en la página de Facebook o la cuenta de Twitter es costosa, eso no significa que no haya herramientas que hayan surgido en los últimos años para facilitar la monitorización de las redes sociales que interesan a las organizaciones, y que hacen que este trabajo sea más llevadero.

Cabe destacar también que la necesidad del uso de este tipo de herramientas no viene determinada por el tamaño del centro de información, sino que nace fundamentalmente cuando se llega a cierto volumen de seguidores o de comunidad, que crea tal cantidad de interacciones, que además deben ser atendidas por las propias reglas de comportamiento

1 Véase en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

que estas redes tienen², que ya no se pueden controlar eficazmente desde las páginas de las propias redes sociales. Esto sucede también en centros medianos y pequeños que solamente tienen un par de cuentas en las redes sociales más conocidas por el público en general.

Por todo lo anterior, como objetivo primordial, en este trabajo se pretende realizar un análisis comparativo de varias herramientas disponibles en el mercado para gestionar redes sociales en una unidad de información, con el fin principal de determinar cual de ellas es la mejor para este tipo de centros de trabajo.

Con este análisis también se pretende conseguir los siguientes objetivos secundarios:

1. Identificar y dar a conocer aquellas funcionalidades y características más útiles que estas herramientas deben tener y que redundan en un mejor cauce de comunicación con los usuarios de centros de información.
2. Fomentar el uso de estas herramientas en todo tipo de centros de información dada su utilidad para crear comunidades de usuarios digitales.

² <http://bitelia.com/2012/08/practicar-penosas-twitter>

Justificación y metodología

Dado que en el mercado ya existen diferentes herramientas de gestión de redes sociales, con diferentes prestaciones cada una de ellas, en este trabajo se van a analizar cuatro para poder identificar aquellas funcionalidades a las cuales más rendimiento se les puede sacar si se tiene enfrente el reto de gestionar las redes sociales de una unidad de información.

El método de trabajo será, en primer lugar, el diseño de una plantilla de prestaciones y funcionalidades ideales para este tipo de herramientas. En segundo lugar, la contrastación de forma individualizada de cada herramienta atendiendo a la plantilla diseñada. Por último, una comparación global de las herramientas estudiadas.

Estos son los principales aspectos que componen la plantilla de prestaciones ideal y que serán analizados:

1. Número de redes sociales diferentes que gestiona, teniendo en cuenta en este aspecto también el número máximo de cuentas que pueden ser vinculadas en la aplicación.
2. La sincronización efectiva o no entre la aplicación y las redes sociales. Este aspecto es clave, ya que en ocasiones una herramienta a priori dice estar diseñada para soportar un determinado número de redes sociales diferentes y, a la hora de la verdad, esto no se cumple.
3. La forma de disposición y visualización de la información ya que de ella depende un mejor o peor seguimiento y gestión de las interacciones generadas.
4. Prestaciones que permitan interactuar con los usuarios (responder, retwittear, compartir, etc). A mayores posibilidades en este sentido más posibilidades de llegar a más usuarios en menos tiempo.
5. Posibilidades de publicación: valorando si se puede publicar a la vez en todas las cuentas o no, la existencia de acortador de enlaces en la herramienta, las posibilidades de adjuntar archivos y de qué tipo, la existencia o no de la prestación que permite de programar los posts a diferentes horas del día o si existe limitación

sobre el número de mensajes que pueden ser enviados por día.

6. Posibilidades de recuperación de información: valorando la existencia de buscadores en la herramienta para hacer seguimiento de palabras clave o hashtag, el tipo de información de las cuentas sociales que se puede visualizar de forma pormenorizada (timeline, retweets, comentarios, muro, etc), así como la posibilidad de creación de filtros sobre la información ya recuperada.
7. Posibilidad de seguimiento y difusión de blogs, fuentes RSS.
8. Posibilidad de descarga de aplicaciones que integren el seguimiento de publicaciones en cualquier soporte (imágenes, vídeos, etc).
9. Posibilidades de gestión de usuarios o listas de los mismos desde la propia herramienta que redunden en una difusión más coherente de la información.
10. También se tendrán en cuenta posibles prestaciones que de forma aislada una herramienta pueda tener y que pueden ser útiles en momentos determinados.

Por último, en las conclusiones, se elegirá aquella herramienta que satisfaga de forma positiva el mayor número posible de aspectos analizados.

Cabe mencionar que se probarán las versiones gratuitas de las herramientas, las versiones de pago cuentan con más funcionalidades, pero para hacer un análisis que ayude a tomar una decisión adaptada a las necesidades de una unidad de información con las demostraciones gratuitas es suficiente.

En cuanto a las redes sociales, si bien estas herramientas trabajan con multitud de ellas, el análisis se centrará en las dos que en este momento están más en auge y que cualquier centro de información, sea cual sea, tiene cuentas en ellas, Twitter y Facebook.

Por último, recordar también que, un gran paso en el desarrollo de la web 2.0 fue el salto entre herramientas desktop (aquellas que se utilizan descargando un software previamente en un ordenador) y herramientas webtop, las cuales son utilizadas a través de Internet. Todas las herramientas que van a ser evaluadas son aplicaciones webtop, si bien algunas cuentan también con versión desktop.

Desarrollo:

Análisis de prestaciones de Hootsuite

Con un simple registro creando un nombre y contraseña en la página web www.hootsuite.com ya se puede tener acceso a la versión gratuita de esta herramienta, la cual funciona con una simple conexión a Internet, lo que hace su utilización muy versátil ya que no es necesario descargarse el programa en el ordenador y se puede usar con cualquier equipo con conexión a Internet.

Atendiendo a los 10 aspectos a analizar, Hootsuite:

1. Admite la gestión de cuentas en Facebook, Twitter, LinkedIn, Foursquare, MySpace, WordPress y Mixi. La versión gratuita permite un máximo de hasta cinco cuentas.
2. Realiza una sincronización efectiva con todas las redes sociales y sin dar ningún tipo de problemas en la mayoría de las ocasiones.
3. Las redes sociales se disponen en diferentes pestañas de la aplicación y, dentro de cada pestaña, se disponen varias columnas en relación con la cuenta social sincronizada.

A este tipo de disposición de las cuentas de las redes sociales, la propia empresa la describe como "Social Media Dashboard", es decir, un tablero o cuadro de mando. Al menos visualmente el objetivo de que se parezca a un cuadro de mando parece estar conseguido, ver Figura 1:

