



REDES SOCIALES COMO
GENERADORAS DE LIDERAZGOS

JESÚS GARULO GARCÍA



REDES SOCIALES COMO GENERADORAS DE LIDERAZGO





ÍNDICE

Introducción	4
Prologo.....	5
Historia de las redes sociales	6
Estadísticas sobre el uso de Internet en México	9
Estadísticas sobre el uso de las redes sociales	13
Influencers, ¿efectivos?	16
Tipo de redes sociales	20
Concepto de liderazgo	25
Líderes en redes sociales	26
De las redes sociales al liderazgo	38
Conclusiones.....	39



INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene una recopilación de los datos más relevantes sobre el uso de internet entre los mexicanos; ya que es el origen para la utilización de redes sociales.

Se detallan los dispositivos que se utilizan, los horarios más comunes para utilizar la red, y cuáles son las actividades favoritas a realizar en esta.

El punto focal está en las redes sociales, mismas que se han convertido en el principal distractor para los seres humanos, han sustituido las horas de sueño, la interacción de las parejas, la atención hacia los hijos y son causantes de la baja productividad en los trabajos.

Las redes sociales como medio publicitario para las empresas es otro de los puntos relevantes, ya que trae consigo uno de los conceptos más sonados en los últimos años. Se analiza el impacto de los influencers en los hábitos de consumo de los usuarios de plataformas digitales.

Para cada necesidad existe una red social, por lo que se hace una breve descripción de las principales redes y su funcionalidad. Bajo este contexto es posible comentar quienes son las personas más populares en cada una de estas.

El documento finaliza con una reflexión basada en la información antes revisada que cuestiona si verdaderamente las redes sociales son un trampolín al liderazgo o si el liderazgo es consecuencia de una serie de acontecimientos independientes a las plataformas digitales.



PRÓLOGO

Ante un mundo cada vez más emergido en la tecnología y contrariamente más separado de las personas; las redes sociales han llegado para cubrir las necesidades humanas de relacionarse e interactuar con personas aun cuando es a través de una pantalla.

El óseo aunado con nuevas formas de pensamiento han traído términos a nuestras conversaciones cotidianas que hace menos de una década no existían.

El presente material busca llevar al lector al conocimiento de la realidad desde la parte más objetiva y cuantitativa con el objetivo de dimensionar el fenómeno y el impacto que significan las redes sociales. Y aun cuando el concepto de liderazgo puede llegar a ser ambiguo; la popularidad será la medida para distinguir a los líderes de las redes.

La óptica desde la que se analiza la popularidad en redes sociales busca no solo cuantificar sino entender el origen de la misma; ya que, equivocadamente puede confundirse popularidad con éxito o con algo positivo para la vida de las personas.

La idea de que a mayor número de seguidores las personas son más felices, más bonitas o más inteligentes ha contaminado la mente de los aspirantes y los ha orillado a cometer acciones que no necesariamente traerán consecuencias positivas a sus vidas.

Existen grupos delictivos, de trata de personas, de sectas entre otros que guardan un gran número de seguidores y se hacen llamar líderes. Este documento busca desmitificar el hecho de que un líder es aquel que tiene más reproducciones de su contenido o más solicitudes de amistad y a la vez busca reposicionar al líder que inspira a otros a ser mejor.



HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

En la actualidad el concepto de red social se asocia de forma directa con medios digitales y con las plataformas de las que hacemos uso en nuestro día a día; sin embargo, las redes sociales tienen su origen mucho tiempo antes del boom de la era digital.

Como seres humanos con necesidad de conectarnos con las personas, siempre hemos buscado la manera de comunicarnos y de estar cerca de personas que tiene gustos similares a los nuestros. Los medios de comunicación han sido el vehículo que nos permite crear dichas redes.

Desde convocatorias en periódicos y revistas impresos, anuncios en radio y tv hasta invitaciones físicas de mano en mano son las primeras y más antiguas formas de red social que la población actual de mayor edad pudo utilizar en algún momento de su vida.

Las primeras redes sociales comienzan con las personas más cercanas que tenemos en nuestra vida como lo son familiares directos, compañeros de escuela, vecinos y colegas de trabajo; mismos que a su vez pueden conectarnos con sus familiares, compañeros de escuela, vecinos y colegas. Este es un ejemplo de red social tradicional; sin embargo, con el ritmo de vida cada vez más acelerado y con menos tiempo disponible para conocer personas y asistir a eventos sociales se ha tenido que echar mano de los beneficios que nos brinda la tecnología.

La primera red social digital surgió con la llegada de la internet en 1995, misma que tenía como objetivo buscar a compañeros de escuela desde el jardín de niños hasta universidad y grados superiores, esta red social lleva por nombre classmates.com y continua vigente casi 25 años después de su aparición.

En años siguientes surgieron algunas otras opciones de red social, entre las más populares estuvo myspace y hi5. Myspace es una red social que continua vigente, tuvo sus inicios en 2003 y alcanzo a tener alrededor de 33 millones de visitantes, en esta plataforma es posible personalizar el perfil, agregar fotos y mostrar a otros usuarios secciones como “acerca de mí”, “quien me gustaría conocer” e “intereses”. El declive de esta red social tuvo dos orígenes; el primero fue por no contar con medidas de seguridad suficientes para los menores aunado al incremento de las redes de predadores infantiles y el segundo por la llegada de competidores que dieron a las personas otras opciones de las cuales elegir.



En esta época la aplicación de mensajería instantánea msn era muy popular entre los jóvenes aun cuando su funcionalidad era solo la de intercambiar mensajes instantáneos. Fue una plataforma que se utilizó como red social ya que si bien no permitía conocer personas nuevas, si permitía interactuar con contactos agregados vía dirección de correo electrónico misma que se obtenía fácilmente en las entonces populares salas de chat. Una muestra más de la necesidad de conectar con las personas y conocer nuevas.

En el mismo año que surge la MySpace llegó una red que rápidamente ganaría popularidad entre la población adolescente; hi5, la red social más utilizada entre los latinos y que permitía compartir contenido privado o público como fotografías, intereses, películas favoritas y una muy especial sección en la que se hacía una descripción breve de “tu cita favorita”. La red social fue fuertemente criticada por descargar la lista de contactos de correo electrónico de la persona usuaria de forma automática y enviar invitaciones a utilizar la plataforma. En 2011 después de la llegada de su competidor más fuerte del que hablaremos a continuación, hi5 fue vendida a Tagged como alianza estratégica de la cual actualmente no se han visto grandes resultados.

En 2004 fue creada la red social más popular hasta la actualidad; Facebook. Su creador, un estudiante de la Universidad de Harvard desarrollo esta plataforma para uso interno de la universidad para posteriormente abrirla a los alumnos de preparatoria hasta llegar a todos el mundo.

Facebook ofrece todas las funcionalidades de las redes antes mencionadas, y ha sido diseñada para que los usuarios tengan toda la facilidad de compartir lo que están pensando, el lugar en el que se encuentran, la actividad que realizan y el sentimiento que esto les genera; el contenido se puede complementar con fotografías y videos así como etiquetas de las personas con las que se está acompañado.

Todas las posibilidades que ofrece Facebook la han colocado como la reina de las redes sociales y esto le ha permitido a la empresa crecer sus funcionalidades y dar la posibilidad de crear páginas para empresas, convocar a eventos masivos entre otros.

A principios de 2018 Facebook estuvo envuelto en uno de los más grandes escándalos políticos en la historia. Se le acuso a su fundador, Mark Zuckerberg de participar en la manipulación de los votantes estadounidenses a favor del ahora Presidente de los Estados Unidos de América; Donald Trump. El mecanismo fue a través de una encuesta como muchas otras que recaban datos de las personas

que participan, la empresa detrás de la encuesta, en este caso Cambridge Analytica toma esa información y crea perfiles psicológicos con el objetivo de enviar información ad hoc para cada perfil y así influir en sus decisiones.

En abril de 2018 el actual presidente de Facebook fue citado en el senado de los EEUU para declarar sobre su participación y responsabilidad en el caso de filtración de información para obtener ventaja en las elecciones presidenciales del mismo país. Zuckerberg asumió su responsabilidad y pidió disculpas por el descuido personal y de la empresa respecto al uso de la información que los usuarios de la red social comparten.



Aun cuando este caso fue conocido en todo el mundo, los usuarios de Facebook no disminuyeron.

Después de Facebook se han creado algunas otras redes sociales como Instagram, Whatsapp, Snapchat, LinkedIn entre otras.

Actualmente todas estas redes sociales conviven de forma paralela debido a que su contenido y funcionalidades son diferentes.

