

GLOSARIO DE TÉRMINOS SOCIAL MEDIA

Los conceptos clave del community managers



Fecha de publicación: 2021

Contenido

• +1:.....	7
• AIDA – A-Atención, I- Interés, D- Deseo, A- Acción.....	7
• Above The Fold.....	7
• AdSense:.....	7
• AdWords:.....	7
• Advertising Network:	7
• Affiliate Marketing	7
• Akismet:.....	7
• A-List Blogger o E- Influencers:	7
• Alcance:	7
• Alcance orgánico:	8
• Alcance Viral:.....	8
• Analítica Web:	8
• Anchor text:.....	8
• API: Interfaz de programación de aplicaciones.....	8
• Astroturfing:	8
• Astroturfers:	8
• Atom:.....	8
• Avatar	9
• Awareness:	9
• Backchannel (el canal de atrás):.....	9
• BackType:	9
• Badge:.....	9
• Banner:	9
• Bit.ly:.....	9
• Black Hat:.....	9
• Blip.TV:	9
• Blog:.....	10
• Blogroll:	10
• Bliki:	10

- Box.net: 10
- Branded content: 10
- Branding: 10
- BUZZ: 10
- Catster: 10
- Check in (Foursquare): 10
- Chicklet: 10
- Clickmap o Mapa de Clics: 10
- Click through rate: 10
- Cloaking (Encubrimiento): 10
- Cloud Computing (aplicaciones en la nube): 11
- CMS: 11
- Compete.com: 11
- Community Manager: 11
- Comunidades Verticales: 11
- Conectivismo: 11
- Content Curator: (Curador de Contenidos)..... 11
- Content curation: 11
- Conversión: 12
- Coverfeed: 12
- Coolhunting: 12
- CPI: Cost per Impression, coste por impresión 12
- Creative Commons: 12
- CPM: 12
- Cost Per Action: 12
- Cost Per Adquisition: 12
- CRM o Customer Relationship Management: 13
- CTR: Click-through rate, 13
- Dashboard (escritorio): 13
- Deep Web ó Dark Web: 13
- Delicious: 13
- Digg.com 14
- DM (Mensaje Directo): 14
- Doodle: 14

- Ecto:..... 14
- Engagement: 14
- E-government:..... 14
- Error 404: o HTTP 404. 14
- Escucha Activa:..... 14
- Ética Hacker:..... 14
- Geeks vs. Nerds 14
- Etiquetas h1: 15
- Eventbrite:..... 15
- Facebook: 15
- Fake: 15
- Feed Reader (agregador de contenidos):..... 15
- FeedBurner:..... 15
- Floodear: 15
- Following:..... 15
- #FF:..... 15
- Flog:..... 15
- Folksonomía: 15
- Foursquare: 15
- Freebies:..... 16
- FriendFeed: 16
- Freebie Marketing:..... 16
- Friend-to-friend:..... 16
- Freak: (Anormal, extraño, marginal). 16
- Freemium: 16
- Gamification: 17
- Granjas de Enlaces (Link Farms):..... 17
- Google Dance: 17
- Google Documents/Google Docs: 17
- Google Places: 17
- Google Trend:..... 17
- Google +: 17
- Gravatar:..... 17
- Groundswell: 17

- Grupo focal (focus group en inglés): 18
- Hangout:..... 18
- HD:..... 18
- Inbound Marketing: 18
- Infoxicación: 18
- Inteligencia colectiva:..... 18
- Interoperabilidad: 19
- Keyword Stuffing 19
- Klout: 19
- KPI:..... 19
- Landing Page: 19
- Linkbait: 19
- Link Building: 19
- Long Tail: 19
- Lurker (acechador en inglés) 19
- Mapa de empatía: 20
- Marketero: 20
- Marketing Viral (Viral Marketing): 20
- Mash up:..... 20
- Me Gusta: 20
- Metadescription:..... 20
- Monitorización: 21
- Netiqueta: 21
- Neuromarketing:..... 21
- Networking:..... 21
- NewsFeed:..... 21
- Nofollow:..... 21
- Nube de etiquetas:..... 21
- OpenSocial:..... 21
- Orkut: 21
- ORM (Online Reputation Management):..... 22
- PageRank:..... 22
- Patrocinio: 22
- PERFIL: 22

- Peer Index: 22
- PHISHING:..... 22
- Pinterest: 22
- PIXEL: 22
- Plan conversacional:..... 22
- Plan de Negocio:..... 22
- Podcast: 22
- Posterous: 22
- PostRank:..... 23
- Prosumer ó Prosumidores..... 23
- Prosumidor o prosumer: 23
- Personal Branding : 23
- Reputación online: 23
- RSS: 23
- ROI: 24
- ROPO: 24
- Sala de prensa 2.0: 24
- SEO Onpage:..... 24
- Scraping:..... 24
- Seismic..... 24
- SERP:..... 25
- SEM..... 25
- SENTIMENT:..... 25
- SEO es el acrónimo de (Search Engine Optimization) 25
- Shopbot: 25
- Social Graph (Grafo Social):..... 25
- Media Metrics : 25
- Social Media Legal: 25
- Social-Media Press Release 26
- Socialoomph:..... 26
- SMO: (social media optimization): 26
- Snipet: 26
- Splitweet: 26
- Stormblog: 26

- Streaming: 26
- Tags: 26
- Target Group es el público objetivo..... 26
- Tasa de rebote:..... 26
- Techie (Geek):..... 27
- Test AB: 27
- TFF Ratio..... 27
- Timeline o TL: 27
- Trending Topic:..... 27
- Trackback: 27
- Trendspotters:..... 27
- Troll: 27
- TrueTwit: 28
- Tuit: 28
- Tumblr:..... 28
- Twitter:..... 28
- Voz de Marca:..... 28
- Underdelivery:..... 28
- Unfollow:..... 28
- Unfriend: 28
- Viralidad: 28
- Visibilidad: 28
- Web 2.0: 28
- Web 3.0: 28
- Web Crawlers (Arañas web):..... 28
- Webgrafia:..... 28
- Webmaster:..... 28
- Web Mining:..... 29
- Web semántica:..... 29
- Widgets. 29
- Wiki: 29
- Youtube TrueView (Adwords&Youtube):..... 29

