another

Falta de estrategias, competencia y crisis: ¿Por qué mueren las redes sociales?

Ciudad México, 26 de diciembre de 2023. – Este 2023 ha sido testigo de interesantes cambios en el universo de las redes sociales. Desde el arriesgado rebranding de X, anteriormente conocido como el Twitter de Elon Musk, hasta la tambaleante existencia de Threads, la nueva apuesta de Mark Zuckerberg en Meta.

De acuerdo con **Steffy Hochstein, Digital Director de [another](#)**, agencia de comunicación estratégica con gran relevancia en el mercado Latinoamericano, en los últimos años se ha observado una montaña rusa en varias redes sociales por su increíble ascenso a la fama y el declive de estas plataformas digitales.

*"En **another**, reconocemos que colaborar estratégicamente con una agencia de comunicación es crucial en momentos de crisis o para ejecutar campañas que involucren medios, redes sociales y creadores de contenido",* enfatiza Hochstein. La capacidad de ejecutar planes de gestión de crisis y renovar la comunicación a través de estrategias bien pensadas es esencial en un entorno digital en constante cambio, comentó.

Las redes sociales, ese fenómeno digital que ha experimentado un auge significativo en los últimos años, son el terreno donde millones interactúan y comparten información. Según un estudio de [DataReportal](#), el número total de usuarios de plataformas sociales en el planeta es superior a 4.950 millones a principios de octubre de 2023, lo que equivale al 61,4 por ciento de la población total mundial usa redes sociales. Facebook encabezaba de nuevo en 2023 el ranking de las redes sociales con más usuarios activos mensuales con aproximadamente 2.960 millones, muestran datos de [Statista](#).

Pero no todas las redes han logrado perdurar. Hochstein, junto con el equipo de **another**, identifica algunas plataformas que sucumbieron debido a la falta de estrategias efectivas. Desde Vine, que cerró por problemas de monetización y competencia, hasta Google+, que no logró atraer a una audiencia significativa y se vio afectada por problemas de seguridad.

Redes que murieron por falta de estrategia

En el análisis muestra a las siguientes redes sociales:

- Vine: Esta era una plataforma de redes sociales de rápido crecimiento diseñada para permitir a sus usuarios crear, editar, cargar y consumir videoclips de formato corto. Inicialmente, la mayoría de los videos en la plataforma Vine tenían una duración de seis segundos antes de que la plataforma extendiera la duración a 130 segundos. En su apogeo, más de 100 millones de usuarios accedían cada mes. Vine cerró en enero de 2017 debido a problemas de monetización, competencia creciente, rotación ejecutiva y moderación extensiva del contenido.

another

- Friendster: Esta fue una red social que permitía a los usuarios crear perfiles y conectarse con amigos, familiares y colegas, fue fundada en 2002 y se convirtió en la red social más prominente del mundo por un corto tiempo. Sin embargo, debido a problemas de rendimiento del sitio, la competencia creciente, la rotación ejecutiva y la moderación extensiva del contenido, Friendster fracasó y fue cerrado en junio de 2015.
- Google+: Fue una red social lanzada por Google en 2011. La plataforma permitía a los usuarios crear perfiles, compartir contenido y conectarse con amigos, familiares y colegas. Google+ también ofrecía una función de chat en línea y una función de videoconferencia llamada Hangouts. Sin embargo, Google+ no logró atraer a una audiencia significativa y se vio afectado por problemas de seguridad y privacidad. En octubre de 2018, Google anunció que cerraría Google+ para consumidores en agosto de 2019. El cierre se adelantó a abril de 2019 después de que se descubriera una violación de datos que afectó a más de 500.000 cuentas de Google+.
- Path: Esta fue una red social que se lanzó en 2010 y se cerró en 2018. Fue creada para ser una red social más íntima y personal que Facebook, Twitter, Foursquare e Instagram. Path permitía a los usuarios compartir contenido solo con sus amigos más cercanos, lo que la hacía ideal para compartir momentos privados y personales. La aplicación solo estaba disponible en dispositivos móviles y no tenía una versión web equivalente. Path cerró sus puertas en 2018 después de ocho años de operación. Aunque Path se lanzó como una red social más íntima y personal no logró atraer a una gran cantidad de usuarios. Además, la competencia de Facebook y sus aplicaciones fue demasiado dura para Path. En 2015, la compañía coreana Kakao adquirió Path porque seguía siendo popular en Indonesia.
- Bebo: Fue una red social fundada en enero de 2005 que permitía a los usuarios compartir fotos, enlaces, vídeos, aficiones e historias con quien quieras desde un solo lugar, conectar con amigos, familiares, compañeros de clase o de trabajo y nuevas amistades (aunque sean miembros de otra red social), recibir recomendaciones sobre música, vídeos, artículos y juegos, conocer a otros usuarios con gustos similares, dibujar en una pizarra virtual o en la de otros miembros. Bebo era similar a otras redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y MySpace. La red social fue comprada por AOL en 2008 por 850 millones de dólares. En 2013, Bebo se declaró en bancarrota y cerró sus puertas. Sin embargo, en 2021, Bebo volvió a estar disponible para los usuarios.

"Es crucial adaptarse y evolucionar estratégicamente en este dinámico entorno digital", asevera Hochstein. La capacidad de comprender las tendencias y anticipar cambios es esencial para garantizar el éxito sostenido de aplicaciones y marcas en el competitivo mundo de las redes sociales.

En un mundo digital en constante transformación, la adaptabilidad y la estrategia se revelan como las claves para el éxito continuo en las redes sociales.

###