ESTADÍSTICAS SOBRE EL USO DE INTERNET EN MÉXICO

Para poder hacer uso de las redes sociales es indispensable tener acceso a una red de internet por lo que es importante analizar las estadísticas de uso de este servicio en México.

De acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) de 2018 que emite El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en México existen 82.7 Millones de usuarios de internet lo que representa 4.3% de crecimiento respecto al año anterior y 309% desde 2006. Esto significa que actualmente el 71% de la población de más de 6 años es usuario activo del servicio de internet.

Respecto al género de los usuarios, el 51% son mujeres versus un 49% del género masculino.

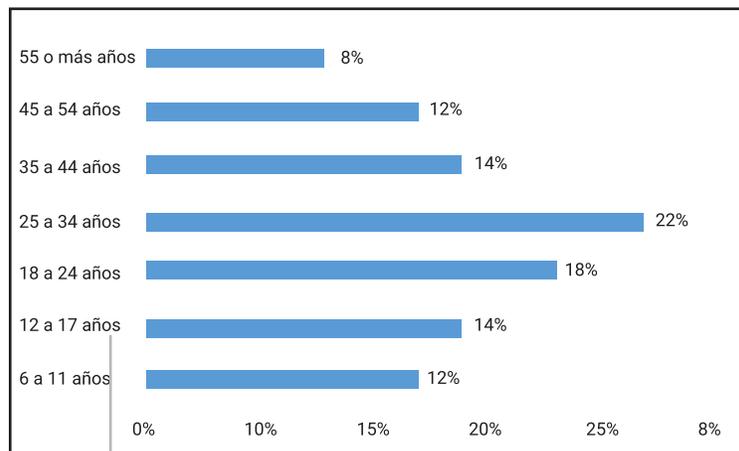


Figura 1 Usuarios de internet en México por edad
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SCT e IFT

En la figura 1 es posible observar que las personas de entre 25 y 34 años son quienes más utilizan la internet. El primer factor que se puede adjudicar a este fenómeno es que forman parte de la generación que la vio nacer y fueron los pioneros en el uso de las redes sociales; por lo que son actividades que forman parte de sus vidas desde su adolescencia.

Por otro lado, los trabajos actuales implican un gran número de horas utilizando

plataformas de internet y este rango de edad es el que en este momento forma el grueso de la PEA.

Un segundo dato interesante de analizar es que la población entre 6 y 11 años representa al 12% de los usuarios de internet. Las políticas de las redes sociales no recomiendan que personas menores de 12 años tengan una cuenta activa debido a que el contenido que los usuarios comparten podría ser inapropiado para edad. Sin embargo, las solicitudes de tareas cada vez más especializadas en las escuelas y los métodos de crianza familiar han permitido que los niños desde muy temprana edad tengan acceso a dispositivos electrónicos con acceso a internet. Es importante comentar que existen sitios educativos especialmente diseñados para los más pequeños, pero esto no es garantía de que no estén expuestos a visualizar contenido no apto para su edad.

Finalmente, en el primer rango aparecen las personas con más de 55 años, mismos que pertenecen a la generación conocida como baby boomers y quienes conocieron la internet cuando estaban alrededor de los 30 años. Esta generación a pesar de haber estado presente en la aparición del internet no tuvo acceso a la misma en sus primeros años por lo que ha padecido su adopción, situación que se ve reflejada en el bajo porcentaje de usuarios que hay en México.

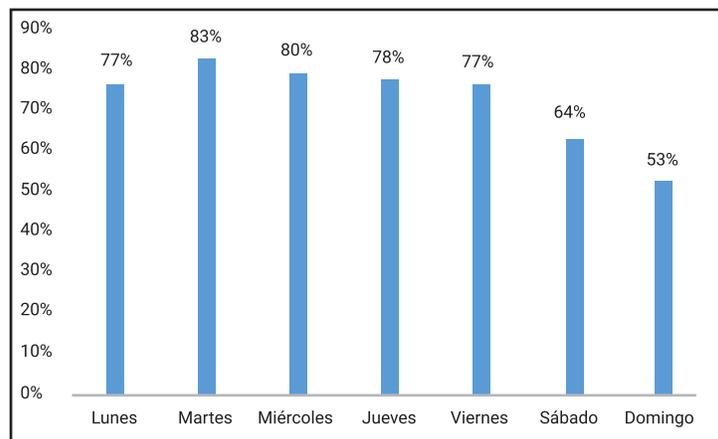


Figura 2 Días de conexión a internet

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SCT e IFT

De acuerdo con los datos de la figura 2 los días en que más se conectan los usuarios son los martes, miércoles y jueves con 83%, 80% y 78% respectivamente. Considerando que los usuarios del internet pasan gran parte de su día en el trabajo o en la escuela es entonces posible vincularlo con esa actividad, ya que los datos del fin de semana son los más bajos quizás por tener algunas otras actividades con la familia o en lugares donde el acceso a internet es limitado.

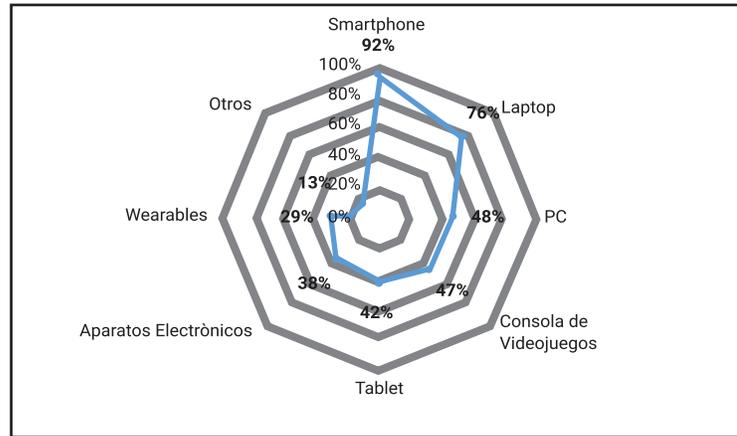


Figura 3 Dispositivos de conexión a internet
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SCT e IFT

Respecto a los dispositivos de conexión, conforme a los datos de la figura 3, el Smartphone es el medio favorito para estar conectados al servicio de internet; y es que la facilidad de tener todo el acceso en la palma de la mano se ha convertido ya en un estilo de vida.

Cada día existe más inversión por parte de las empresas para desarrollar aplicaciones y contenido multimedia que pueda visualizarse desde el teléfono. El poco tiempo disponible aunado a los largos trayectos de traslado para realizar actividades diarias ha orillado a las persona a hacer actividades rutinarias desde su teléfono celular para evitar más trayectos, largas filas o estar limitados a horarios de atención establecidos.

El segundo puesto lo ocupa la laptop seguida de la PC, situación que nuevamente es posible vincular a las actividades diarias que exige el trabajo o la escuela y que en tiempos libres permiten estar conectados a la red.

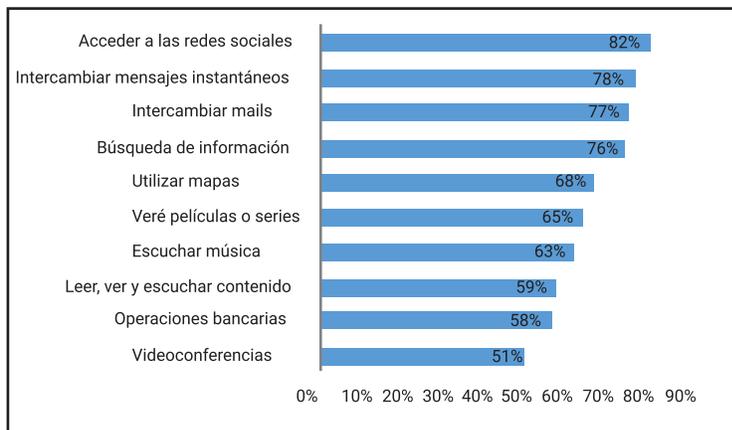


Figura 4 Actividades que realizan en línea los mexicanos
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SCT e IFT

Una vez analizada la forma y el momento en el que los mexicanos utilizan la conexión a internet, es importante conocer que hacen en su tiempo de navegación. La figura 4 presenta las 10 actividades principales que las personas hacen en línea.

La actividad principal es acceder a redes sociales, misma que es objeto de investigación del presente documento. Lo que significa que entre toda la gama de posibilidades que ofrece la internet como se había descrito en páginas anteriores, las personas priorizan el conectar con otras personas o seguir las actividades de sus celebridades favoritas.

La segunda actividad nuevamente está relacionada con la conexión de personas al comunicarse a través de mensajes instantáneos; mismos que se han posicionado por encima de las llamadas de voz, función para la que fue creado el teléfono móvil.