Glosario del Community Manager

- [+1](#): Es el equivalente al “Me gusta” de Facebook en Google+. Al hacer clic en el botón +1 el usuario cuenta públicamente que te gusta algo. Y si además quiere compartirlo en ese momento, añade un comentario y lo envía a sus círculos de Google+ que prefiera. Así, cuando tus amigos y contactos hagan alguna búsqueda en Google, tu +1 les ayudará a encontrar lo mejor de la red ¡y puede ser el tema de una nueva conversación!
- [AIDA – A-Atención, I- Interés, D- Deseo, A- Acción](#). Estas son las 4 fases que debe satisfacer un buen anuncio publicitario (por ejemplo, un banner): captar la atención de la audiencia, a continuación, despertar su interés, después provocar deseo y por último generar una acción (hacer clic en el banner).
- [Above The Fold](#) (por encima del pliegue) Se refiere a la sección de una página web que se puede ver de un vistazo, sin necesidad de desplazar la barra lateral hacia abajo.
- [AdSense](#): es un método sencillo y gratuito para que cualquier editor de sitios web pueda obtener ingresos mediante la publicación de anuncios de Google orientados en sus sitios web
- [AdWords](#): Nombre específico del programa publicitario de Google. Está basado en anuncios que se muestran a los usuarios que buscan en internet información relacionada con determinadas palabras clave. Los AdWords enlazan con direcciones de sitios web que ofrecen productos y servicios relacionados con las consultas de búsqueda. Técnicamente los anuncios suelen contener 4 líneas en las que se incluye el título (25 caracteres, espacio incluidos), la descripción (2 líneas de 35 caracteres cada una, espacios incluidos), y la URL visible (35 caracteres, espacios incluidos) donde se informa del sitio web que visitará el usuario si hace clic en el anuncio.
- [Advertising Network](#): Es una compañía que conecta a los anunciantes con los sitios web que quieren alojar anuncios. Se trata de vender a través de varios editores con el fin de optimizar la publicación de anuncios en función del usuario en lugar de, por ejemplo, contexto. Adknowledge, RockYOU, Caja Social, DoubleClick.
- [Affiliate Marketing](#) (marketing de afiliación): Es una asociación entre un propietario del sitio web (afiliado) y un minorista (comerciante afiliado) por el que el propietario del sitio web anuncia la tienda en su sitio y recibe una comisión por cada venta generada.
- [Akismet](#): Filtro de comentarios spam entre los blogs de WordPress. Es un plugin que identifica y bloquea comentarios y trackback spam de los blogs con integración de varios sistemas de blogging.
- [A-List Blogger o E- Influencers](#): Son aquellos bloggers, twitteros, etc. que tienen influencia en nuestro sector. Es importante tenerles muy en cuenta y seguirles. También es aquel usuario que ofrece opinión e información sobre diferentes temas, la mayoría de actualidad, y que cuenta con una comunidad de seguidores considerables dispuestos a interactuar y difundir sus contenidos.
- [Alcance](#): El alcance es una de las métricas más importantes en analítica social media y web 2.0. Alcance significa “a cuántas personas llegamos”, o lo que es lo mismo, “cuántas personas han visto nuestro mensaje”. El alcance puede ser orgánico o viral. ¡No hay que confundir seguidores o fans con alcance! La diferencia entre ambas métricas puede ser abrumadora. En Facebook, el alcance de una publicación normal (sin pagar por obtener una mayor difusión) es muy inferior al número de fans; de hecho, el alcance abarcará solo a un pequeño porcentaje de los seguidores. Este porcentaje se ha ido reduciendo considerablemente con el tiempo.

- **Alcance orgánico:** El alcance orgánico es la parte del alcance constituida por las personas a las que llega nuestro mensaje directamente, es decir, aquellas que ven el contenido sin intermediación de otro usuario que lo haya compartido.
- **Alcance Viral:** Es la parte del alcance que se refiere a las personas que han visto nuestro mensaje porque alguien lo ha compartido. Por ejemplo: publicas un contenido en Facebook para tus 500 seguidores; uno de ellos lo comparte a sus 200 amigos, de los cuales 80 (que no te siguen y que quizás ni siquiera te conocen) llegan a verlo. Esas 80 personas, y aquellas a las que éstas compartan nuevamente el contenido, son "alcance viral". Conseguir "alcance viral" tiene un extraordinario valor, pero no es fácil, las marcas y los profesionales de la gestión de comunidades se esfuerzan por crear contenidos susceptibles de ser compartidos y por fomentar su redistribución entre usuarios.
- **Analítica Web:** Es la medición, recolección, análisis y reportes de los datos de Internet con el objetivo de comprender y optimizar el uso de un *website* o blog. Los programas de analítica muestran como los usuarios interactúan con un *website*, brindando datos como cantidad de tráfico, procedencia de este, el *bounce rate*, palabras claves usadas para encontrarlo, páginas más visitadas, páginas desde donde se producen más salidas del site, cumplimiento de objetivos de marketing, etc. Uno de los programas más populares es Google Analytics.
- **Anchor text:** (Textos "gancho" en SEO) Las palabras que forman un enlace basado en texto visible en un navegador, que son importantes para la optimización de las páginas web para buscadores, ya que les indican el contenido de la página que se visitará al pinchar en el enlace. En otras palabras, los Anchor text son el texto visible de un enlace o hipervínculo.
- **API: Interfaz de programación de aplicaciones.** Es el conjunto de funciones y procedimientos que ofrece cierta biblioteca -conjunto de subprogramas utilizados para desarrollar software- para ser utilizado por otro software como una capa de abstracción. **App: Aplicación web:** En la ingeniería de software se denomina aplicación web a aquellas herramientas que los usuarios pueden utilizar accediendo a un servidor web a través de Internet o de una intranet mediante un navegador. En otras palabras, es una aplicación software que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web en la que se confía la ejecución al navegador.
- **Astrourfing:** Es un término referido a campañas de relaciones públicas en el ámbito de la propaganda electoral y los anuncios comerciales que pretenden dar una impresión de espontaneidad, como nacida de una fuerte relación con el entorno social. El nombre proviene de un doble juego de palabras en inglés, partiendo del concepto de grassroots (que puede traducirse, literalmente, por "raíces de hierba"). Este concepto sirve para calificar a los movimientos «con base social», que surgen «de abajo», de la interacción de los miembros de una comunidad. Por otro lado, AstroTurf es una conocida marca estadounidense de césped artificial, cuyos productos están diseñados para parecer hierba natural. Así, astroturfing hace referencia a esa artificialidad, a esa falsa base social de ciertas campañas comerciales. El objetivo de una campaña de este estilo es disfrazar las acciones de una entidad política o comercial como la reacción pública espontánea e independiente frente a otra entidad, producto, servicio etc.
- **Astroturfers:** Los astroturfers (intoxicadores) intentan orquestar para ello acciones protagonizadas por unos pocos individuos aparentemente diversos y geográficamente distribuidos, tanto a través de actuaciones explícitas como más subliminales e incluso ocultas, y que dan la impresión de multitudinarios entusiastas de una causa.
- **Atom:** Lanzado en 2004. Nos proporciona herramientas de gestión de fuentes web RSS a webmasters, bloggers, podcasters, etc... Nos permite integrar publicidad de AdSense en nuestras fuentes de noticias. Son muy útiles para seguir actualizaciones sin tener que