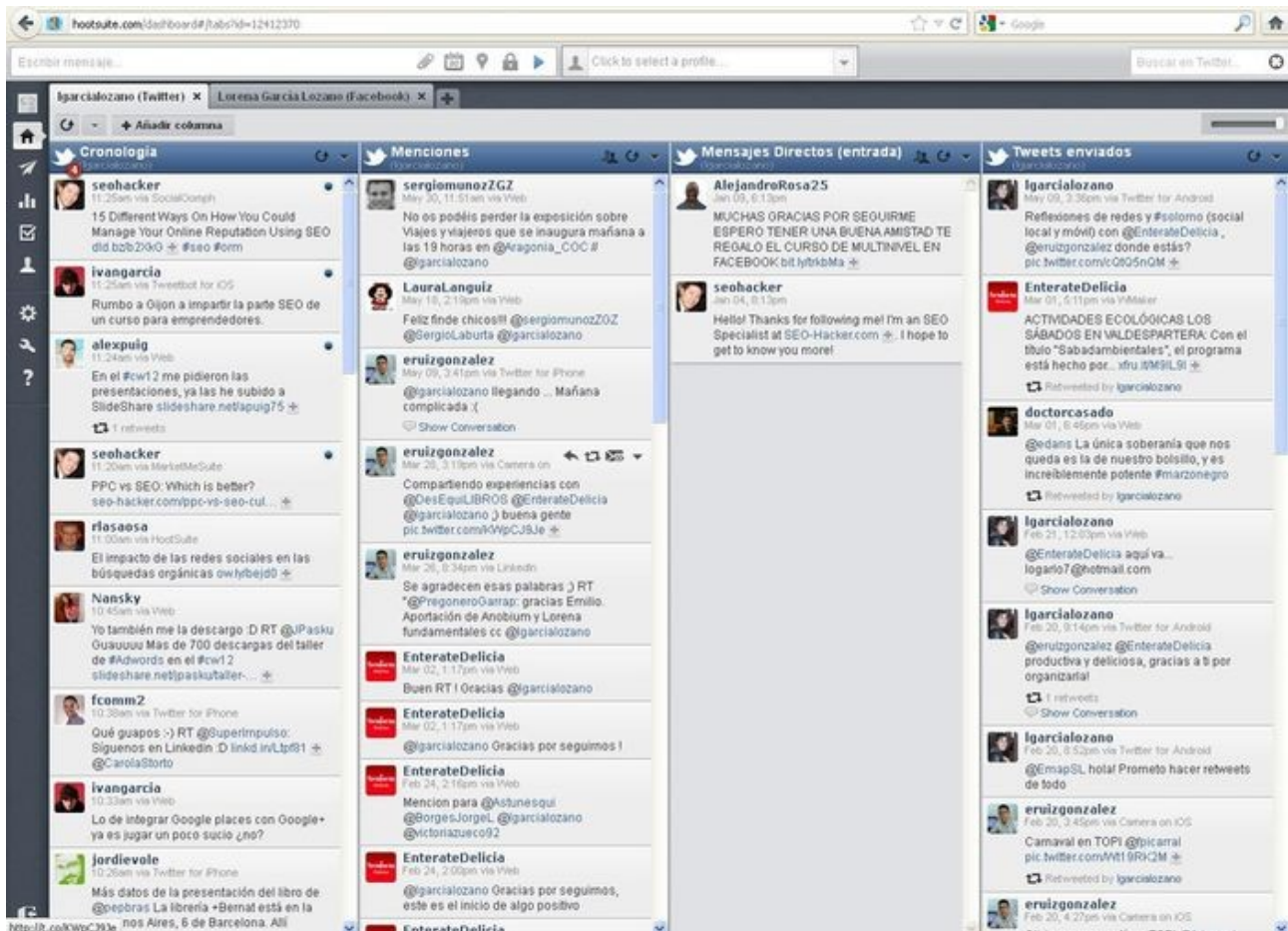


Figura 1: cuadro de mando de Hootsuite con dos cuentas sincronizadas, una de Twitter y otra de Facebook

4. Para las cuentas de Twitter, en cada pequeño apunte de cada columna, al pasar en ratón por encima de él, aparecen varios botones con los que se pueden realizar las siguientes acciones: responder ese tweet al autor, retwittear el tweet a todos los seguidores de la cuenta, mandar un mensaje directo al autor, por su parte, el cuarto botón, es a su vez desplegable y permite responder a todas las personas mencionadas en el tweet, marcar el tweet como favorito, remitirlo por correo electrónico o asignar el tweet a alguien del equipo de trabajo que se tenga creado en Hootsuite (más adelante se hablará sobre este aspecto).

En cuanto a las cuentas de Facebook, en cada apunte de cada columna las posibilidades de interacción son: añadir un comentario en una publicación, marcar me gusta / no me gusta, escribir en el muro de la persona que hizo la publicación (esta opción sólo es posible si la cuenta de Facebook es una página personal), crear una columna de comentarios diferenciada sobre la publicación, enviar por correo

electrónico y asignar la publicación a alguien del equipo de trabajo.

5. Hootsuite permite publicar mensajes en todas las redes sociales sincronizadas con él, ya sea publicando en todas a la vez en el mismo mensaje o por separado. Además, permite la posibilidad de anexar enlaces (de hecho, tiene un acortador de enlaces justo debajo de donde se escribe el cuerpo del mensaje), imágenes, documentos, etc, así como añadir la ubicación del mensaje.

Esta herramienta también permite guardar borradores de los mensajes que se quiere publicar o programarlos a diferentes horas del día en función de nuestras necesidades y aún cuando el responsable no se encuentre físicamente delante del ordenador, se pueden programar mensajes en todas las cuentas ya sean diarios, semanales o mensuales.

6. Hootsuite da diferentes formas de hacer un seguimiento pormenorizado de hashtag, eventos, etc. En primer lugar, en la parte superior derecha del panel de control se encuentra un icono con forma de lupa, se trata de un buscador en el que se introducen las palabras clave a buscar. Los resultados que nos devuelve se dividen en tres pestañas (ver Figura 2): tweets (con todos aquellos tweets que contienen la palabra buscada), usuarios (listado de usuarios que en su nombre contienen la palabra buscada) y Facebook (listado con todas aquellas publicaciones que contienen la palabra buscada en esa red social).

Cualquiera de estos tres listados se pueden disponer como columna a parte en el panel de control. Además, si se pincha sobre la lupa sin introducir ningún término de búsqueda, aparece un listado con los trending topic del momento por si se quiere hacer seguimiento de ellos.

Las búsquedas realizadas se pueden guardar como mensajes, borradores, filtrar los resultados por otras palabras clave o por puntos klout, compartir la columna con el equipo de trabajo o crear incluso el código fuente para embeber una columna con esa búsqueda en el sitio web de la institución.

Estas búsquedas por término también se pueden realizar desde el botón "añadir columna".



Figura 2: resultados obtenidos al buscar por la palabra empleo en Hootsuite

Para cuentas Twitter se pueden añadir también columnas como: Cronología, menciones, mensajes directos (entrada y salida), tweets enviados, favoritos, retweets de otros, retweets realizados, mis tweets retwitteados y tweets programados. También se puede hacer una columna a parte para hacer el seguimiento a una lista de usuarios que tengamos previamente creada en Twitter.

Para cuentas Facebook: Noticias (más recientes, estados, imágenes y/o vídeos), muro, eventos y mensajes programados.

La información de algunas de estas columnas, como el timeline de Twiteer o el muro de Facebbok, también puede ser filtrada por contenido o puntos Klout.

7. En el menú lateral, dentro de configuración, Hootsuite permite añadir fuentes RSS y programar los envíos con las últimas actualizaciones, determinando también cada cuánto tiempo son revisadas (24, 12, 6, 3, 2 o 1 hora), cuantas publicaciones se envían a la vez si hay más de una entrada nueva, y a qué redes sociales se envían

y a cuales no. Otra opción existentes es la de añadir un texto antes del título (máximo 29 caracteres), así como elegir entre cuatro acortadores de enlaces para se sean utilizados a la hora de mandar las fuentes RSS, con la versión de pago, incluso se pueden programar varios mensajes en lote.

8. Hootsuite también dispone de varias aplicaciones complementarias que integran otras redes sociales como YouTube o Flickr, de forma que permite visualizar y gestionar material gráfico desde el cuadro de mando.
9. Otra de las funciones que permite realizar Hootsuite, si bien ésta muy relacionada con Twitter, es el control entre seguidores y personas a las que se sigue desde una cuenta (dentro del epígrafe contactos del menú lateral), así como la asignación de seguidores en listas o grupos que, eso si, previamente han debido ser creados en Twitter.

También, y de forma individual, en las columnas con información sobre Twitter, cuando se presiona sobre el nombre de un usuario se ve su información más importante (seguidores, seguidos, tweets), aquí se puede seguir o dejar de seguir al usuario, mandar un mensaje directo, añadirlo a una lista o quitarlo de ella, ver sus favoritos, su menciones, etc.

Al hacer lo mismo sobre un usuario de Facebook, únicamente aparece una página con información, la cual es más breve si el usuario no es amigo de la página de la institución.

10. En su versión gratuita Hootsuite permite realizar informes estándar de la evolución de la actividad en las cuentas sociales asociadas, pero ya en su versión de pago Pro, también permite la generación de informes a medida sobre la utilización y la evolución de las cuentas de las redes sociales, existen diferentes plantillas en función de la red social de la que se quiera hacer un informe, así como la posibilidad de hacer informes en función de los datos a destacar.

Se pueden hacer informes rápidos acotados por fechas que atienden sobre todo a los links más populares dentro de una cuenta y los más mencionados, o informes personalizados en los que se pueden elegir los datos a destacar (desde porcentaje

de seguidores por género, los retweets diarios, los “me gusta de facebook” por región, fuente, lenguaje y otras muchas más posibilidades). Esta gran cantidad de informes diferentes es posible gracias a que Hootsuite también se asocia con otras herramientas para cuantificar el tráfico web y hacer un informe con ello, como Facebook Insights y Google Analytics.

Por último un aspecto que anteriormente ha sido mencionado, esta herramienta, en su versión de pago también, permite crear equipos para trabajar de forma colaborativa en la misma cuenta, esto permite una mejor distribución y control del trabajo ya que se puede asignar el seguimiento de un aspecto a una persona especialista en un determinado tema.