La tercera y cuarta posición podrían estar relacionadas con actividades profesionales, mismas que se justifican al analizar los días y horarios de conexión.

Si bien existen algunas otras actividades importantes que se realizan a través del internet como la compra de bienes y servicios; no es aun el canal favorito para adquirirlos debido al temor de los usuarios de ser víctimas de un fraude, incertidumbre respecto a los tiempos de entrega y dificultades para cambiar o devolver algún producto, entre otras.

Una vez conocidas las actividades en las que gastan en el tiempo las personas cuando están en línea, es preciso entrar en materia y conocer algunos datos respecto a las redes sociales, sus usuarios y la utilidad de las mismas.

ESTADÍSTICAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES

En el mundo existen 3.2 millones de personas que utilizan redes sociales en su vida cotidiana, esta cifra equivale al 42% de la población del planeta. Esta cifra ha ido en aumento y se puede adjudicar a que la facilidad para navegar ha mejorado considerablemente con el paso de los años.

Respecto a la edad de los usuarios de redes sociales, esta no difiere respecto al uso de internet analizado previamente.

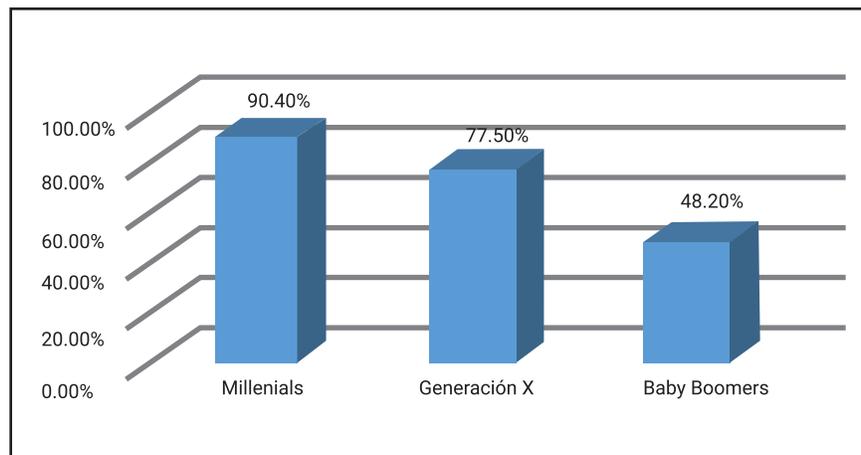


Figura 5 Uso de redes sociales en el mundo por generación
Fuente: Elaboración propia con datos de Emarketer

En la figura 5 se muestra que más del 90% de la generación nacida entre 1980 y 2000 utiliza redes sociales, dato que no es sorprendente dada su estrecha relación desde temprana edad con dispositivos electrónicos. Con estos datos es posible observar que a medida que las personas tienen más edad su relación con las redes sociales es más lejana. Esto no significa que no socialicen sino que su forma de hacerlo es preferentemente a través de los canales tradicionales.

De acuerdo con los datos que publica Globalwebindex para el uso de redes sociales en 2019, las personas pasan 2 horas con 22 minutos cada día en redes sociales y mensajería instantánea. Sobre las actividades más populares que se realizan en redes sociales está el compartir fotografías de lugares, comidas, y revisar publicaciones similares de las personas que se tienen agregadas en la red.

El tiempo que las personas pasan en redes sociales ha ido en aumento, lo que ha convertido a este medio como uno de los más atractivos para que las empresas se publiquen e incluso agreguen ligas para comprar de forma rápida desde las plataformas de redes sociales.

Comúnmente al revisar actualizaciones del feed aparecen publicaciones de empresas que ofrecen descuentos respecto a temas del interés de la persona. Este fenómeno es cada vez más común y se debe a que “los teléfonos nos escuchan”.

Cuando se genera un perfil en redes sociales, la empresa de la plataforma envía un mensaje de aviso de privacidad para el uso de datos y solicita permisos para acceder a galería fotográfica, contactos, ubicación y micrófono. Por lo regular la persona que desea activar su nueva cuenta y sacarle el mayor provecho posible, otorga los mencionados permisos.

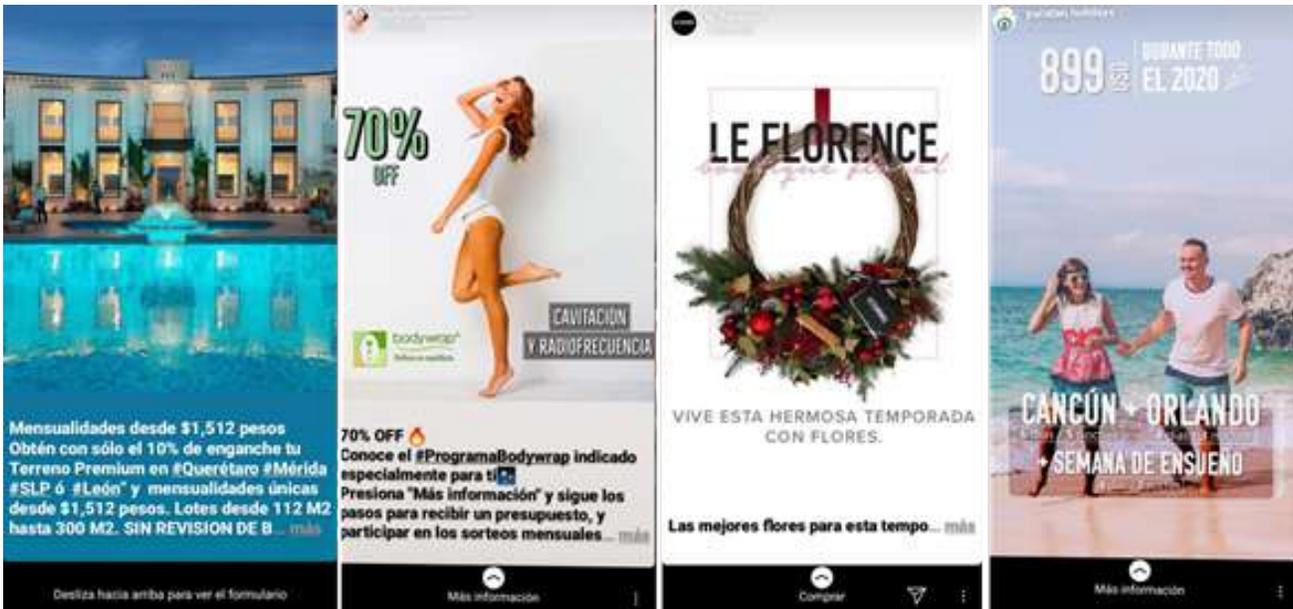


Ilustración 1 Publicidad sugerida Instagram
Fuente: Muestra tomada de perfil personal



Ilustración 2 Publicidad sugerida Facebook
Fuente: Muestra tomada de perfil personal



En la ilustración 1 y 2 se observan 8 anuncios publicitarios de dos diferentes redes sociales. En ambas redes sociales se encuentran nuncios de inmuebles, viajes y flores, incluso para este último caso el anuncio proviene del mismo proveedor.

Las empresas contratan agencias que se encargan de enviar publicidad a los perfiles de redes sociales de acuerdo a las conversaciones o al historial de búsqueda.

De acuerdo a los datos publicados por Buffer en 2019, más del 70% de los mercadólogos consideran que el marketing a través de redes sociales es efectivo.

INFLUENCERS, ¿EFECTIVOS?

Uno de los términos más populares que se ha acuñado en los últimos tiempos es influencer, pero ¿Qué son en realidad? Y ¿Cómo impactan a las marcas?

El uso de las redes sociales ha impactado a todos; las figuras públicas como artistas, deportistas, modelos entre otros también han sido víctimas de pasar gran parte de su día compartiendo actividades comunes de forma pública a cualquier persona que decida seguirlos. Si bien las personas siempre han tratado de imitar a sus ídolos, lo que podían ver o saber de ellos era limitado. Con la llegada de las redes sociales es posible ver que comen, como duermen, que visten, que lugares frecuenta, cuál es su marca de pasta dental y cualquier contenido que deseen compartir.

Las marcas han observado que después de que una figura pública comparte contenido en el que utiliza su marca, el incremento de venta del producto en cuestión se ve impactado, no necesariamente de forma positiva; esto dependerá de la reputación y popularidad del artista o de sus comentarios respecto al producto.