preocuparnos en visitar el sitio web, además la mayoría de los smartphones viene provistos de una App que se encarga de la lectura de fuentes como es Feedburner.. Formato de redifusión para syndicar contenidos. Suele ser utilizado por la comunidad de blogs para compartir las entradas recientes, titulares, textos completos, e incluso archivos adjuntos multimedia. También proporciona una forma estándar para exportar un blog entero, o partes de él, para copia de seguridad o para importar a otros sistemas de blogs. Fue desarrollado como una alternativa a RSS, y ambos formatos ahora se utilizan para muchos propósitos: periodismo, márketing, informes de errores, o cualquier otra actividad que implique cambios periódicos o publicaciones.

- **Avatar.** Representación gráfica de un individuo con objeto de identificarlo en Internet. En Twitter, el avatar por defecto es un huevo.
- **Awareness:** Fase por la que pasa el consumidor antes de la compra. El futuro comprador empieza a estar alerta sobre las menciones que se producen sobre el producto que le empieza a interesar.
- **Backchannel (el canal de atrás):** En eventos, congresos o videoconferencias, un segundo espacio de proyección donde se muestran en tiempo real las conversaciones de la gente relacionadas con la disertación que se está dando en ese momento. La idea es saber qué piensa el público en ese momento a través de Twitter, principalmente.
- **BackType:** Es un servicio cuyo objetivo principal es medir las reacciones que generan en las redes sociales los contenidos publicados en Internet. Cuenta con una herramienta llamada BackTweets, que ayuda a entender el alcance de las publicaciones en Twitter, así como su capacidad de generar tráfico hacia determinados sitios web o ventas. Recientemente, BackType ha sido adquirido por Twitter.
- **Badge:** Una imagen, por lo general cuadrada, que aparece en un blog indicando la participación del blogger en un evento, o sus movimientos sociales.
- **Banner:** (En español: banderola) es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión. Los banners se crean con imágenes (GIF, JPEG o PNG), o con animaciones creadas a partir de tecnologías como Java, Adobe Shockwave y, fundamentalmente, Flash. Están diseñados con la intención de llamar la atención, resaltar notorios y comunicar el mensaje deseado. Por lo tanto, estos banners no necesariamente mantienen la línea gráfica del sitio.
- **Bit.ly:** servicio muy conocido de acortamiento de URLs que además provee estadísticas de los enlaces compartidos online. En Twitter, por ejemplo, es importante usar URLs cortas. <http://www.bitly.com> Bitácoras: red social de noticias web que permite a los miembros enviar y votar artículos. Los artículos con mayor número de votos aparecen en la página principal del sitio y, posteriormente, son vistos por la mayor parte de los miembros del sitio, así como de otros visitantes.
- **Black Hat:** Estrategia de link building que, en su esfuerzo por mejorar el posicionamiento de una web, recurre a técnicas que incumplen las normas de los buscadores. Se trata de prácticas penalizables como el cloaking, las granjas de enlaces (Link Farms), los textos ocultos o el abuso de palabras claves que solo son efectivas a corto plazo y a la larga afectan de manera negativa a la imagen de la compañía que las llevan a cabo
- **Blip.TV:** Es un sitio web para compartir vídeo en línea. Diseñado para los creadores de contenidos generados por usuarios, provee a los creadores de contenidos en vídeo

