

Evolucionando junto a los medios sociales VI - Flickr

En esta serie sobre medios sociales, hay una que debo abordar pues ha sido considerada una de las 4 grandes históricamente (bueno, desde hace quizás unos 4 o 5 años), pero que ha perdido protagonismo frente a otras nacientes, como *Pinterest* e incluso *Instagram*. Me estoy refiriendo a la red *Flickr*, propiedad del gigante de internet *Yahoo*. Su evolución en los últimos años no ha sido significativa, pero sigue siendo importante para muchas empresas, por lo cual es imperativo abordarla en esta serie.

Para quienes no conocen *Flickr*, esta es una red social cuyo principal objetivo es permitir compartir fotos. Tiene una función secundaria para compartir videos, pero está casi siempre relegada a un segundo plano, pues para esta función se piensa en *YouTube* u otros medios más especializados. Así que de entrada, la función es fotos para compartir con el mundo.

Uno de los principales atractivos que tiene *Flickr*, es que permite a los usuarios que suben las

ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ MONTES
CONSULTOR EN
INNOVACIÓN Y
ESTRATEGIAS
EMPRESARIALES DE
INTERNET



fotos, establecer los derechos de autor sobre las imágenes. Esto es vital en un mundo donde abunda la piratería, pero a la vez existe mucho material que no es cobijado por los derechos de autores tradicionales. Con esta gran diferencia, una persona que busca una imagen para usar en un proyecto o un negocio puede saber a que atenerse.

De hecho, *Flickr* aborda abiertamente el manejo de derecho de la organización *Creative Commons*, el cual permite publicar contenido para ser compartido con otras personas, estableciendo o no ciertas limitaciones. *Creative Commons* tiene varios tipos de licencias, por ejemplo en uno se puede compartir el material, pero no se puede modificar y

se le tiene que dar los créditos al autor intelectual de la obra. En otro tipo de licencia, el contenido es totalmente libre y se pueden realizar todas las modificaciones que se desee sobre la obra. Es raro ver una red social que explore tan a fondo el manejo de los derechos de autor.

Flickr no es única en el tema de compartir fotos e imágenes. De hecho, tiene grandes competidores y quizás el más grande en este momento es *Instagram*. Esta es una aplicación y red social que fue comprada hace unos cuantos meses por *Facebook* por un valor de US\$1.000 millones.

En *Flickr* la función principal permite a las personas subir fotos e imágenes desde su computador personal o portátil. Por el contrario *Instagram* de entrada es una aplicativo para teléfonos *iPhone* y *Android* que permite tomar fotos desde estos dispositivos, aplicarle filtros a las imágenes (como convertir la imagen a blanco y negro o añadir un marco), ubicar en un mapa donde se

tomó la foto y después informarle a todos los contactos de *Facebook* de esa persona que ha tomado esta foto. *Flickr* no tiene tan buena integración con *Facebook* y no cuenta con filtros, por lo cual podemos verla como una herramienta más "tradicional" y menos avanzada.

"FLICKR NO VA A SER EL MEDIO DONDE SE VA A CONSEGUIR UN CLIENTE Y REALIZAR VENTAS. ESTO SE DEBE DEJAR A OTROS MEDIOS COMO FACEBOOK Y TWITTER"

Aunque de los 4 grandes medios sociales, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* y *Flickr*, este último es el menos usado por las empresas para su estrategia social, usarlo puede ser muy interesante.

Por ejemplo, he visto una que otra empresa que siempre toma fotos en sus eventos, campañas y filmación de comerciales y las

sube a *Flickr*. Esto es excelente pues es una forma de mostrar a las personas que siguen la marca lo que sucede en el día a día de la empresa y tras bambalinas.

En internet la idea muchas veces, como lo es en la publicidad tradicional, es buscar exposición y frecuencia y esto ayudará a lograr este objetivo.

De entrada *Flickr* no va a ser el medio donde se va a conseguir un cliente nuevo y realizar ventas. Esto se debe dejar para otros medios como *Facebook* y *Twitter*. La verdadera función de *Flickr* está en conectarse con los seguidores de la marca y mostrar contenido de valor adicional.

Las fotos en *Flickr* usualmente son de alta calidad, así que podía aprovechar esto para subir a este medio las mejores imágenes que produce su empresa. Piense en eventos, en fotos y en gráficos de todo estilo. Y analice como esta red se puede unir con lo hecho en otros medios, como parte de su estrategia integral en internet.