

# Viralización



**CONSEJO  
VIRAL**  
ARGENTINO

[www.consejoviral.com](http://www.consejoviral.com)



## Viralización

En la actualidad internet cumple un papel fundamental en la vida diaria de todas las personas alrededor del mundo. Esta red informática fue creada en 1969 y tan sólo 28 años después se creó la primera red social del mundo.

Podemos definir como "red social" a las estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como: amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. Las redes sociales actúan por medio de internet y tiene un poder sumamente influyente en las personas.

A partir de los 11 años, aproximadamente, una persona promedio no puede concebir el quehacer diario de actividades sin el manejo de las redes sociales y las aplicaciones de conexión. No solamente estamos hablando de los "chats" con amigos por Whatsapp, el posteo de fotos en Instagram, compartir "memes" en Facebook o hablar de nuestras vidas amorosas en Twitter. Las redes sociales, hoy en día, son una herramienta muy importante de trabajo, por ejemplo, los políticos utilizan las redes sociales para dar a conocer sus propuestas de campaña, si es que son candidatos, o para dar a conocer su gestión. Otros tipos de usos en diferentes profesiones:

- Las Universidades, sean estas estatales o privadas, utilizan las redes para la divulgación científica, por ejemplo.
- Las consultoras de publicidad utilizan las redes para casi todo su trabajo de marketing y publicidad.
- Los grandes diseñadores del mundo, utilizan este medio para dar a conocer su trabajo y venderlo.

Estos ejemplos son sólo algunos de los millones de usos que se hacen de las redes sociales que no sean de ocio, y tienen una cosa en común: buscan que sus contenidos sean globalmente visualizados. Y es en este punto en donde opera el fenómeno de la "viralización".

Viralizar es dar a una unidad de información la capacidad de reproducirse de forma exponencial. Esto es, emulando a los virus, que el contenido tenga la capacidad de reproducirse "solo". Sin más publicidad ni promoción que el boca en boca, o de e-mail a e-mail, con un "like" o con tan sólo compartir.

En general entendemos que un contenido es viral cuando su popularidad es manifiesta, es decir, cuando se habla del contenido no tan sólo dentro de la red sino



fuera de ella. No existen parámetros fijos para determinar que un contenido es viral o no ya que esto depende de los objetivos que se fijaron a la hora de lanzar un contenido, esto es, a cuántas personas se pretende llegue ese mensaje. Sin embargo, podemos determinar cómo es que nace la viralización:

- **Primera fase:** una vez que la persona o grupo de personas (que “lanzan” el mensaje a la red) hayan establecido los objetivos, el contenido se propaga por el grupo que se esperaba que llegue, pero, dentro de ese grupo hay personas que “likearon”, compartieron, reenviaron, etcétera, el mensaje. De esta manera, el producto llegó a más personas de las esperadas.
- **Segunda fase:** esta etapa está diseñada para evaluar el impacto que tuvo el contenido. Esas personas, fuera del grupo que se esperaba que reciban el mensaje, que se encargaron de “viralizar” el producto, son la clave para saber hasta dónde llegó el mensaje.
- **Y como sabemos que lo que es novedoso hoy, es viejo mañana...**
- **Tercera fase:** si se ha logrado que el contenido llegue a un número considerable de personas, sólo queda esperar a que el mensaje sea “eliminado” por la comunidad cibernética o que surja un nuevo contenido viral.

Ahora bien, desde la fundación hemos identificado tres tipos de viralización:

- **Viralización positiva:** es aquella cuya intención es aportar algo bueno a la sociedad y, por consiguiente, el contenido es beneficioso también. Por ejemplo: la difusión viral de imágenes de una persona desaparecida para su búsqueda.
- **Viralización negativa:** es aquella que su intención y mensaje es altamente nocivo para la sociedad. Por ejemplo, viralizar contenido audio visual íntimo de una persona.
- **Viralización mixta:** este tipo de viralización es especial. Surge cuando la intención y el contenido de la acción es negativo pero su repercusión en la sociedad es positiva. Por ende, el impacto es altamente impredecible y está sujeto a la interpretación de la ciber comunidad. Por ejemplo, el video que se difundió en julio de 2018 en la Copa del Mundo, en donde un argentino hace que una menor diga obscenidades. Dicho contenido llegó a las autoridades rusas y argentinas por lo que este sujeto fue deportado y sancionado.



Consejo Viral Argentino tomó esta temática para concientizar a la sociedad del fenómeno de la viralización para que, como comunidad, podamos concientizarnos de su alcance y para que podamos usarla como una herramienta de promoción de valores cívicos responsables.

Recuerda, viralizar es TU decisión.

#### Bibliografía

[https://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_Internet](https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Internet)

.

<http://www.lavozdelsandinismo.com/ciencia-tecnica/2017-10-05/la-primera-red-social-internet/>

.

<http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>

.

<https://matchmarketing.wordpress.com/2012/12/06/que-es-viralizar/>

.

<https://www.soyisabelromero.com/que-hace-que-un-contenido-sea-viral/>

.