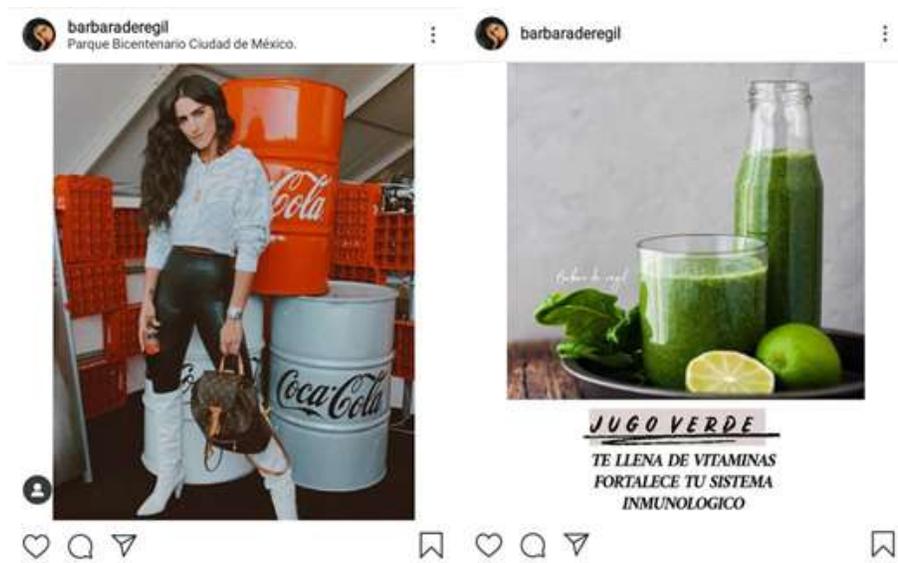


Ilustración 3 Influencer fitness

Fuente: Tomado del perfil público de Instagram de Barbara de Regil

Por otro lado, los ahora conocidos como influencers al notar del impacto que tienen en el consumo de los productos que ellos utilizan han comenzado a cobrar a las marcas por compartir fotografías o videos en sus redes personales dando

referencias positivas o simplemente utilizando sus productos. Lo que comenzó como casualidad ahora se ha convertido en un trabajo para los artistas y como veremos más adelante en su principal fuente de ingresos.

Al monetizar esta actividad son cada vez más personas las que deciden dedicarse a publicitar productos, lo que ha traído una saturación de marcas en redes sociales e incluso se ha caído en incongruencias.

En la ilustración 3 se comparan dos publicaciones de una de las influencers más populares entre los mexicanos. Ha sido galardonada como mejor influencer fitness y forma parte de la lista de las 100 mujeres más poderosas de México según Forbes. En la primera imagen aparece frente a varios slogans de la internacionalmente conocida marca coca-cola; el contraste en la segunda imagen donde recomienda el consumo de jugo verde como parte de la dieta diaria para tener una vida sana.

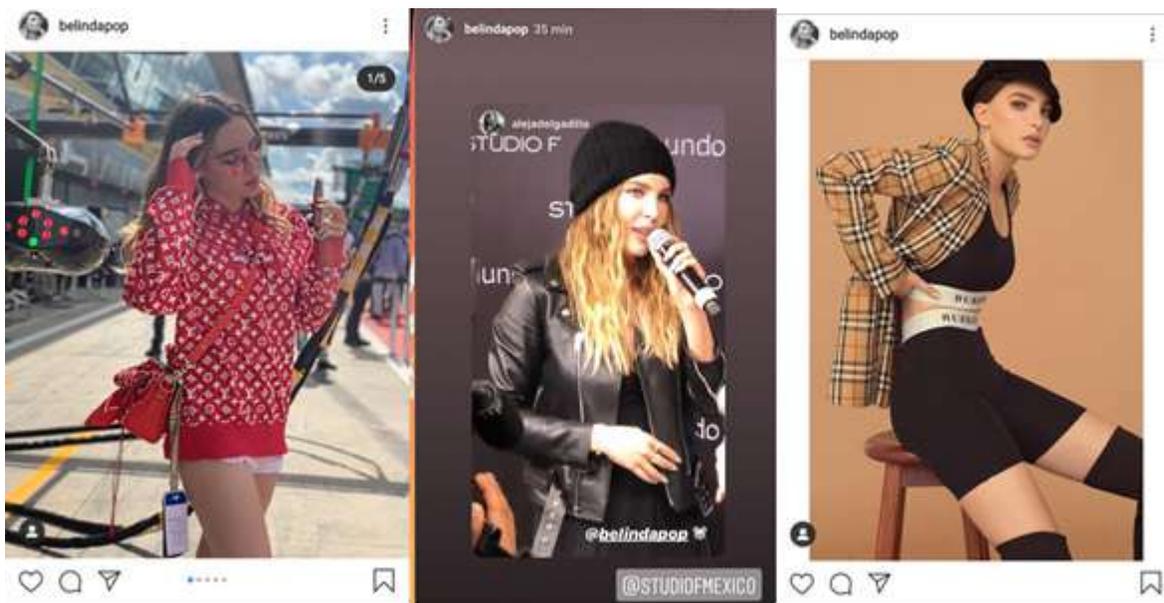


Ilustración 4 Cantante, actriz e Influencer de moda y estilo de vida
Fuente: Tomado del perfil público de Instagram de Belinda

En la ilustración anterior aparece una de las artistas mexicanas con más seguidores y que en los últimos tiempos se ha dedicado a anunciar diferentes marcas e incluso a diseñar colecciones propias en colaboración con marcas populares.

Belinda se caracteriza por compartir contenido diariamente donde permite ver la vida de lujo que lleva; desde el transporte que usa hasta los costos atuendos

que viste. En la primera y la tercera imagen aparece con marcas de lujo de talla internacional; sin embargo su colección más reciente ha sido a través de la conocida marca de origen colombiano Studio F.

Las imágenes de las ilustraciones anteriores son ejemplos de cómo el ser influencer se ha convertido en un trabajo, y se ha perdido la congruencia respecto a anunciar marcas que forman parte de la vida de los anunciantes.

Desde la perspectiva de las marcas, ¿funciona tener a una figura pública aparentando utilizar sus productos?

En la ilustración 5 se muestra el perfil de una marca de accesorios para dama y caballero 100% mexicana con sede en la Ciudad de León Guanajuato.

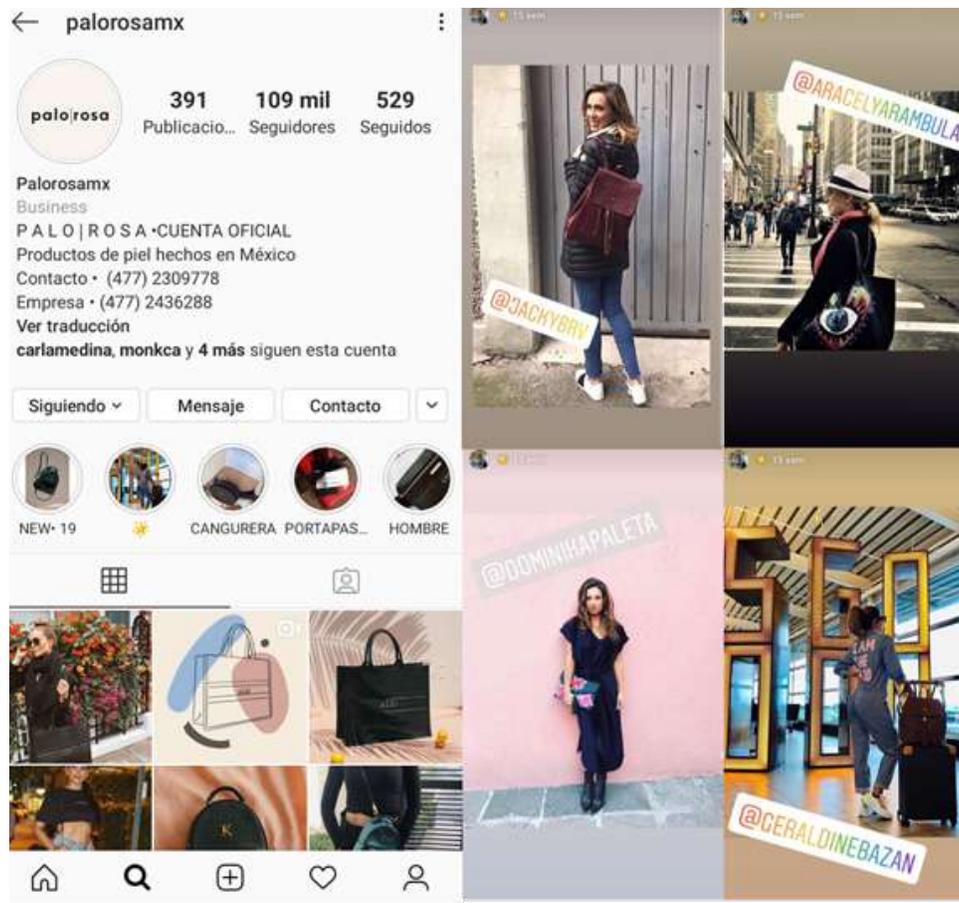


Ilustración 5 Perfil comercial en instagram
Fuente: Tomado del perfil público de palorosamx

La marca en cuestión cuenta con 109mil seguidores de acuerdo a los datos de su perfil de instagram. En la segunda sección de historias destacadas aparecen imágenes de celebridades utilizando sus productos.