- alojamiento web gratuito, da soporte a gran variedad de formatos de vídeo, ofrece la distribución por RSS y la ordenación de contenidos por episodios.
- **Blog:** Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores. Bloguero: Ha sido definido, como una "persona que crea o gestiona un blog" (cuando es usado como sustantivo); o "perteneciente o relativo a los blogs o a los blogueros" (cuando es empleado como adjetivo).
 - **Blogroll:** Listado de bitácoras virtuales que aparece en algunas plantillas del blog. En él figuran otros diarios digitales que son afines con la temática o que son del gusto del autor por afinidades personales.
 - **Bliki:** un blog que puede ser editado por los lectores o un grupo de colaboradores acordado. Su nombre viene de la combinación de los dos conceptos en los que se basa: Blog y Wiki.
 - **Box.net:** Sistema de Cloud Computing que consiste en archivar los documentos en un servidor de Internet para que todos los usuarios puedan acceder a la última versión de dichos documentos directamente, sin necesidad de enviarlos vía email. Incluye posibilidades como la organización en archivos y carpetas, el intercambio de contenidos con enlaces directos, la conversión de cualquier carpeta en una página web, y la creación de widgets para compartir archivos en una página web de la empresa o blog.
 - **Branded content:** Contenido vinculado a la marca, es una nueva forma de publicidad que mezcla publicidad y contenido de entretenimiento. Las mejores prácticas de éxito son video producciones de alta calidad que sirven para que los clientes y potenciales disfruten y suba la notoriedad de marca. Se utiliza en eventos, películas, videojuegos, música, internet y televisión.
 - **Branding:** Anglicismo empleado en mercadotecnia que hace referencia al proceso de hacer y construir una marca mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta al nombre y/o símbolo (logotipo) que identifican a la marca influyendo en el valor de la marca, tanto para el cliente como para la empresa propietaria de la marca.
 - **BUZZ:** Ruido mediático, cuantificación de la resonancia de un comentario o información en Internet. Canal virtual: Estrategia utilizada por muchos a través de la internet para crear, administrar, comercializar y expandir sus negocios, siempre con diferentes contenidos y continua comunicación con sus clientes.
 - **Catster:** Red social para los amantes de los gatos.
 - **Check in (Foursquare):** Hacer check in es indicar tu localización física a través de tu smartphone o vía online.
 - **Chicklet:** Icono naranja que identifica a las fuentes RSS o Agregadores.
 - **Clickmap o Mapa de Clics:** técnica de analítica web que representa gráficamente en qué lugares de una página hacen clic los usuarios. Permite valorar la visibilidad y el posicionamiento de los componentes de la página, qué elementos confunden al usuario y cuáles de ellos resultan más rentables.
 - **Click through rate:** indicador para medir la eficacia de una campaña de publicidad online. Se trata de contabilizar las veces que un usuario pulsa un banner.
 - **Cloaking (Encubrimiento):** La práctica de desarrollar dos versiones diferentes de una misma página: una que cuenta con los contenidos y el diseño que se muestran a los usuarios y otra dirigida a los webs crawlers (arañas web) de los motores de búsqueda, adaptada para satisfacer los criterios de estos últimos con el objetivo de ascender en el ranking de resultados. Para su puesta en práctica, se identifica la IP desde la que se recibe la visita y,

dependiendo de su naturaleza, se optará por mostrar una de las dos opciones. El Cloaking es una técnica de posicionamiento Black Hat, empleada para engañar buscadores y en ocasiones, se realiza con intenciones fraudulentas, encubriendo páginas de pago o con contenidos ilegales, por lo que su práctica es penalizada.

- **Cloud Computing (aplicaciones en la nube):** Es un nuevo modelo de prestación de servicios de negocio y tecnología, que permite al usuario acceder a un catálogo de servicios a través de Internet. "La nube" -the Cloud en inglés- soy muy comunes en el mundo de Internet. En realidad, la nube es una metáfora empleada para hacer referencia a servicios que se utilizan a través de Internet. Antes del concepto de la nube, el procesamiento y almacenamiento de datos se hacían en tu computadora; en cambio, computación en la nube -cloud computing en inglés- permite una separación funcional entre los recursos que se utilizan y los recursos de tu computadora, esto es: se utilizan recursos en un lugar remoto y que se acceden por Internet. Este fenómeno permite a los usuarios acceder a sus datos desde cualquier lugar, pues todo está en "la nube", todo está en la Web (documentos, programas).
- **CMS:** Un sistema de gestión de contenidos (o CMS, del inglés Content Management System) es un programa que permite crear una estructura de soporte (framework) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás roles. Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio web. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño. Así, es posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto al sitio web sin tener que darle formato al contenido de nuevo, además de permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores. Un ejemplo clásico es el de editores que cargan el contenido al sistema y otro de nivel superior (moderador o administrador) que permite que estos contenidos sean visibles a todo el público (los aprueba).
- **Compete.com:** Es una aplicación que proporciona un servicio de análisis de la web y que ofrece a los usuarios y las empresas el análisis, la comparación y el contraste de estadísticas de hasta 5 sitios web diferentes a la vez.
- **Community Manager:** Es la persona responsable de la comunidad encargada de crear, gestionar y dinamizar dicha comunidad de usuarios en internet con independencia de la plataforma que empleen. También llamado Gestor de comunidades: Profesional directamente responsable de la salud de la marca en las redes sociales, a cargo de la coordinación de todo el equipo de manera sincronizada con los líderes internos. Comunidad virtual: Red de personas con inquietudes e intereses comunes que se agrupa e interactúa alrededor de una o más plataformas en Internet.
- **Comunidades Verticales:** Grupos de usuarios online que tienen un interés común y que se agrupan bajo el paraguas de una marca. Las Comunidades Verticales suponen, en opinión de expertos, el siguiente paso a las redes sociales en la estrategia digital de las empresas.
- **Conectivismo:** Explica como la tecnología influye sobre cómo vivimos, cómo nos comunicamos, y cómo aprendemos, combina las estructuras sociales, y la tecnología para crear una construcción de gran alcance para el aprendizaje en la era digital.
- **Content Curator: (Curador de Contenidos).** Es el profesional que se dedica a hacer una selección personalizada del mejor contenido y los mejores recursos sobre temas específicos. Busca, agrupa y comparte la información más relevante en su ámbito de especialización.
- **Content curation:** es un término que hace referencia a la tarea de selección, preservación y relación de los contenidos más relevantes y de más calidad sobre una materia determinada.