Análisis de prestaciones de TweetDeck

Lo primero que hay que saber de TweetDeck es que es una aplicación que puede ser usada tanto a través de Internet, como descargando el programa en un ordenador. En el caso de que se opte por utilizarlo a través de Internet, esta aplicación sólo soporta las últimas versiones de Chrome, Firefox y Safari, mientras que si se elige su descarga, es soportada por Windows XP, Vista o 7 y Mac OS X con versión 10,6 o superior.

1. Una de las cosas que llama la atención es que la propia herramienta indica con qué redes sociales se puede trabajar ya antes de proceder al registro, como se puede observar, esta herramienta puede gestionar varias cuentas de Twitter y una única cuenta de Facebook (ver Figura 3):

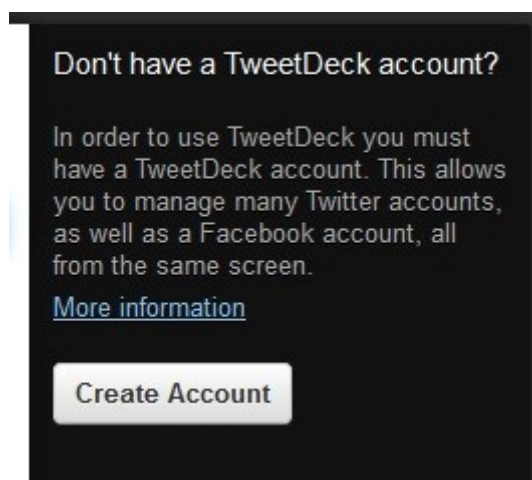


Figura 3: detalle de la pantalla de registro de TweetDeck explicando sus límites en cuanto al número de redes sociales que soporta

- Una vez que realizado el registro y ya dentro de la herramienta, la primera pantalla que aparece está destinada a añadir las cuentas de Twitter y la cuenta de Facebook que sean de interés (ver Figura 4). TweetDeck realiza la sincronización con las cuentas Twitter sin ningún tipo de problema, en cuanto a Facebook, en ocasiones se detecta algún pequeño problema sino se dan todos los permisos para que la aplicación acceda de forma completa a los datos de cuenta Facebook.

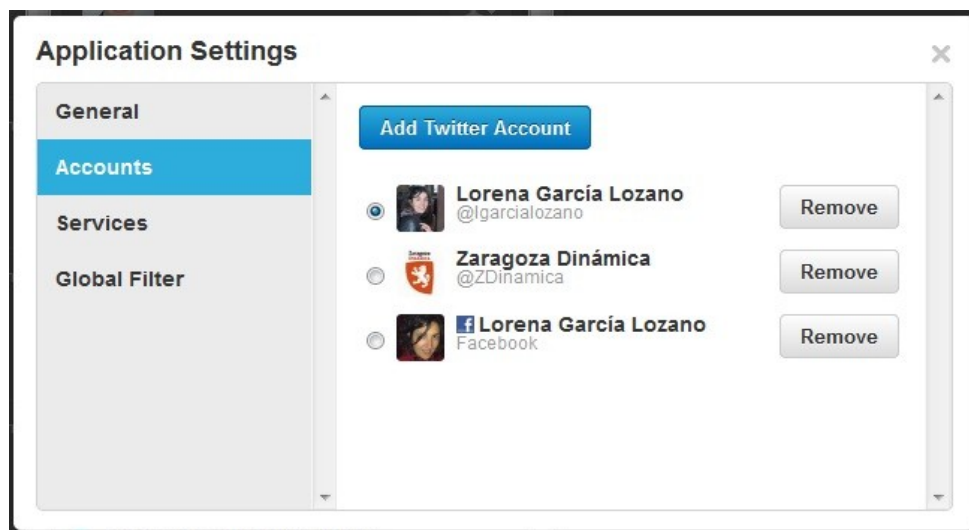


Figura 4: pantalla para añadir cuentas sociales a TweetDeck.

- Una vez que se han vinculado las cuentas sociales con Tweetdeck, la herramienta remite directamente al panel de control, el cual también se dispone en columnas una detrás de otra, pero sin estar agrupadas en pestañas por cuenta social, esto hace que una columna de una red social pueda estar al lado de otra columna relativa a otra cuenta.

Cuando hay un número significativo de columnas a seguir, al estar todas dispuestas una tras otra verticalmente, hay que hacer uso de la barra de desplazamiento horizontal de la parte de abajo de la pantalla o bien utilizar el botón habilitado para ello en la parte de arriba central del panel de control.

Las columnas se pueden disponer u ordenar según las necesidades, basta con pulsar un botón con forma de tuerca situado en la parte derecha de cualquier columna para que aparezca un menú con varios botones para desplazar la columna

a derecha o izquierda, vaciarla de contenido o borrarla.

4. En las columnas relativas a cuentas Twitter, al pasar sobre un mensaje de una columna aparecen automáticamente varios botones, el primero de ellos sirve para responder al autor del mensaje sobre el que se está trabajando, con el segundo se puede hacer un retweet de ese mensaje, el tercero permite marcar ese mensaje como favorito, mientras que el cuarto botón despliega un menú con las siguientes posibilidades: mandar un tweet al autor de la anotación, seguir o dejar de seguir al autor de la anotación en todas las cuentas Twitter asociadas, mandar un mensaje directo al autor de la anotación, añadir o eliminar al autor del mensaje de las listas de usuarios que se tengan creadas, y bloquear y marcar como spam al autor del mensaje.

Por su parte, en aquellas columnas relativas a cuentas de Facebook, TweetDeck no permite realizar ningún tipo de interacción, sólo visualizar la información.

5. TweetDeck permite realizar publicaciones en todas las cuentas vinculadas a él, ya sean cuentas Twitter o la cuenta de Facebook, como es habitual, para Twitter hay un límite de 140 caracteres y para publicar en Facebook 420 (ver Figura 5):

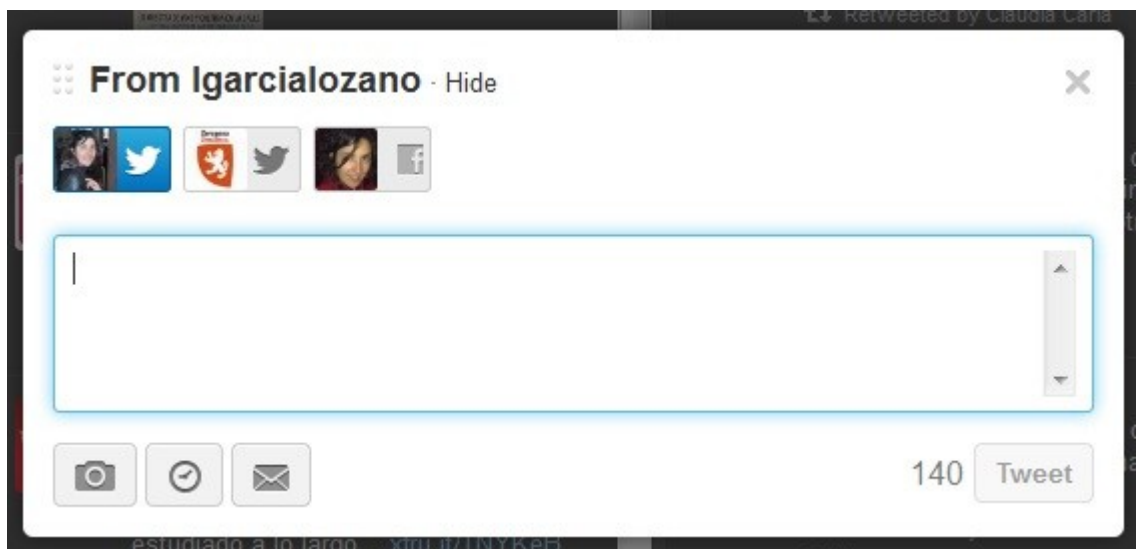


Figura 5: Detalle de herramienta de publicación en TweetDeck.

A la hora de escribir un mensaje se elige en primer lugar la cuenta o las cuentas en las que se va a publicar, una vez escrito el mensaje se pueden anexar fotografías,

pero ningún otro tipo de archivo. También se facilita la localización de los usuarios al redactar mensajes directos presionando el botón con el icono de un sobre, ya que al comenzar a escribir un contacto, aparecen todas las posibles opciones.