La marca tiene como estrategia publicitaria el enviar obsequios a las artistas y después publicar las fotografías donde aparecen con estos.

La suma de los seguidores de las cuatro mujeres que aparecen en la ilustración es de 14.8 millones; por lo que la marca consigue ese número de impactos con el hecho de obsequiar 4 productos con precio promedio de 2,500 pesos.

Bajo el análisis anterior, podemos inferir que los influencers son un medio publicitario con alto impacto para sobre los consumidores. Determinar si el impacto es positivo o no para la marca dependerá directamente de la reputación del influencer y del número de seguidores que tenga en sus redes sociales; ya que aun cuando la marca no este directamente relacionada con su estilo de vida las visualizaciones de sus publicaciones generan asociación para el consumidor.

De acuerdo a los datos publicados por Fourcommunications, en la actualidad el 49% de los consumidores afirman que sus decisiones de compra dependen de las recomendaciones de los influencers. Como conclusión y respuesta a esta sección del documento; los influencers son un medio publicitario efectivo para las marcas.

TIPO DE REDES SOCIALES

Se han mencionado algunas redes sociales a lo largo del documento pero ahora describiremos las más populares y el objetivo para el que fueron creadas de origen.

- **Facebook**

Actualmente esta es la red social más popular, hasta Enero 2019 contaba con más de 2,200 millones de usuarios activos en un mes.

Esta red social brinda la posibilidad a los usuarios de compartir contenido de diversas temáticas; las publicaciones van desde fotografías propias, comida, paisajes, pensamientos, cadenas populares y hasta los ahora conocidos memes.

La información que se publica puede ser visualizada solo por los contactos de la persona o por todo usuario que tenga una cuenta de Facebook. A todas las publicaciones se les puede dar un like, me encanta, me enoja, me entristece.

Entre las cosas que ha ido implementando Facebook para los usuarios, son los resúmenes de actividad anual; donde generan un video por cuenta con las estadísticas más relevantes como; lugares donde estuvo la persona, cuantos likes recibió o cual fue la foto con más likes entre otras.



Ilustración 6 Marketplace Facebook
Fuente: Captura de pantalla de perfil personal

Video de cumpleaños con un resumen de la actividad, mejores fotos, número de personas con las que compartiste algo, y una felicitación por parte del equipo de Facebook.

Otras dos funcionalidades recientes son Marketplace y parejas; el primero brinda la posibilidad de comprar y vender cosas nuevas o usadas. Utiliza la ubicación del dispositivo y el historial de búsquedas para hacer sugerencias interesantes conforme al perfil. Ver ilustración 6.

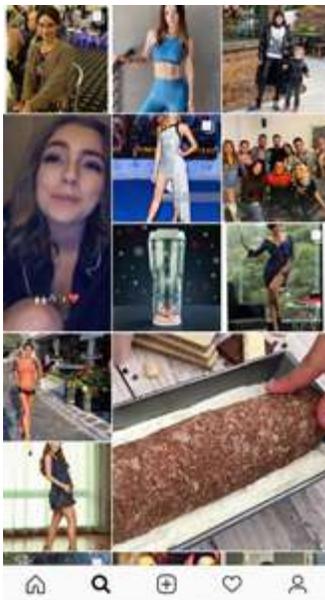
En el caso de parejas, es una plataforma dentro de Facebook que solo muestra contenido a las personas que desean buscar pareja y su actividad dentro de parejas no es visible para los contactos de Facebook ordinario.

Este nuevo espacio tiene la finalidad de atender una de las necesidades más importantes pero que está siendo difícil de cubrir para las nuevas generaciones. La forma de relacionarse de quienes están en edad de buscar pareja es diferente, ha sido desde mucho años atrás a través de dispositivos electrónicos.

- **Instagram**

Esta red social se ha convertido en una de las más importantes alrededor del mundo y por mucho la favorita de los influencers previamente mencionados.

Cuenta con 1mil millones de usuarios activos en un mes, número que ha duplicado en dos años.



Esta red social es mayormente utilizada por personas entre 18 y 35 años. El contenido que se publica en instagram es mucho más sofisticado respecto a Facebook, en mi opinión es el álbum fotográfico de las nuevas generaciones.

A diferencia de Facebook donde los contactos son por lo regular personas que conocemos o personas que conocen a nuestros contactos; en instagram puedes seguir a un sinnúmero de personas como artistas páginas de consejos de salud y belleza, deportistas, políticos y cualquier figura pública así como amigos y familiares que cuenten con una cuenta en esta red social. Ver ilustración 7.

Ilustración 7 Sugerencias de Instagram

Fuente: Captura de pantalla de perfil personal de Instagram

Otra de sus modalidades más famosas y por lo tanto más utilizadas son las historias; las cuales son pequeños videos o fotografías que duran 24 horas y que se han convertido en las favoritas de los usuarios

por el dinamismo que representan al estar revisando un feed. Es importante mencionar que esta funcionalidad ha sido recientemente incluida también en Facebook.

- **LinkedIn**

Esta red social es la más popular en el ámbito profesional. Cuenta con 303 millones de usuarios activos en un mes y tiene alrededor de 500 millones de usuarios registrados.



Su objetivo principal es conectar personas que buscan personal con personas que buscan empleo.

En esta red social el perfil es totalmente profesional, ya que los reclutadores consideran las personas con las que se tiene red, las publicaciones de la persona, el número de contactos, la experiencia profesional y los reconocimientos por parte de otros usuarios.

Cuenta con un espacio de capacitación en el que se encuentran diversos cursos para mejorar habilidades precisas como liderazgo, comunicación efectiva, finanzas entre muchas otras.

La forma de conectar es similar a Facebook, solicita permisos para acceder al directorio telefónico e importa esos contactos como punto de partida, contactos de Facebook, y contactos de la cuenta de correo electrónico. La segunda red viene a partir de contactos de contactos y por ultimo personas que han estudiado o trabajado en el mismo lugar que el usuario y personas con el mismo cargo.

Esta plataforma se ha popularizado entre las consultorías ya que buscan perfiles a cuales dirigirse y ofrecen sus servicios en TI, asesoría fiscal, financiera, reclutamiento, entre muchas otras especialidades.

- **Youtube**

Desde 2005 esta es una de las plataformas favoritas del público en general. Youtube ofrece videos para todas las edades y gustos, desde videos musicales, conciertos, cortometrajes, series, películas completas, tutoriales, cursos hasta los conocidos videos virales.

Youtube llegó a México en 2007 y se ha reinventado día tras día para complacer a todos sus visitantes. Es una de las plataformas de entretenimiento más importantes y que es considerada una red social por permitir la interacción de los usuarios que comparten, califican y comentan el contenido de la misma.

En 2015 lanzó la plataforma de Youtube Kids, diseñada especialmente para los niños con canales y contenido apropiado para su edad.

La popularidad que tiene esta red social entre la población de todo el mundo le ha permitido posicionarse como uno de los medios publicitarios favoritos de diferentes marcas; lo cual ha dado pie a la creación de un versión Premium de esta plataforma.

Youtube Premium ofrece a los usuarios visualizar el contenido sin interrupciones durante la reproducción de los videos o sin anuncios previos a la reproducción. Es un negocio bastante lucrativo ya que youtube cobra por anunciarse en su plataforma y cobra a los usuarios por no ver dicha publicidad.

- **Twitter**

Esta es una de las redes sociales con menos usuarios, cuenta con 326 millones. El contenido que se comparte en esta red social se caracteriza por ser mucho más especializado y serio que en el resto de redes (a excepción de LinkedIn). La característica principal de esta plataforma es que los textos que se comparten deben tener siempre menos de 280 caracteres, estos se publican en el perfil de cada persona y es posible visualizar lo de otros usuarios al seguirlos en esta plataforma de la misma forma que se hace en Instagram.

Existe una zona en donde es posible ver los temas más relevantes, de lo que la gente está hablando y lo que le interesa saber al público en general, los mensajes se agrupan a raves del símbolo # el cual es conocido como hashtag.