- **Conversión:** En marketing online, la conversión se produce en ese momento ‘mágico’ en el que el usuario realiza la acción clave que nos hemos puesto como objetivo. Esta acción puede ser realizar un pedido, registrarse, suscribirse, consumir un contenido, o lo que decidamos, siempre y cuando sea relevante y tenga una conexión directa con los objetivos de nuestra actividad. Con frecuencia se suele asociar conversión exclusivamente a “venta” pero esto es un error. De hecho: Cada empresa o profesional del marketing online define “conversión” de acuerdo con la naturaleza de su actividad y las metas que se haya fijado. Se utiliza el término “conversión” simplemente porque hace referencia al instante en el que un usuario se “convierte” en otra cosa: en un cliente, un suscriptor, un lead, etc. Conversiones: número de visitas a un sitio web que se convierten en fructíferas, que consiguen el objetivo determinado al sitio (pueden ser conversiones en compras, en contactos, en cumplimentaciones de formularios, etc.).
- **Coverfeed:** es el ancla de la experiencia de Facebook Home. Se trata de una versión más visual del news feed, pero integrado en la pantalla de inicio del dispositivo. Permite ver todas las actualizaciones de los contactos en Facebook en el mismo momento en que se desbloquea un móvil.
- **Coolhunting:** Actividad que consiste en anticipar tendencias en la moda y el consumo. Un Coolhunter se dedica a recopilar información en redes sociales y en el entorno que interesa a la marca. El comportamiento de diferentes grupos sociales le proporciona las claves para predecir tendencias. Se puede traducir como «caza de tendencias». El trabajo se refiere a hacer predicciones sobre cambios o surgimientos referentes a la cultura del consumismo y la moda. Esta información ha tenido un gran impacto para ayudar a empresas a estar preparados para aprovechar tendencias sociales. Quienes se dedican a esto se denominan coolhunters («cazadores de tendencias»).
- **CPI: Cost per Impression, coste por impresión.** Modelo de tarificación de la publicidad online en el que se paga por la impresión del anuncio, por oposición al modelo en el que se paga por cada clic.
- **Creative Commons:** Es una corporación sin fines de lucro dedicada a facilitar a la gente el compartir y construir sobre el trabajo de otros, de conformidad con las normas del derecho de autor (copyright). Ofrece licencias gratuitas y otras herramientas legales para marcar el trabajo creativo con la libertad que el creador le quiera otorgar, para que otros puedan compartir, difundir, hacer uso comercial o no, etc. Crowdsourcing: Consiste en externalizar tareas que habitualmente venía realizando una única persona, a un grupo numeroso de personas o una comunidad. También tareas que, tradicionalmente, realizaba un empleado o contratista, a un grupo numeroso de personas o una comunidad, a través de una convocatoria abierta.
- **CPM: Costo por mil,** es una medida utilizada en la publicidad, calculando sobre la base de lo que cuesta mostrar el anuncio a mil espectadores.
- **Cost Per Action: Coste por acción,** es un modelo de tarificación en el que el anunciante paga cuando un usuario completa una acción determinada, como por ejemplo rellenar un formulario o realizar una compra.
- **Cost Per Acquisition: Coste por adquisición,** es una métrica que sirve para saber cuánto dinero le cuesta al anunciante la consecución (en terminología de marketing, adquisición) de un cliente en una campaña. Por ejemplo: Si se gastan 10.000 Euros y se consiguen 1.000 clientes, el coste por adquisición será de $1.000 / 10.000 = 10$ Euros. Customer Service es el proceso destinado a atender consultas, reclamos, comentarios y, eventualmente, denuncias de los usuarios o clientes de una organización.

- **CRM o Customer Relationship Management:** estrategia de negocio basada principalmente en la satisfacción de los clientes. **CTA: Call to Action, llamada a la acción.** Mensaje destinado a provocar que el usuario haga clic para avanzar en el “embudo de conversión” (conversion funnel). Normalmente, este clic conduce a una “landing page” o inicia un proceso de compra, registro o similar, en función de la naturaleza de la acción que se intenta provocar. Un ejemplo típico de CTA sería un botón “compra ahora”. La llamada a la acción puede ser un simple botón, o también una pieza gráfica mayor y con un mensaje más elaborado. Junto al CTA suelen aparecer otros elementos tales como la imagen del producto o servicio, la descripción de los beneficios que aporta, testimonios y recomendaciones de expertos o usuarios satisfechos, e información que aporta garantía y confianza. Decidir dónde debe colocarse el CTA entre estos elementos, así como su proporción, color y texto, es todo un arte. Existen muchas “técnicas” y “buenas prácticas”, reglas escritas y no escritas, pero los expertos saben bien que solo mediante un testado sistemático de diferentes opciones, específicas de cada caso, se puede llegar a obtener los mejores resultados. El éxito o fracaso de un CTA se mide en función de su CTR.
- **CTR: Click-through rate,** o proporción de clics en relación al número de impresiones. Es una de las métricas más utilizadas en analítica web y publicidad online. Se calcula dividiendo el número de veces que se ha hecho clic en un enlace (botón, banner, enlace de texto, etc.) entre el número de veces que dicho enlace ha sido mostrado, y se expresa en forma de porcentaje. Por ejemplo: Un anuncio que se ha mostrado 10.000 veces y en el que se ha hecho clic 100 veces, tendría un CTR de $100 / 10.000 = 1\%$. En el caso de la publicidad online, un CTR óptimo depende de muchos factores; entre los principales podríamos enumerar: un buen CTA, un contexto adecuado (contenidos relacionados con el anuncio y dirigidos al mismo público), una buena ubicación dentro de la página, un formato que llame la atención, y un mensaje que despierte el interés y el deseo.
- **Dashboard (escritorio):** Es el área de administración de un blog o sistema de monitoreo. Allí es donde se puede comprobar el tráfico, cargar archivos, gestionar comentarios, editar, asignar permisos, gestionar usuarios, etc.
- **Deep Web ó Dark Web:** La deep web es una red de internet que utiliza un protocolo de varias capas llamado "the onion router", que consiste en ir encriptando la información que sale del equipo del usuario, a medida que va pasando por otros 3 equipos más (nodos); el nodo de salida es el nodo remoto que efectivamente accede al sitio requerido (si es un sitio de la superficie); cuando el sitio es una dirección web .onion entonces no hay nodo de salida y el tráfico permanece dentro de los nodos que forman parte del sistema onion. La finalidad de este sistema, para lo que fue creada, es para maximizar el anonimato y de esta forma dificultarle a los gobiernos (o a cualquier otro tipo de agrupación que intente ubicar y perseguir a los internautas por dirección ip, geotagging, etc) la individualización de los internautas. Por este motivo, al ser una herramienta que exclusivamente se enfoca en anonimato, se la puede utilizar para muchos fines; pero la idea de estigmatizar como "red para drogones, pedófilos, asesinos, etc" no es sinónimo. Con el correr de los tiempos los gobiernos, los medios masivos de [des]información y demás conglomerados, arman sus bases de datos con los accesos de los usuarios para traficar con estos datos o simplemente para hacer profiling (es decir, si posteas en un foro de un periódico tu opinión opositora al régimen de tu país, ya quedas catalogado como opositor y quien sabe si tu perfil no va a parar al gobierno con lo cual entras en sus listas negras).
- **Delicious:** servicio gratuito de marcadores en línea que permite a los usuarios guardar online direcciones de sitios web en forma pública o privada para poder acceder desde cualquier