Otras posibilidades a la hora de publicar mensajes son: que los tweets pueden ser programados para que sean publicados cuando más convenga al centro de información, la posibilidad de usar un servicio para acortar enlaces (si bien antes hay que estar registrado con Bit.ly), así como la creación filtros de contenido de autores o fuentes que interese bloquear.

6. En cuanto a las posibilidades de seguimiento de información relevante, TweetDeck cuenta con un buscador en el cual se puede buscar tanto por palabras clave como por hashtag, devuelve un listado de resultados, el cual se puede añadir como una columna más en el panel de control. Por otra parte, en relación a todos los tipos de columnas que se pueden añadir y la información contenida en ellas (ver Figura 6):

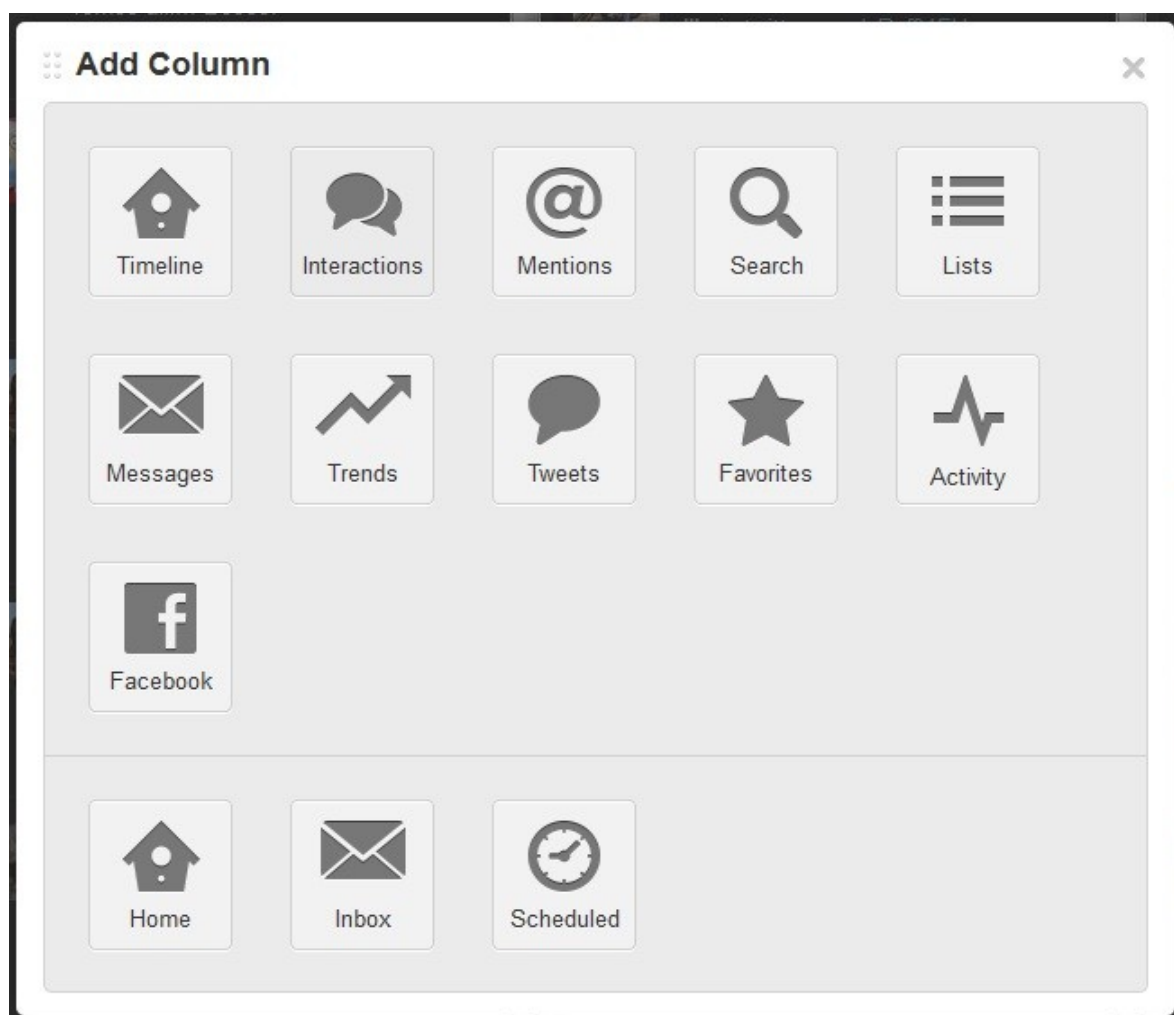


Figura 6: Tipos de columnas que se pueden añadir al panel de control en TweetDeck.

Como se puede observar en la imagen, para cuentas Twitter se puede elegir entre multitud de indicadores para gestionar y seguir, comenzando por el Timeline, y siguiendo por interacciones, menciones, búsqueda por término, aportaciones de los usuarios de una lista, trendic topics, mensajes, tweets favoritos y de las personas que sigues actividad.

Para las cuentas de Facebook las posibilidades son menores, ya que cuando se presiona en el botón dedicado a esta red social, sólo permite visualizar las actualizaciones de las páginas “me gusta” de la cuenta o de los “me gusta” que hacen los amigos de la cuenta, y las notificaciones que los usuarios hacen en la cuenta del centro, ya sean “me gusta”, mensajes enviados o mensajes compartidos.

Por ultimo, hay un tercer bloque de columnas que pueden ser añadidas en el panel

de control, en ellas la información que aparece procede de todas las cuentas sincronizadas con TweetDeck, ya sean de Twitter o de Facebook, siendo home similar a un timeline que contiene todos los mensajes publicados, inbox similar a los mensajes directos recibidos, mientras que scheduled contiene todos aquellos mensajes programados pendientes de publicación.

7. Tweetdeck no da posibilidad de hacer seguimiento y difundir información de fuentes agregadas, salvo lo ya mencionado de añadir una columna con las actualizaciones de las fuentes RSS de la cuenta Facebook vinculada. Pero, por un parte, es en Facebook donde se tiene que agregar la fuente y, por otra, si bien se puede ver esta información, hay que recordar que en las columnas relativas a Facebook TweetDeck no permite ningún tipo de interacción posterior que permita difundir esa información.
8. TweetDeck no da posibilidad de descarga de aplicaciones.
9. Al presionar sobre el nombre de un usuario en una columna relaciona con Twitter aparecen sus datos principales (cuantas personas le siguen, cuantos tweets ha enviado, a cuantas listas está suscrito, etc). Es allí donde se puede seguir o dejar de seguir a un usuario, bloquearlo o mandarle un mensaje directo, añadirlo o quitarlo de una lista, etc. En las columnas de Facebook, cuando se presiona sobre el nombre de un usuario, simplemente enlaza con la página que tiene el usuario de esta red social.

TweetDeck da la posibilidad de gestionar usuarios desde la herramienta, creando listas o grupos diferenciados con el fin de segmentar mejor la información que es enviada por los medios sociales.

10. No se encuentra necesario mencionar ninguna prestación que TweetDeck tenga, ya que todas sus funcionalidades han sido ya comentadas.

Análisis de prestaciones de Seesmic

Antes de analizar en profundidad Seesmic es reseñable señalar que también ofrece la aplicación gratuitamente para dispositivos móviles, pero ésta última no es de interés para

este trabajo, si bien tener versión de esta aplicación para dispositivos móviles todavía la dota de más versatilidad a la hora de poder realizar el debido seguimiento y gestión de las cuentas 2.0 en cualquier momento y lugar.

Atendiendo a los aspectos a analizar Seesmic:

1. Su plan gratuito incluye hasta un máximo de tres cuentas diferentes de Facebook, Twitter, LinkedIn, Tumblr o Wordpress.
2. Una vez realizado el registro, a continuación aparece la pantalla en la que se tiene que indicar que cuentas van a ser sincronizadas con Seesmic. En las herramientas anteriores esta pantalla era más sencilla, en el caso de esta herramienta contiene una pantalla intermedia con más opciones que se analizará en el punto siguiente.

Un inconveniente encontrado al sincronizar las cuentas con Seesmic es que, en el caso de Facebook, redirecciona directamente a la cuenta de Facebook ligada al correo electrónico facilitado en el proceso de registro, lo cual dificulta la inclusión de otras cuentas de Facebook que nos puedan interesar y que tengan otro email de contacto. Este problema sin embargo no ha sido detectado en Twitter.