Twitter es la red social de preferencia por los miembros de la política, ante alguna eventualidad sus tweets son foco de los medios para conocer su opinión al respecto.



Ilustración 8 Perfiles de Twitter

Fuente: Tomado del perfil de Twitter de Donald J. Trump y Barack Obama

En la ilustración 8 se muestra el perfil de dos líderes de internacionales, el primero se dio a conocer por ser uno de los empresarios más importantes de mundo y el actual presidente de los Estados Unidos de América. El segundo, Barack Obama fue el primer presidente afro estadounidense ocupando el cargo de 2009 y hasta 2017.



Ambos personajes cuentan con millones de seguidores alrededor del mundo en sus perfiles de esta red social, pero es importante conocer si la popularidad dentro de esta plataforma está relacionada con su popularidad fuera de y cual es consecuencia de la otra.



CONCEPTO DE LIDERAZGO

Existen diferentes definiciones de liderazgo, diversos autores se han encargado de estudiar el comportamiento de las personas y de sus dirigentes para tratar de dar una definición precisa de lo que es un líder y que es lo que hace.

Para John Kotter, profesor de Harvard Business School “el liderazgo “no es más que la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo”.

Esta es una de las definiciones más generales pero también de las más completas. No cierra el universo de liderazgo solo a la parte directiva o gerencial, un líder puede ser cualquier persona que pueda influenciar. Esta última palabra es la raíz u origen de lo que describimos en páginas anteriores como influencers.

Konrad Fiedler introdujo un término muy importante para el liderazgo a través de su teoría de la consistencia donde la inspiración es parte fundamental de su concepto.

Define al liderazgo como “la capacidad de persuadir a otro para que busque entusiastamente objetivos definidos. Es el factor humano que mantiene unido a un grupo y los motiva hacia sus objetivos”.

Finalmente Keith Davis define al liderazgo como “la habilidad de convencer a otros para que busquen con entusiasmo el logro de objetivos definidos”.

Estas definiciones dan claridad de cómo es que hay personas en todo el planeta que han logrado hacer una carrera profesional posicionándose como líderes en las redes sociales; por un lado las redes permiten llegar a lugares que quizás físicamente sería imposible y brindan la posibilidad de visualizar el mismo contenido a la vez en millones de dispositivos electrónicos al mismo tiempo.

LÍDERES EN REDES SOCIALES

Una vez descrita la funcionalidad de las principales redes sociales, es preciso comentar quienes son los líderes en cada una de estas partiendo del número de seguidores que tienen en sus perfiles.

- **Top 5 Instagram**



Ilustración 9 Top 1 Seguidores en Instagram
 Fuente: Tomado del perfil personal de Cristiano Ronaldo

La primera posición en el ranking de seguidores de Instagram está ocupada por el futbolista portugués Cristiano Ronaldo. Es considerado el máximo goleador histórico del Real Madrid Club de Fútbol con 450 goles. Su popularidad en redes sociales se debe principalmente a su éxito en las canchas; sin embargo, el éxito que ha obtenido como imagen de diversas marcas y ahora como influencer le ha traído una derrama económica mucho más fructífera en estas dos últimas actividades.



Ilustración 10 Top 2 seguidores Instagram
 Fuente: tomado del perfil de Ariana Grande

Ariana Grande es una de las cantantes pop más populares de los últimos tiempos, ocupa la segunda posición de seguidores con 168 millones; casi 30

millones por debajo de la primera posición ocupada por una figura del deporte internacional.

Esta cantante ha deleitado a sus seguidores con contenido entretenido a través de las historias de su vida diaria y detrás de los escenarios. A su corta edad ha participado en diversas actividades en las que muestra su preocupación por la sociedad, los animales y el medio ambiente; lo que le ha ayudado a ganar popularidad entre los más jóvenes y que son afines con estos temas.



Ilustración 11 Top 3 de Instagram

Fuente: Tomado del perfil de Dwayne Johnson

Dwayne Johnson mejor conocido como “La Roca” es ocupante de la tercera posición en el Rank de Instagram. Sus papeles protagónicos en diversas películas como Rápido y Furioso, Educando a papá y recientemente Jumanji entre otras; así como su carrera como luchador profesional de la World Wrestling Entertainment, Inc le han posicionado entre las 100 celebridades más famosas de acuerdo a la revista Forbes, fue el actor mejor pagado en 2016, mismo año en que la revista Time lo reconoció como una de las personas más influyentes del mundo.



Ilustración 12 Top 4 Instagram

Fuente: Tomada del perfil de Selena Gómez

Selena Gómez inicio su carrera artistica a temprana edad participando en la serie infantil Barney y sus amigos; en 2007 consiguio su primer protagonico a traves de Disney Channel en la serie Los hechiceros de Waverly Place. Actualmente es actriz de cine, cantante, productora de televisión y diseñadora de moda. Su popularidad en redes sociales se asocia a su versatilidad como artista y a su estilo unico en el que muestra gran empatía con el público y con su compromiso en actividades de ayuda social.



Ilustración 13 Top 5 Instagram
Fuente: Tomada del perfil de Kimberly Kardashian

Kim Kardashain es una empresaria de origen estadounidense que ha ganado popularidad en los últimos 10 años. Protagoniza un Reality Show en compañía de su familia desde 2007 y hasta la actualidad. En dicho programa se muestran capítulos de su vida cotidiana llena de glamour en combinación con los clásicos inconvenientes de cualquier familia.

Ha sido foco de diversos escándalos de su vida personal, desde sus 3 matrimonios hasta un video con contenido para adultos que grabo con una de sus ex parejas. Es abogada de profesión pero ha decidido dedicarse a los eventos sociales y a la empresa que posee en sociedad con su hermana.

Las cinco personas antes mencionadas son figuras públicas, líderes en redes sociales pero que han logrado su popularidad a través de otro medio distinto al digital.

• Top 5 Twitter



Ilustración 14 Top 1 Twitter
Fuente: Tomada del perfil de Barack Obama

Barack Obama, el expresidente de los Estados Unidos de América es líder en número de seguidores de Twitter. Cuenta con 100 millones de seguidores en su cuenta oficial.

Ante alguna noticia de talla mundial el perfil de Obama es monitoreado inmediatamente para conocer su opinión al respecto. Es considerado uno de los hombres más poderosos del mundo aun después de dejar la presidencia.



Ilustración 15 Top 2 Twitter
Fuente: Tomada del perfil de Katy Perry

La cantante y compositora Katy Perry ocupa la segunda posición en el top de Twitter. Es una mujer que ha roto barreras en el ámbito musical ha colocado 5 de 6 sencillos de su álbum en el puesto número 1 del Billboard Hot 100, colocándose solo detrás de Michael Jackson.

Es una de las artistas que ha ganado más dinero por la venta de sus discos y conciertos.

Es modelo y ha incursionado en el ámbito empresarial con el lanzamiento de sus perfumes.



Ilustración 16 Top 3 Twitter
Fuente: Tomada del perfil de Justin Bieber

En la tercera posición se encuentra un cantante de origen Canadiense, quien debe su éxito a las redes sociales.

Justin Bieber fue descubierto por un productor que visualizaba contenido de Youtube y encontró los videos del artista cantando éxitos de sus artistas favoritos, acompañado de su guitarra. Es uno de los artistas más jóvenes en

alcanzar nominaciones al gramy. En 2011 nuevamente a través de la red social que lo catapulto a la fama posiciono su videoclip de la canción Baby en el más visto de la época con más de 300 millones de reproducciones en algunas semanas.

Considerada como una de las artistas musicales más influyentes del siglo XXI Riahnna es la ocupante del lugar número 4 en el top de Twitter.

Su principal actividad es la de ser cantante, pero alterna con la actuación y el diseño de modas.

Su carrera comenzó en 2003 luego de realizar una audición para el productor Evan Rogers. Se caracteriza por mezclar ritmos caribeños con música pop y es conocida como la princesa del pop y Reina de moda.



Ilustración 17 Top 4 Twitter
Fuente: Tmada del perfil de Rihanna

A excepción de Justin Bieber el resto de las posiciones nuevamente son ocupadas por personas que han ganado su fama fuera de las redes sociales y que usan estas últimas solo como un medio de contacto con sus fans.

- **Youtube**



Ilustración 18 Top 1 Youtube
Fuente: Tomada del perfil de PewDiePie

Felix Arvid Ulf Kjellberg es la persona con mayor número de suscriptores en Youtube a nivel internacional. Después de abandonar su carrera universitaria en 2011 y perder el apoyo económico de sus padres Felix comenzó a trabajar

en un carrito de comida rápida ambulante. Durante este año se dedicó a crear contenido de Youtube. Al año siguiente su canal bajo el perfil de PewDiePie alcanzaba el millón de suscriptores.