- dispositivo conectado a Internet y compartir con otros o para uso propio. Density: Es un indicador que mide el porcentaje de palabras clave que hay en un sitio web respecto al total del contenido, es decir la cantidad de veces que aparecen keywords. Esa densidad no puede ser demasiado elevada ya que la web puede ser penalizada o considerada como spam.
- [Digg.com](#) Es un sitio web principalmente sobre noticias de ciencia y tecnología. Combina marcadores sociales, blogging y sindicación con una organización sin jerarquías, con control editorial democrático, lo que permite que se publiquen artículos sobre una gran variedad de géneros. Los usuarios envían noticias y artículos y los miembros pueden votarlos. Los artículos con mayor número de votos aparecen en la página principal del sitio y así pueden verlos la mayor parte de los miembros del sitio y otros visitantes.
 - [DM \(Mensaje Directo\)](#):_mensajes que se envían, de forma privada, en Twitter. Dooced: Con este nombre se conoce al hecho de perder el trabajo por algo publicado en el blog personal o en tus redes sociales.
 - [Doodle](#):_Es una palabra de lengua inglesa, que traducida al español significaría "Garabato". Esta palabra ha sido utilizada por Google para definir el elemento más popular de la página del famoso buscador. Desde el 30 de Agosto de 1998, Google cambia su logo en su web de forma periódica para conmemorar algún acontecimiento o sugerir al usuario alguna búsqueda especial, a este gráfico basado en el logo de Google se le llama Doodle.
 - [Ecto](#): Es una herramienta de escritorio para MacOSX con la que puedes editar tus blogs. Se integra con Blogger, Blojsom, Drupal, Movable Type, Nucleus, SquareSpace, TypePad, WordPress y muchos más.
 - [Engagement](#): Esto se basa en crear cierta fidelidad y motivación para que nuestros usuarios defiendan y se sientan parte de la marca, y de esta manera nos refieran nuevos usuarios.
 - [E-government](#): (Gobierno electrónico), consiste en el uso de las tecnologías de la información y el conocimiento en los procesos internos de gobierno en la entrega de los productos y servicios del Estado tanto a los ciudadanos como a la industria. Se basa principalmente en la implantación de herramientas como portales, ERPs, que en caso de los gobiernos se conocen como GRPs, CRMs, como redes sociales o comunidades virtuales y muchas otras, buscando una mejora en la eficiencia y eficacia de los procesos internos y de vinculación con la sociedad.
 - [Error 404](#): o [HTTP 404](#). Es muy común encontrarnos con este tipo de error. Tiene lugar cuando una página de nuestro blog o web no ha sido encontrada. Se produce cuando nuestro host es capaz de comunicarse con el servidor, pero no existe la información que ha sido requerida. Es un error que Google no considera como grave, pero es necesario corregirlo.
 - [Escucha Activa](#): Significa escuchar con el firme propósito de entender su audiencia y actuar de acuerdo con lo que se identifique.
 - [Ética Hacker](#): Es una nueva ética surgida de y aplicada a las comunidades virtuales o cibercomunidades, aunque no exclusivamente. La expresión se suele atribuir al periodista Steven Levy en su ensayo seminal Hackers: Heroes of the Computer Revolution, publicado en 1984, donde describe y enuncia con detalle los principios morales que surgieron a finales de los años cincuenta en el Laboratorio de Inteligencia Artificial del MIT y, en general, en la cultura de los aficionados a la informática de los años sesenta y setenta. Aquellos principios --que se resumen en el acceso libre a la información y en que la informática puede mejorar la calidad de vida de las personas-- han constituido la base de la mayor parte de definiciones que se han elaborado posteriormente.
 - [Geeks vs. Nerds](#) (en otras palabras: «apasionados de la tecnología» frente a «empollones»)