Una vez que las cuentas deseadas están vinculadas forma aparentemente satisfactoria, al ir a la vista de columnas para monitorizar la información, Seesmic tiene problemas para realizar una sincronización efectiva y en ocasiones tanto en Facebook como en Twitter, comunicando que la información relativa a la columna que se quiere añadir (el muro de una cuenta de Facebook por ejemplo) esta vacía, cuando eso es imposible. Este pequeño percance se soluciona dando al botón de actualizar en alguna ocasión, en otras ocasiones hay que volver a comenzar sesión o bien esperar un tiempo (Ver Figura 7):

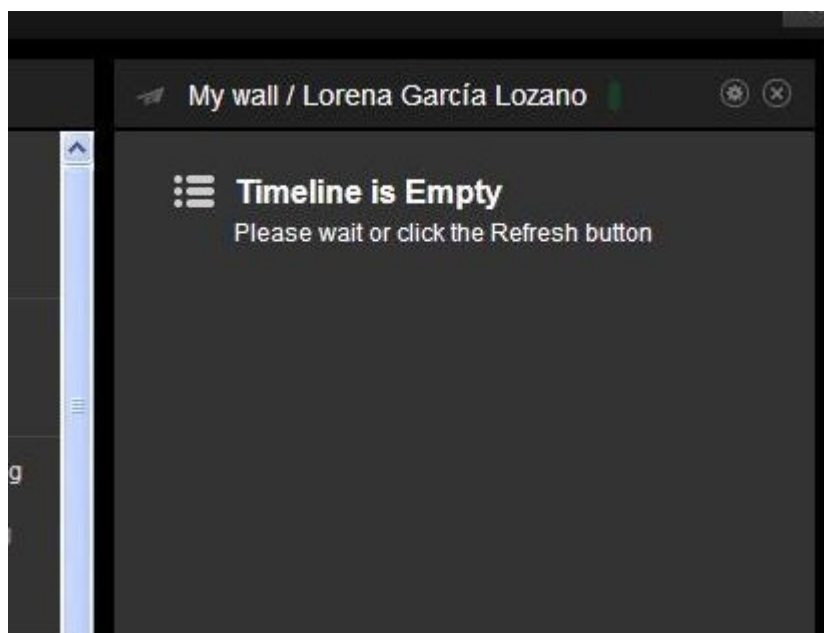


Figura 7: Fallo detectado en la sincronización de Seesmic con Facebook

3. En el punto anterior se ha comentado que Seesmic cuenta con una pantalla intermedia con varias opciones antes de acceder a la típica vista de columnas (ver Figura 8), que incluye los botones post, pending, feedback, accounts, profile, settings, ping settings y Seesmic web. Estos botones facilitan accesos directos a acciones como enviar mensajes (post), ver mensajes pendientes de publicación (pending), el historial de los post enviados por días y junto con las interacciones que ha tenido cada uno (feedback), las cuentas sincronizadas (accounts), los datos del usuario y su modalidad de contratación (profile settings), envío de correo electrónico (ping settings) y, por último, a través del botón Seesmic Web accedemos a la vista de columnas en cascada.

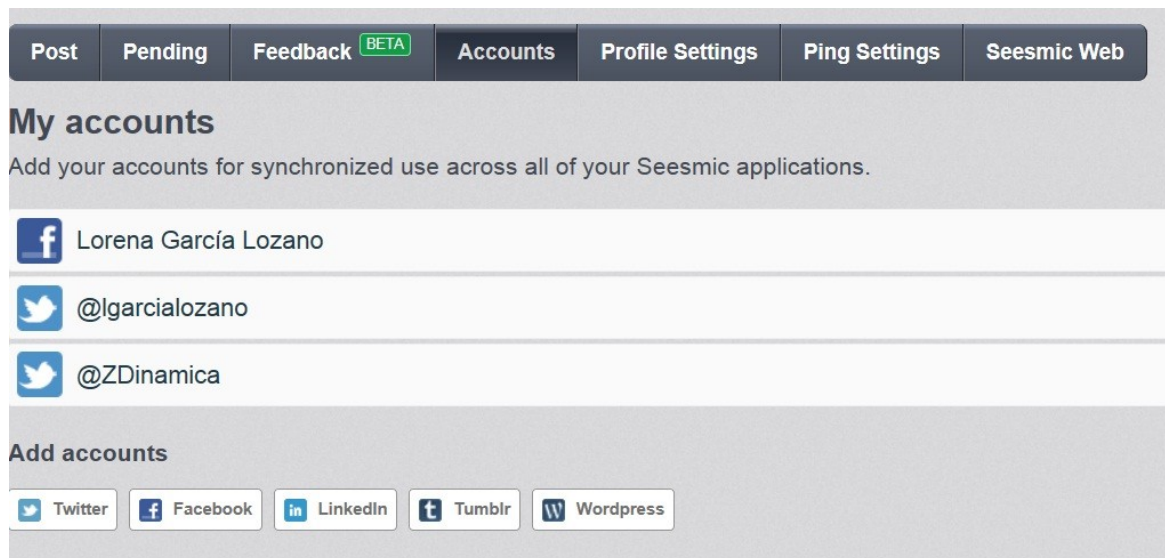


Figura 8: Pantalla intermedia de control con accesos directos de Seesmic.

El cuadro de mando es similar a todos los vistos anteriormente. En cuanto a la disposición de las columnas, Seesmic trabaja como TweetDeck, con columnas dispuestas una detrás de otra verticalmente sin agruparlas en pestañas, si bien, con Seesmic únicamente nos podemos mover a través de ellas con la barra deslizante situada en la parte de abajo de la pantalla.

4. Como siempre, las opciones de interacción para con un mensaje aparecen cuando se pasa el ratón por encima de él, apareciendo varios botones. En las columnas de cuentas Twitter se puede responder al autor, responder a todos los mencionados en el mensaje, retwittear (bien directamente con el botón retweet, o copiando el mensaje y añadiendo RT y los comentarios que se estimen oportunos con el botón quote), mandar mensajes directos, mandar el tweet por email, marcarlo como spam o como favorito.

Por su parte, en las columnas que contienen información de cuentas Facebook se puede marcar la publicación con me gusta/no me gusta, visualizar los comentarios y/o añadir más comentarios si se desea, borrar el mensaje o mandarlo por email.

5. En relación con las posibilidades de publicación, los mensajes se pueden redactar desde el botón "post" de la primera pantalla, o bien desde la parte superior central del cuadro de mando. Cuando se escribe un mensaje se puede incluir en cualquier de las tres cuentas que se tienen vinculadas y a él se pueden añadir enlaces

(además la herramienta cuenta con un acortador de enlaces en el mismo área de publicación), fotos o la localización del mensaje (si está activada esta opción en la cuentas de twitter).

Otras opciones que nos da Seesmic es la programación de la publicación de los mensajes en la hora y día que se prefiera, o la transliteración de caracteres latinos en su equivalente fonético para lenguajes como el árabe, el ruso o el griego entre otros (ver Figura 9).

El gran inconveniente que tiene Seesmic en cuanto a sus opciones de publicación es la limitación a un máximo de diez mensajes al día con el plan gratuito.

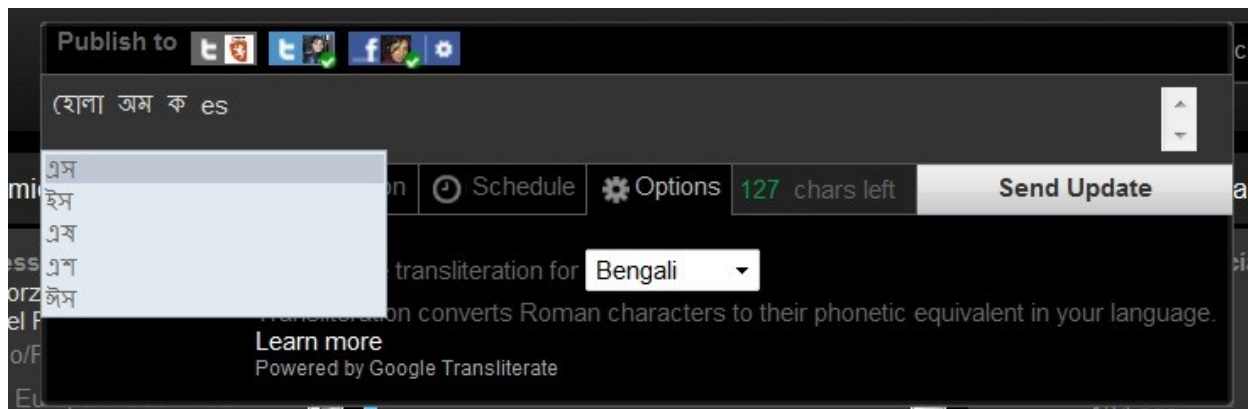


Figura 9: detalle de transliteración en bengali a la hora de publicar post en Seesmic.