El contenido que publica está enfocado básicamente en videojuegos y con esto alcanzo desde 2013 y hasta la actualidad la posición número uno de youtube con 102 millones de suscriptores.

Actualmente diseña su propia marca de ropa y complementos para ponerlos a la venta del público.

PewDiePie es un claro ejemplo de como a través de las redes sociales es posible alcanzar altos niveles de popularidad en el mundo. En 2014 de acuerdo con los datos publicados por he Wall Street Journal el youtuber más popular de la historia obtuvo 4 millones de dólares.



Ilustración 19 Top 2 Youtube
Fuente: Tomada del perfil de Justin Bieber

Con más de 50 millones de suscriptores de diferencia respecto a la primera posición del ranking; Justin Bieber aparece en la segunda posición de Youtube con 47.4 millones de suscriptores.

Como se comentó previamente, Justin Bieber tiene su origen publicando videos en youtube desde que era solo un niño. Su popularidad en la plataforma se ha mantenido a lo largo de toda su carrera y actualmente es de los artistas con más visualizaciones aun cuando solo posee poco más de 250 videos en su canal.

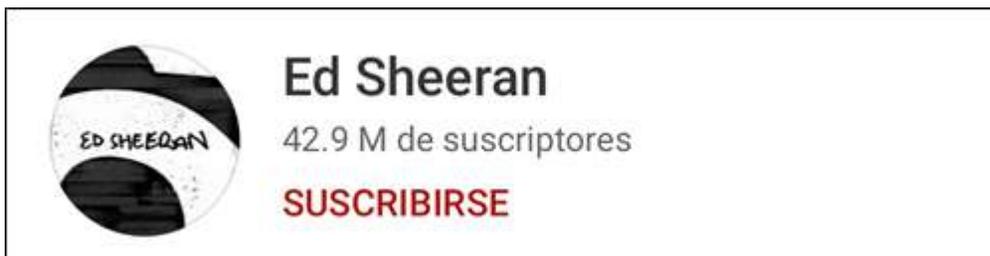


Ilustración 20 Top 3 Youtube
Fuente: Tomada del perfil de Ed Sheeran

Edward Christopher Sheeran ocupa la tercera posición en popularidad en la

plataforma de videos Youtube. Es un cantante británico que comenzó desde muy temprana edad como parte del coro de la iglesia pero no fue sino hasta 2010 cuando comenzó a ganar popularidad a través de redes sociales.

Su video You Need Me, I Don't Need You se volvió viral y comenzó captar la atención de algunos artistas. En 2011 Elton John lo puso en contacto con Atlantic Records y es ahí donde despegaría su carrera musical hasta estos tiempos.

Si bien Edward comenzó su carrera muchos años atrás; fue gracias a Youtube que su talento se dio a conocer alrededor del mundo.



Ilustración 21 Top 4 Youtube
Fuente: Tomada del perfil de Marshmello

Christopher Comstock es un dj y productor de origen estadounidense. Con apenas 27 años ha colaborado con artistas como okay, Selena Gómez, Anne-Marie y Miranda Cosgrove.

Durante mucho tiempo su identidad fue un misterio, se especulaba que podía ser Shawn Mendes después de haber aparecido disfrazado como el en uno de sus conciertos; sin embargo esto solo le valió para ganar mucha más popularidad.

Su carrera inicio en el año 2015 y para 2016 ya se encontraba de gira por Estados Unidos, China, India entre otros.

Si bien las redes sociales le han servido para mostrar su talento en todo el mundo; no es a través de este medio que gano popularidad como en el caso de las 3 primeras posiciones.



Ilustración 22 Top 5 Youtube
Fuente: Tomada del perfil de Germán Garmendia

HolaSoyGerman es el nombre del canal de German Garmendia, un youtuber, cantante y comediante de origen chileno.

En 2011 subió su primer video a youtube, tuvo su origen con contenido humorístico de situaciones de la vida diaria. Actualmente tiene un canal alterno llamado JuegaGerman donde se enfoca en crear contenido sobre videojuegos.

Es el youtuber de habla hispana con más suscriptores en el mundo y el 5 a nivel internacional sin considerar las grandes firmas. Es autor de 2 libros y ha participado en doblaje de películas.

German debe su fama a la posibilidad de compartir su trabajo a través de la red social Youtube.

- **Facebook**



Ilustración 23 Top 1 Facebook
Fuente: Tomada del perfil de Cristiano Ronaldo

Por segunda ocasión aparece el futbolista Cristiano Ronaldo como líder de redes sociales con 122 millones de likes.

Su aparición en el top de Facebook deja claro que su popularidad no se debe al contenido que comparte en las diferentes plataformas. CR7 como es conocido entre su público ha construido una carrera profesional en el ámbito deportivo y las redes le han servido para dar a conocer a sus seguidores más sobre su vida personal sin que esto perturbe su concentración en el deporte.



Ilustración 24 Top 2 Facebook
Fuente: Tomada del perfil de Shakira

Shakira es una cantautora y bailarina colombiana que ha incursionado en el mundo empresarial y de la producción en los últimos años ya consolidada su carrera. Cuenta con 101 millones de likes y ocupa la segunda posición del top de Facebook.

Tuvo sus inicios en 1995 y desde esa fecha ha encontrado la forma de reinventar su trabajo para continuar cautivando a sus fans.

En 2001 lanzo su primera producción en inglés con la que conquisto al mercado internacional; y en 2014 cantó la canción de clausura de la Copa Mundial de la FIFA en Brasil con lo que gano popularidad. En este mismo evento conoció a su actual pareja Gerard Piqué con quien tiene 2 hijos.

Shakira debe su popularidad al trabajo que hace casi 30 años y a la creatividad que ha puesto en el material que produce. Para ella las redes sociales han sido parte de la evolución de su trabajo y de continuar vigente con las generaciones actuales.



Ilustración 25 Top 3 Facebook
Fuente: Tomada del perfil de Facebook

Mark Sinclair Vincent es un actor y director de cine estadounidense. Ocupa la tercera posición en el ranking de likes de Facebook con 97 millones.

Gano popularidad después de su participación en la saga Rápido y Furioso interpretando a Dominic Toretto. Su primer trabajo cinematográfico fue en 1994, muchos años antes de la aparición de las redes sociales; por lo que su popularidad en estas solo es reflejo del éxito de su trabajo.



Ilustración 26 Top 4 Facebook
Fuente: Tomada del perfil de Facebook

Marshall Bruce Mathers III mejor conocido como EMINEM ocupa el lugar número 4 en la lista de likes con 96 millones

Es un rapero estadounidense que alcanzó su máximo nivel de popularidad en 199 cuando obtuvo un premio Grammy como Mejor álbum de Rap. Su álbum Mathers LP es catalogado como el álbum de hip hop más vendido de la historia. Gano 2 premios Grammy más en 2001 y 2003 y un Oscar a la mejor canción.

Es uno de los raperos con mayor numero de ventas de la historia con alrededor de 200 millones de copias vendidas alrededor del mundo.

EMINEM se ha reinventado y a sus 47 años de edad se ha posicionado de la misma forma que lo hizo a inicios de su carrera, lo cual es evidente al ver su nivel de popularidad en redes sociales.



Ilustración 27 Top 5 Facebook
Fuente: Tomada del perfil de Facebook

Lionel Messi es un futbolista Argentino, capital de la selección de su país natal y del D.C. Barcelona.

Ha sido considerado como el mejor futbolista del mundo debido a las múltiples distinciones obtenidas. Ha obtenido 6 balones de oro, 4 de ellos FIFA Balones de oro, 6 botas de oro un FIFA World Player y un The Best FIFA.

Realizo su debut oficial en 2004 con 17 años de edad y su primer mundial fue 10 años más tarde en la Copa Mundial de Argentina. Al igual que Cristiano Ronaldo ocupante de la primera posición en dos redes sociales, debe su popularidad en redes a su trabajo en la cancha y no al contenido que publica.

- **LinkedIn**

Conocido como el hombre más rico del mundo con una fortuna que supera los 110,000 millones de dólares. Bill Gates es el cofundador de la empresa Microsoft al lado de Paul Allen.



Bill Gates
 Co-chair, Bill & Melinda Gates Foundation
 Bill & Melinda Gates Foundation · Harvard University
 Seattle, Washington · 23,368,250 seguidores

Ilustración 28 Top 1 LinkedIn
 Fuente: Tomada del perfil de LinkedIn

Es un informático de profesión que ha dedicado su vida al mundo empresarial. Sus estrategias y alianzas han posicionado el sistema operativo de Microsoft Windows como el más utilizado del planeta. Ocupa la primera posición de seguidores en LinkedIn, plataforma que en su mayoría es utilizada por profesionistas y empresarios.