- **Etiquetas h1:** las etiquetas H1 son la herramienta mediante la cual se le dice a nuestro buscador cuáles son las palabras más importantes del contenido de nuestro sitio web para que las priorice a la hora de mostrar resultados. Es uno de los elementos de HTML más importantes ya que dan formato y ayudan a configurar la apariencia del navegador. Lo ideal es que estas etiquetas se utilicen en el contenido del título porque los buscadores las tendrán en cuenta para el posicionamiento de nuestra web.
- **Eventbrite:** Es una herramienta para organizar eventos sociales y servicios de venta de entradas en línea. Se integra con Facebook, para que los usuarios también puedan promover sus eventos allí para atraer más visitas a su página del evento y vender más entradas. El servicio es libre y gratuito, aunque hay pequeñas tarifas por la venta de entradas.
- **Facebook:** Es un sitio de redes sociales, que originalmente fue un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero que actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Ha recibido mucha atención en la blogosfera y en los medios de comunicación al convertirse en una plataforma sobre la que terceros pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social.
- **Fake:** Para otros usos de este término, véase Fake (desambiguación). Fake ('falso' en inglés y en el mundo de la internet) se refiere en general a una falsificación. Se utiliza particularmente en el mundo de Internet y en especial entre los usuarios de programas de descargas (como los P2P), para referirse generalmente a un archivo o un servidor falso, que no es lo que aparenta.
- **Feed Reader (agregador de contenidos):** Una herramienta basada en Web, o una aplicación de escritorio, que recoge el contenido sindicado.
- **FeedBurner:** servicio comprado por Google que nos facilita la gestión de fuentes web (RSS, etc.).
- **Floodear:** acción de publicar masivamente. Al postear demasiado durante una pequeña cantidad de tiempo, te expones a perder la atención del usuario.
- **Following:** La acción descrita como “following” se refiere a “seguimos a...” y es cuando hemos dado a “Follow” a una cuenta en Twitter Follow back: relativo a Twitter. Acción de seguir a la persona que te sigue. Es una acción básica, basada en la cortesía Twitter, para conseguir seguidores.
- **#FF:** El #FollowFriday o #FF es un "hashtag" o "Tema del momento" en Twitter que se ha convertido en una costumbre de cada Viernes para la mayoría de los usuarios. Esta costumbre se caracteriza porque al utilizar la clave #FollowFriday (o #FF) en un tuit damos a entender a nuestros seguidores que recomendamos seguir los usuarios incluidos en el mismo tuit. Se trata de una costumbre iniciada en Enero de 2009 por Micah Baldwin.
- **Flog:** Blog falso, donde se promueve información acerca de un producto, enmascarado bajo el rostro de un blog. El tema de los flogs, o falsos blogs creados por empresas a modo de sitios hechos por fans “espontáneos” para hablar bien de sus productos.
- **Folksonomía:** Es la clasificación social en Internet. A través de los canales sociales se van subiendo contenidos y etiquetando ese contenido: por ejemplo, cada vez que se actualiza un blog se le pone una etiqueta (Marketing Digital, Social Media, Seo, Sem...) Todo ese contenido configura lo que se llama la folksonomía que será fácilmente encontrado gracias a que ha sido etiquetado previamente.
- **Foursquare:** Red social en la que los usuarios realizan ‘check-ins’ en los locales que visitan (un bar, una discoteca, un aeropuerto, un hotel, un museo, una convención, etc.) mientras

comparten recomendaciones y opiniones acerca del lugar con sus contactos. La aplicación usa geolocalización para localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica. La clave de Foursquare es que convierte el hecho de ir marcando todos los sitios visitados en un juego en el que los participantes ganan “puntos”. La red puede mostrar publicidad dependiendo de dónde estamos, un modo selectivo de promocionar productos y servicios que está ganando mucho interés.

- **Freebies:** Aplicaciones gratuitas que se ofrecen desde un sitio web a modo de regalo. Pueden adoptar cualquier forma siempre que sean de pequeño tamaño para facilitar su descarga, por ejemplo, fondos de pantalla, iconos, plantillas para blogs, tonos para móvil, canciones exclusivas...Su empleo como herramienta promocional se conoce como Freebie Marketing.
- **FriendFeed:** es un agregador de feeds en tiempo real que consolida las actualizaciones de los medios sociales y sitios web de redes sociales, sitios de marcadores sociales, blogs y sitios de micro-blogging, así como cualquier otro tipo de feed RSS o Atom. Es posible utilizar este flujo de información para crear canales personalizados para compartir, así como nuevos posts, discusiones y comentarios con los amigos. **Foro:** Un Foro (también conocidos como "foros" o "foros de discusión") en Internet es una aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea. Dicha aplicación suele estar organizada en categorías que contienen foros. Estos últimos foros son contenedores en los que se pueden abrir nuevos temas de discusión en los que los usuarios de la web responderán con sus opiniones. Un foro tiene una estructura ordenada en árbol. Las categorías son contenedores de foros que no tienen uso ninguno a parte de "categorizar" esos foros. Los foros, a su vez, tienen dentro temas (argumentos) que incluyen mensajes de los usuarios.
- **Freebie Marketing:** Estrategia puesta en marcha por el CM que consiste en ofrecer productos gratuitos para invitar a los usuarios a hacerse fans y a participar en las redes y visitar la web de la marca.
- **Friend-to-friend:** Una red de ordenadores friend-to-friend (F2F o "amigo a amigo") es un tipo particular de P2P anónimo en donde la gente se conecta directamente con sus "amigos". Los programas F2F solamente permiten personas en las cuales uno confía, usando direcciones de IP o firmas digitales para hacer los intercambios de archivos. De esta manera los amigos de sus amigos (y así sucesivamente) podrán descargar indirectamente archivos de una persona de manera anónima. Una de las mayores ventajas de este tipo de redes es que pueden crecer en tamaño sin comprometer el anonimato del usuario. Ejemplos de este tipo de redes son: Waste, Turtle F2F, ANts P2P, GUnet, MUTE y Napshare.
- **Freak:** (*Anormal, extraño, marginal*). El término fue adoptado por el idioma español para nombrar, de forma genérica, primeramente, a personas o comportamientos que se salen de la normalidad, las cuales presentaban un sentido más transgresor de las normas o comportamientos sociales; y, con el paso del tiempo, se alejó cada vez más de su significado original en inglés, hasta adquirir otro significado. Así la palabra castellanizada como friqui (del inglés freaky) se refiere a la persona interesada u obsesionada, con un interés o gusto desmesurado, por un tema, afición o hobby hasta el punto de convertirlo en una forma de vida. El término se refiere actualmente a una gran variedad de personalidades y grupos.
- **Freemium:** término formado por la combinación de free (gratis) y premium (“superior”). Es un modelo consistente en ofrecer servicios básicos gratuitos (free) con opción a disfrutar de servicios complementarios, sin limitaciones, o de un nivel superior mediante una suscripción de pago (premium). La oferta freemium hace posible llegar a multitud de usuarios rápidamente y darse a conocer en las mejores condiciones (es decir, mediante la experiencia directa).