6. Seesmic también cuenta con un buscador, el cual hace búsquedas únicamente sobre Twitter, tanto sobre tweets como sobre usuarios, cuando se realiza una búsqueda automáticamente se crea una nueva columna en el panel de control, aunque se elimine más la columna, las búsquedas se pueden guardar para que no sea necesario volver a realizarlas.

En cuanto a los tipos de información de las cuentas sociales que se pueden disponer en columnas se encuentran para Twitter: Home o timeline principal de la cuenta, menciones, enviados, favoritos, mensajes directos, retweets (hemos por mi, por otros y hechos a partir de mis tweets), listas y búsquedas. Por su parte, para Facebook se puede poner en columna a parte el muro y las últimas actualizaciones de las páginas "me gusta" y/o de los amigos de la cuenta.

En el menú lateral también se encuentra el epígrafe "trends", en él se pueden

visualizar los términos que son trending topic en casa momento, discriminados además por localización (aunque la opción de cambiar de localización en ocasiones no funciona).

Una vez seleccionada la información que se quiere visualizar en columnas, dentro de cada columna, (y siempre que ésta tenga que ver con información extraída de Twitter) existe la posibilidad de cambiar la forma de visualización (en modo detallado o más sucinto), y lo más importante, como con Hootsuite, se pueden crear nuevos filtros sobre la información de las columnas, éstos pueden ser de contenido o también se pueden filtrar los mensajes en función de su índice de popularidad en Klout (ver Figura 10):

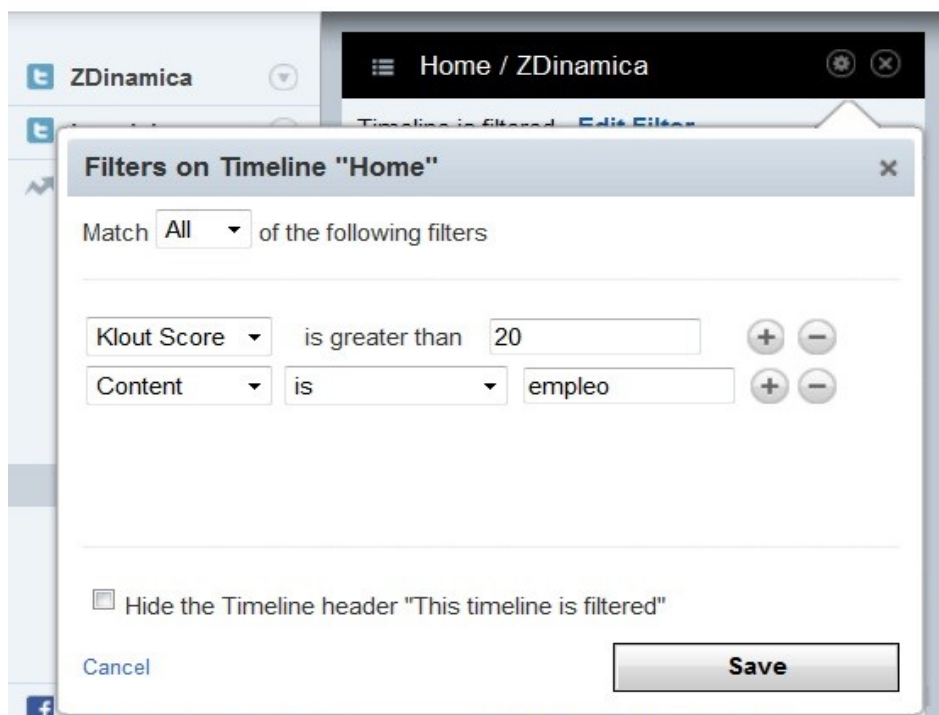


Figura 10: Sobre el timeline de la cuenta ZDinamica se ha realizado un filtro para buscar sólo aquellos mensajes que contengan la palabra empleo y tengan más de 20 puntos de puntuación Klout.

7. Seesmic no cuenta con posibilidades de seguimiento de blogs y/o fuentes RSS que puedan ser difundidas.
8. La versión gratuita no cuenta con posibilidades de agregar aplicaciones para

trabajar con plataformas como Youtube, Instagram, etc.

9. Al moverse por el panel de control y presionar sobre el nombre de un usuario aparecen sus datos principales (cuantas personas le siguen, cuantos tweets ha enviado). Es allí donde se puede seguir o dejar de seguir a un usuario, bloquearlo o mandarle un mensaje directo, esto último también se puede hacer por otras vías ya comentadas (usando el botón post o en la caja de publicación).

Seesmic también permite discriminar información en columnas a partir de listas o grupos de usuarios pero que previamente han debido crearse en la cuenta social correspondiente, lo que sí permite es la creación de nuevas listas vacías a las que los usuarios se pueden suscribir.

10. Seesmic ofrece otras posibilidades en cuanto a la estética y forma del panel de control, como cambiar el número de columnas de la vista (en la parte inferior izquierda), cambiar el color de fondo o el idioma.

Mención especial también merece el apartado "Feedback"³ de Seesmic, ya ha sido mencionado anteriormente de forma sucinta. Esta funcionalidad es de reciente creación y pretende medir la respuesta generada por un mensaje que haya sido enviado a través de Seesmic, mostrando los "me gusta", los retweets y las veces que ha sido compartido cada mensaje, si bien, en el plan gratuito sólo hace el seguimiento de los 3 últimos mensajes enviados.

Análisis de prestaciones de Sobees

Sobees, como TweetDeck, puede ser utilizado tanto como herramienta de escritorio (Desktop), como a través de un navegador (webtop), siempre y cuando en el proceso de registro también se realice la descarga de Silverlight.

1. Sobees trabaja con cuentas Facebook, Twitter y LinkedIn, en su página web no menciona ningún tipo de limitación en cuanto al número de cuentas.
2. La sincronización con Facebook directamente no se realiza, puesto que se ha

3 Véase en <https://seesmic.zendesk.com/entries/21733336-seesmic-ping-service-web-response-metrics-beta>

intentado esta operación en varias ocasiones y el resultado siempre ha sido insatisfactorio. Sin embargo, para vincular Sobees con varias cuentas de Twitter no hay ningún problema.

3. Sobees da muchísimas posibilidades de visualización, y no sólo en columnas, sino también en cuadrados, en vertical u horizontal, agrupadas las cuentas en columnas o no, esto hace que se multipliquen las posibilidades para adaptar la interfaz en función de las necesidades (ver Figura 11):