Richard Branson
 Founder at Virgin Group
 Virgin Group · Stowe School
 Islas Vírgenes Británicas · 16,601,769 seguidores

Ilustración 29 Top 2 LinkedIn
 Tomada del perfil de LinkedIn

Richard Branson es un empresario Británico, fundador de Grupo Virgin en 1970.

Virgin se encuentra vinculado a diversos sectores del consumo y servicios entre los que se encuentran aerolíneas, editoriales de libros, servicios médicos, producción de bebidas carbonatadas y alcohólicas, cruceros, gimnasios entre otros.

Old Beardie como es conocido es la 286ª persona más rica del mundo y la 12ª más rica del Reino Unido con una fortuna estimada en 5,100 millones de dólares. Su fama entre el mundo empresarial se debe a la forma en que ha diversificado y posicionado su negocio con una imagen homogénea que garantiza la calidad de todo aquello que lleva el nombre de su firma.



Jeff Weiner · 3er
 CEO at LinkedIn
 LinkedIn · The Wharton School
 Bahía de San Francisco y alrededores, Estados Unidos
 · 10,091,745 seguidores

Ilustración 30 Top 3 LinkedIn
 Fuente: Tomada del perfil de LinkedIn

Jeffrey Weiner es el actual Director General de la red social empresarial más grande del mundo; LinkedIn. Es graduado en economía por la universidad de Wharton y trabaja en su actual empresa desde 2008.

Introdujo a la gestión empresarial el término compasión como un paso adelante de solo actuar con empatía. “La gestión compasiva no es solo una

mejor forma de formar un equipo, sino que es una mejor forma de crear una empresa”.

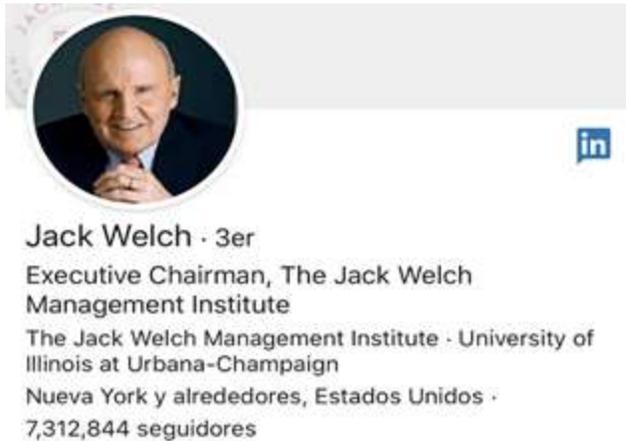


Ilustración 31 Top 4 LinkedIn
Fuente: Tomada del perfil de LinkedIn

La cuarta posición del ranking de LinkedIn la ocupa el empresario estadounidense Jack Welch, quien después de 21 años de haber ingresado a la empresa General Electric Company se convirtió en Director General de la empresa.

Welch aplicó una estrategia de productividad con sus empleados basada en despedir al 10% de sus gerentes con malos resultados y premiar al 20% con el mejor desempeño. Esta dinámica le permitió tener una

plantilla eficiente que le permitiera entrar en procesos de modernización y diversificación de la compañía. Es un ícono del mundo empresarial y fue elegido como el Ejecutivo del Siglo XX.



Ilustración 32 Top 5 LinkedIn
Fuente: Tomada del perfil de LinkedIn

Satya Nadella es un ingeniero, informático y administrador de empresas de origen indio que tuvo sus inicios en la empresa Sun Microsystems. En el año 1992 comenzó su carrera profesional en la empresa del hombre más rico del mundo; Microsoft. Desde 2014 y hasta la actualidad ocupa el cargo de Director Ejecutivo de la empresa.

DE LAS REDES SOCIALES AL LIDERAZGO

Una vez revisados los perfiles de las personas que ocupan las principales posiciones en número de seguidores en las redes sociales más importantes a nivel internacional es preciso comentar sobre la relación que existe entre el liderazgo y estas.

En su mayoría, los perfiles descritos anteriormente son personas que han obtenido popularidad entre el público por el trabajo que desempeñan fuera de las redes sociales. Si es claro que las redes acercan a estas figuras públicas con sus seguidores pero no deben su éxito al contenido que comparten.

Si bien existen excepciones como el caso de Justin Bieber, Felix Arvid y German Garmendia que encontraron en las redes la puerta al éxito, cruzarla no hubiese sido posible sin talento de por medio.

Existen videos conocidos como virales, lo que significa que tuvo un gran número de reproducciones en muy poco tiempo. Las personas que protagonizan dichos videos pueden tocar altos niveles de popularidad en poco tiempo pero de la misma forma que se ganan, se pierden. La facilidad que significa el que cada usuario de un Smartphone tenga una cámara de video en la mano permite añadir contenido humorístico a redes sociales minuto a minuto por lo que los videos virales surgen continuamente.

El fenómeno de las redes sociales ha atacado tan fuermtente a las nuevas generaciones que es común escuchar respuestas de los niños al realizar la clásica pregunta “¿Qué quieres ser de grande?” que respondan blogger, youtuber o influencer; son palabras conocidas desde muy temprana edad y que se han convertido cada vez más en un referente para las personas.

La intención de incluir los perfiles más populares de las redes fue justamente ejemplificar que no son las personas que han surgido de hacerse virales con un video gracioso, o quienes cumplen un reto y lo comparten en redes.



CONCLUSIONES

Las redes son un medio para expresar lo que se sabe hacer o lo que se piensa pero no son la clave del liderazgo; de nada le sirven los seguidores al CEO de Microsoft cuando se enfrenta a un problema dentro de la corporación; lo que lo sacará a flote será su talento, el mismo que lo llevo a escalar hacia la posición que tiene actualmente.

Las redes son un excelente medio publicitario, es de alto impacto y bajo costo porque una campaña bien ejecutada puede realizarse entre los perfiles de los usuarios, el punto focal es hacer que las personas por si solas se sientan orgullosas de portar esa marca y mostrarlo al mundo.

Las generaciones actuales tienen en la mente el chip de ser diferentes, de ser auténticos, pero en el afán de lograrlo se han convertido en copias unos de otros. La búsqueda de la falsa perfección que se presume en redes sociales ha orillado a la sociedad a buscar cada día mayor aceptación utilizando marcas de lujo con las que muy probablemente no se sientan identificados pero si parte de... algo.

Las cirugías plásticas son otro fenómeno de redes sociales; los artistas o influencers presumen cuerpos estilizados y caras de porcelana que invitan a sus seguidores a imitarlos y recurrir a métodos invasivos.

Los viajes, fotografías perfectas de paisajes alrededor de todo el mundo, tomas desde la ventanilla del avión antes de despegar y al arribar al lugar de destino; comidas exóticas cada vez mejores presentadas para perpetuar la imagen en el perfil del comensal.

Tomas espontaneas con más de 50 intentos, filtros para aclarar la piel, estilizar la figura y alisar la piel son de los más comunes entre los usuarios de las redes sociales.

Es un hecho que el objetivo por el que nacieron las redes sociales se ha desvirtuado, el origen era conectar con las personas y ahora las personas están cada vez más lejos unas de otras; los círculos más cercanos son los más alejados y las personas que están del otro lado del mundo son aquellas con las que existe interés de conectar.

Personas que se hacen llamar Bloggers, Youtubers e Influncers existen muchas y cada día más, pero se requiere más que solo compartir vidas cotidianas de personas comunes para ganar popularidad y lograr ser un líder de opinión o líder en la industria.

Las personas que actualmente se encuentran entre los más altos niveles de seguidores aun cuando su fama no surgiera en las redes sociales, son personas profesionales que se preparan, que se actualizan y que buscan ser mejores en lo que hacen; el deporte, la actuación la música o en cualquiera que sea su especialidad. Para el caso de quienes se dieron a conocer a través de las redes sociales, son



personas que de la misma forma se preocupan por estar la vanguardia, trabajan en crear contenido atractivo para sus seguidores, en estudiar el mercado al que van dirigidos, en crear marcas propias y obtener el mayor beneficio posible porque están conscientes que la fama a través de las redes es algo que no es seguro y que de la misma forma que llego puede irse.

La reflexión es que el liderazgo dentro o fuera de redes sociales se consigue a través del trabajo, de cultivarse, de conocer a las personas y de tener en mente objetivos, metas o sueños tan grandes que inviten a otros a ir por ese mismo camino; por convicción y con tal ilusión que ningún obstáculo pueda entorpecer el éxito del mismo.