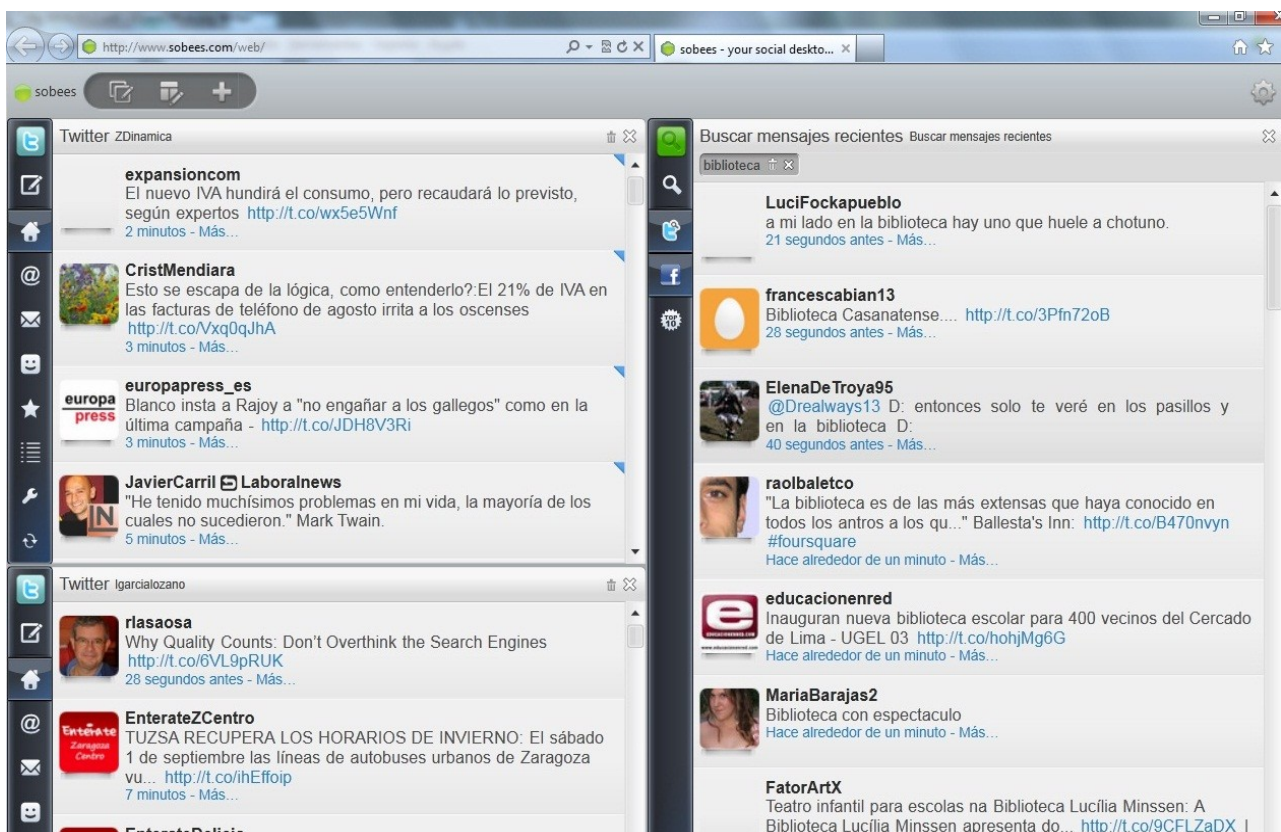


Figura 11: detalle de un panel de control de Sobees en el que se ha elegido una distribución dividida en dos partes, la parte derecha, a su vez dividida en dos cuadrados, se corresponde con dos cuentas Twitter, mientras que la parte izquierda, es un único espacio dedicado a los resultados de una búsqueda.

4. Al posar el ratón sobre la foto de cada usuario aparecen las posibilidades de interacción, las cuales incluyen responder, mandar un mensaje directo, retwitear, responder a todos, marcar como favorito, seguir al usuario, dejar de seguirlo, añadirlo a una lista previamente creada en Twitter, marcar como spam o bloquear al usuario.

5. La publicación de post se realiza a través de un botón situado en la parte superior izquierda de la pantalla, pero aquí simplemente se puede elegir en qué cuenta o cuentas queremos publicar y escribir 140 caracteres como máximo, no se puede adjuntar ni un enlace de interés. Sin embargo, al entrar en la visión en columnas de cada cuenta, aparentemente, da la opción de adjuntar fotos, pero las pruebas realizadas muestran que no las adjunta correctamente. Tampoco es posible programar los posts que se quieren enviar.
6. Sobeas si cuenta con un buscador para hacer el seguimiento de palabras clave o hashtag que sean de interés. En este apartado aparece un botón llamado "top 10" sobre actualidad y tendencias (trending topics) pero no sucede nada significativo cuando es presionado.

En cuanto al tipo de información que se puede ver relativa a las cuentas Twitter sincronizadas, se encuentra únicamente el timeline, los mensajes enviados y recibidos, las respuestas y las listas o grupos creados.

7. Sobeas no cuenta con la posibilidad de seguir fuentes RSS.
8. No se aprecia la posibilidad de descarga de aplicaciones complementarias para trabajar con otro tipo de archivos.
9. Como TweetDeck, Sobeas también permite crear listas o grupos de usuarios para segmentar mejor la información, y esto se puede hacer desde la propia herramienta sin tener que esperar a que sean creadas desde Twitter.

En relación con las gestiones que se pueden realizar directamente sobre un usuario, Sobeas distingue entre los usuarios con los que se tiene relación (son seguidos o seguidores de la cuenta sincronizada) y aquellos con los que no se tiene relación, con estos últimos, simplemente se realiza un enlace con su página de Twitter, con los primeros si que aparece una pantalla con más información (tweets enviados, personas seguidas, seguidores, listas que han creado, listas que siguen, etc), pero la única posibilidad real de interacción es dejar de seguir al usuario en cuestión.

10. Tras realizar el análisis a Sobeas no se contempla ninguna funcionalidad que no haya sido comentada ya.

Comparación entre todas las herramientas analizadas

Tras el análisis pormenorizado de cada herramienta atendiendo a los diez aspectos enumerados en la fase de justificación de este trabajo, se procederá a continuación a realizar una comparación entre todas las herramientas aspecto por aspecto, eligiendo en cada punto aquella herramienta o herramientas que mejor cubran las necesidades de gestión de redes sociales para un centro de información. Sin embargo, antes de comenzar de lleno con la comparación propiamente dicha, ver la siguiente tabla:

Aspectos analizados/herramientas	Hootsuite	TweetDeck	Seesmic	Sobeas
Redes sociales diferentes y límite de cuentas vinculadas	7 redes y 5 cuentas	2 redes, sólo una cuenta Facebook	5 redes y 3 cuentas	2 redes, no limite de cuentas
Sincronización efectiva con redes sociales	Positiva con todas las redes	Positiva en todas las redes	Positiva, pero problemas con Facebook	No sincroniza con Facebook
Forma de visualización del panel de control	Columnas agrupadas en pestañas	Columnas seguidas una tras otras	Columnas seguidas una tras otra	Múltiples opciones de distribución
Posibilidades de interacción con usuarios	Múltiples opciones para cualquier red	Múltiples con Twitter, limitadas con Facebook	Múltiples opciones para cualquier red	Múltiples con Twitter, nulas con Facebook
Posibilidades de publicación	Muy completas	Correctas, pero no acortador de enlaces directo	Muy completas, pero límite de 10 post al día	Muy limitadas
Posibilidades de recuperación de información	Muy completas	No filtra sobre búsquedas	Muy completas	Limitadas, no filtra búsquedas
Seguimiento y difusión de blogs, RSS	Es posible	No es posible	No es posible	No es posible
Descarga de aplicaciones complementarias	Es posible	No es posible	En versión de pago	No es posible
Posibilidades de gestión de usuarios	Con grupos ya creados	Muy completas	Con grupos ya creados	Muy completas
Otras funcionalidades destacadas	Informes y equipos de trabajo	No destacables	Feedback para control de difusión web	No destacables

Tabla 1: Resumen de todos los aspectos observados por las herramientas analizadas.

Por todo lo anterior, la mejor herramienta o herramientas por cada aspecto analizado es:

1. La herramienta que acepta mayor número de redes sociales diferentes es Hootsuite, si bien tiene una limitación de hasta cinco cuentas. Seesmic puede trabajar con hasta cinco redes sociales, pero tiene una limitación de hasta tres cuentas diferentes. Otras herramientas, como TweetDeck, no dicen nada al respecto del número máximo de cuentas, pero sólo permite una única cuenta de Facebook y sólo trabaja con ésta última y Twitter. Sobeas por su parte, no establece una limitación en cuanto al número de cuentas, pero sólo trabaja con tres redes sociales. Enumerado todo lo anterior, la mejor herramienta en relación con este aspecto es Hootsuite.
2. Atendiendo a la sincronización efectiva entre las aplicaciones y las redes sociales, Hootsuite, TweetDeck y Seesmic consiguen asociarse tanto con Facebook como con Twitter, si bien Seesmic en ocasiones no actualiza bien la información. Por su parte, Sobeas no se asocia con Facebook en absoluto. Enumerado lo anterior, las mejores herramientas en relación con este aspecto son Hootsuite y TweetDeck.
3. Atendiendo al tipo de visualización de la información, las múltiples posibilidades de Sobeas que hacen posible cualquier tipo de visualización hacen que sea la herramienta mejor valorada en este aspecto.
4. A la hora de interaccionar con el usuario, Hootsuite y Seesmic son las mejores herramientas ya que son las que más posibilidades ofrecen tanto para Facebook, como para Twitter. Sobeas no trabaja con Facebook y TweetDeck permite la visualización de la información en Facebook, pero no permite interaccionar. En cuanto a Twitter, todas las herramientas tienen más o menos las mismas prestaciones.
5. La aplicación que más cumple con ello es Hootsuite, ya que, por poner sólo algunos ejemplos, en Sobeas no se puede algo tan sencillo como adjuntar una foto al mandar un mensaje. Por su parte, TweetDeck cuenta con un acortador de enlaces, pero no se puede utilizar de forma directa como con Hootsuite y Seesmic, y

Seesmic tiene una limitación a la hora de publicar de hasta diez mensajes diarios, sin duda, un gran inconveniente.

6. Las cuatro herramientas analizadas cuentan con un buscador de palabras clave, así como con multitud de aspectos de las cuentas sociales que pueden ser monitorizados, pero los pequeños matices marcan la diferencia; en TweetDeck no se puede hacer una columna sobre los retweets que se han conseguido, lo mismo sucede en Sobees, que además no realiza bien la búsqueda ni de los trending topics del momento. Las dos herramientas que destacan en este aspecto son Hootsuite y Seesmic porque no sólo permiten visualizar y recuperar multitud de información, sino que también permiten filtrar esa información ya sea por contenido o por puntos de influencia Klout.
7. La única herramienta que permite seguir y difundir fuentes RSS es Hootsuite.
8. De las herramientas analizadas, sólo Hootsuite y Seesmic permiten la descarga de aplicaciones complementarias para trabajar con todo tipo de archivos, si bien Seesmic sólo lo permite en su versión de pago.
9. En cuanto a la posibilidades de gestión de usuarios, TweetDeck y su funcionalidad para la creación de listas en la propia herramienta es la más potente a este respecto. Sobees también cuenta con esta opción, pero su posibilidades de gestión a los usuarios de forma individual son más limitadas. Hootsuite y Seesmic permiten la gestión de listas de usuarios, pero previamente han debido ser creadas en Twitter. Ninguna herramienta cuenta con prestaciones relacionadas con la gestión de grupos de Facebook.
10. En cuanto a otro tipo de prestaciones, destaca especialmente la creación de informes de Hootsuite, ya que es una funcionalidad muy potente que va más allá de la gestión y la presencia 2.0, y se adentra en la monitorización. También se podría destacar aquí el nuevo botón "Feedback" de Seesmic, que da muchísima información sobre la influencia que tienen los mensajes publicados, pero sólo es útil para las tres últimas publicaciones.

Conclusiones

Atendiendo a los análisis anteriores de cada herramienta, y habida cuenta de que también se han comentado y comparado los pros y contras de cada una de ellas, se puede concluir:

1. Este tipo de herramientas están más optimizadas para trabajar con Twitter que con Facebook, ya que las posibilidades que ofrecen para hacer un seguimiento pormenorizado son muchísimo más completas para la red social de 140 caracteres.
2. El tipo de visualización más conveniente es aquella que agrupa las redes sociales en pestañas, ya que permite ver un número mayor de columnas si salir fuera de los límites que marca la pantalla. Si bien disponer las columnas una detrás de otra como más interesa como plantean algunas herramientas puede ser, en principio, una ventaja, en el momento que hay muchas columnas y hay que desplazarse horizontalmente para localizar la que interesa atender, se pierde tiempo y resulta algo tedioso, y la web 2.0 se caracteriza por la rapidez y la inmediatez de la respuesta.

Una posible solución sería priorizar columnas. Por ejemplo, en una cuenta con muchos usuarios el timeline no sería tan importante como responder a los usuarios. Sin embargo, no hay que olvidar que en un centro de información ambas cosas son importantes, tanto responder al usuario, como atender al timeline para poder difundir la información más interesante, que a su vez atraerá a más usuarios. Además, llegar a un número de columnas que obligue a desplazarse horizontalmente es algo muy sencillo de conseguir, ya que en una sola cuenta de Twitter lo normal es prestar atención al timeline, los mensajes y las menciones, éstas últimas para comprobar el impacto obtenido. Si a esto se suma el seguimiento de un par de hashtag ya se ha ocupado toda la pantalla sin haber incluido ninguna columna que controle Facebook.

3. Una aplicación de este tipo no puede tener límite diarios de publicación de mensajes, ya que, en el caso de celebrarse una jornada o evento en el centro de información, como es cada vez más usual, se tiene que hacer el seguimiento

también a través de las redes sociales. Esto es un pico de actividad que con estos límites es inviable atender.

4. En este tipo de herramientas es preferible la opción webtop (manejo de la herramienta usando un navegador web), dada su versatilidad para utilizar la herramienta a través de Internet desde cualquier terminal.
5. Es imprescindible que se puedan programar los mensajes a difundir. Para poder explicar la importancia de esta funcionalidad se debe mencionar antes la existencia de estudios que dicen en qué momento del día es mejor publicar una información, ya que ese momento es utilizado por muchas personas para revisar sus cuentas sociales⁴. En muchas ocasiones, estos picos de utilización de las redes sociales no coincidirán con el horario del centro de información, de ahí la ventaja que programar la publicación supone, ya no sólo para que el mensaje llegue, sino para que tenga más posibilidades de ser leído y de crear interacción y difusión.
6. Debe resaltarse la importancia de la creación y/o gestión de listas de usuarios en los perfiles 2.0 de un centro de información a través de estas herramientas, ya no sólo para segmentar mejor la información y que ésta sea más pertinente, sino para hacer un seguimiento óptimo de las conversaciones que se generan en y entre los grupos.

Como conclusión final, teniendo en cuenta el estado actual de desarrollo de estas herramientas, y sin ningún atisbo de duda, se puede afirmar que la mejor herramienta de las analizadas es Hootsuite, ya que ha salido favorecida en casi todos los aspectos analizados. Reúne todas las funcionalidades, no presenta problemas de sincronización con Facebook, no tiene límite para enviar posts al día y éstos pueden ser programados. Además, su versión de pago cuenta con la gran ventaja de poder crear equipos para reorganizar mejor el trabajo cuando hay muchas cuentas que gestionar o las comunidades de usuarios son muy grandes. Esta herramienta también posee la funcionalidad para la creación de informes, lo que siempre es útil para medir resultados. Es la herramienta más potente y fiable de todas las analizadas en este trabajo.

4 Véase en <http://www.abc.es/20120719/medios-redes/abci-twitter-facebook-horarios-201207190452.html>

Bibliografía

Bonnelly, Rafael. *La huella social: cómo los usuarios tomaron control de Internet*. Madrid: TF, 2010.

Fernández, Sonia. *Dos grados: networking 3.0*. Madrid: LID Empresarial, 2011.

Gonzalo, Marilín. "10 prácticas penosas en Twitter". *Bitelia*, agosto 7, 2012. <http://bitelia.com/2012/08/practicas-penosas-twitter> (acceso agosto 10, 2012).

Grané, Mariana y Cilia Willem, eds. *Web 2.0: nuevas formas de aprender y participar*. Barcelona: Laertes, 2009.

Jiménez, Inma. "¿Escuchas bien en las Redes Sociales?: Herramientas para monitorizar". *Redes y marketing*, enero 24, 2012. <http://www.redesymarketing.com/escuchas-bien-en-las-redes-sociales-herramientas-para-monitorizar/> (acceso abril 4, 2012).

Nafría, Ismael. *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona: Gestión 2000, 2008.

O'Reilly, Tim. "What Is Web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software". *O'Reilly*, septiembre 30, 2005. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (acceso junio 24, 2012).

Páez, Ana. "Las redes sociales también tienen 'primetime'". *ABC*, julio 23, 2012. <http://www.abc.es/20120719/medios-redes/abci-twitter-facebook-horarios-201207190452.html> (acceso julio 28, 2012).

Pérez, Ara. "Las 30 mejores herramientas en redes sociales". *E-Interactive*, enero 31, 2011. <http://www.e-interactive.es/blog/las-30-mejores-herramientas-en-redes-sociales/> (acceso abril 4, 2012).

Yamasaki, John. "Seesmic Ping Service - Web - Response Metrics Beta". *Seesmic Help Desk*, julio 18, 2012. <https://seesmic.zendesk.com/entries/21733336-seesmic-ping-service-web-response-metrics-beta> (acceso septiembre 5, 2012).