- **Gamification:** es una técnica para conseguir incrementar el grado de involucración y retención de la audiencia, mediante la aplicación de mecánicas de juego a entornos no lúdicos.
- **Granjas de Enlaces (Link Farms):** Técnica Black Hat consistente en el intercambio de enlaces a gran escala entre una red de sitios web que se vinculan mutuamente con el único objetivo de mejorar el posicionamiento en buscadores. También puede tratarse de la compra de enlaces entrantes asociados a un "anchor text" deseado en directorios web artificiales y automatizados.
- **Google Dance:** Con este nombre se conoce al fenómeno que ocurre cuando se realizan Campañas SEO de Posicionamiento Web en donde, apenas el sitio empieza a adquirir nuevos enlaces externos o backlinks, la posiciones de éstas en Google comenzarán a fluctuar de manera aparentemente aleatoria, hasta que se estabilizan más arriba de la posición original. El algoritmo Google Dance hace fluctuar las posiciones al inicio de una Campaña SEO pero también pueden darse otros eventos tales como respuestas tardías a la creación de backlinks, respuestas aleatorias durante el primer mes, etc. Este fenómeno se explica en la patente de Google Dance, creada por Google en el 2012 y en la misma se deja constancia de este comportamiento, el cual, se piensa, tiene como objetivo desalentar los intentos de realizar SEO de los principiantes. La idea es que, luego de ver que las posiciones de sus páginas empeoraron en vez de mejorar luego de comenzar una campaña de backlinks, se detengan e incluso traten de revertirla. La forma de superar este fenómeno y tener éxito es siendo PERSISTENTE y no abandonar la campaña.
- **Google Documents/Google Docs:** Es un grupo de aplicaciones de oficina basadas en Web que incluye herramientas de procesamiento de textos, presentaciones, hojas de cálculo y análisis. Todos los documentos están almacenados y editados en línea, y permite que varias personas puedan colaborar en un documento en tiempo real.
- **Google Places:** Servicio gratuito de Google que nos permite compartir con los usuarios la localización de los negocios que se gestionen a través de la localización en los mapas de la plataforma de Google Maps. Dicho servicio se toma la molestia de confirmar antes de autorizar la publicación de la localización, nombre, teléfono del negocio son verídicos a través de métodos: carta con código, sms, llamada.
- **Google Trend:** herramienta de acceso público que permite la comparativa de visitas de usuarios únicos entre dos o más dominios. Bastante restrictiva en cuanto al número mínimo de visitantes de los sitios web permite una visualización directa de las diferencias de tráfico.
- **Google +:** alternativa del gigante Google a su ausencia en el juego de las grandes redes sociales. Al habitual planteamiento de otras muchas plataformas de compartir (fotos, comentarios, opiniones...) Google añade el concepto de los "círculos" con el que pretende diferenciarse del resto. Los círculos son en definitiva ámbitos personales con los que determinamos diversos niveles de acceso de nuestros contactos (amigos, trabajo, familia, etc.). Dispone también de páginas en un claro intento de pelearle a Facebook el uso profesional de la red.
- **Gravatar:** Es la abreviatura de globally recognized avatar. Asocia una imagen a una cuenta de correo electrónico, por lo tanto, cada vez que firmemos con esa dirección en un blog, foro etc. que permita el servicio, aparecerá nuestra imagen personal para identificarnos.
- **Groundswell:** Es una tendencia social en la que las personas utilizan las tecnologías para conseguir las cosas que necesitan el uno del otro, y no de las instituciones tradicionales. El best-seller del mismo nombre se basa en el análisis de Forrester Research, e incluye

- prácticas, estrategias basadas en datos para empresas que desean aprovechar el poder de las tecnologías sociales como blogs, redes sociales y YouTube.
- **Grupo focal (focus group en inglés):** es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión. Su labor es la de encauzar la discusión para que no se aleje del tema de estudio y, de este modo, da a la técnica su nombre en inglés ("grupo con foco"). Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica en que los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.
 - **Hangout:** videoconferencia que permite conversaciones simultáneas con nueve personas en Google+. **Hashtag:** (Del inglés hash, almohadilla o numeral y tag, etiqueta) o etiqueta, es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o gato (#). Es, por tanto, una etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifiquen de forma rápida. Se usa en servicios web tales como Twitter, FriendFeed, identi.ca o en mensajería basada en protocolos IRC para señalar un tema sobre el que gira cierta conversación.
 - **HD:** La alta definición (abreviada en las siglas AD), HD o HQ (del inglés High Definition o High Quality) es un sistema de vídeo con una mayor resolución que la definición estándar, alcanzando resoluciones de 1280 × 720 y 1920 × 1080 píxeles. 3D, sería 3DHD y en el caso de un televisor sería HDTV. Muy útil a la hora de editar y catalogar nuestra publicidad en las diferentes redes sociales. **Hootsuite:** Aplicación para programar tus publicaciones y tener en un sólo panel de control todas las cuentas que lleves. Básico para un CM.
 - **Inbound Marketing:** Se basa en la atracción de los consumidores que llegan al producto o servicio en Internet o las redes sociales por iniciativa propia, atraído por un mensaje o contenidos de calidad. **Infografía:** representación visual en la que intervienen descripciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa.
 - **Infoxicación:** Es un neologismo (ver infoxicación, neologismo adecuado en español) que hace referencia a los efectos secundarios de la sobrecarga de información a la que nos exponen las nuevas tecnologías. La sobrecarga informativa puede venir por muchas vías: Al intentar acceder a la información, encontramos más de la que podemos procesar, La información que buscamos está velada por una gran cantidad de datos irrelevantes, El gran volumen de información que nos inunda, a menudo presenta contradicciones e inconsistencias, El aluvión de información de fuentes no fiables compite en total confusión con las fuentes correctas, Antes de que hayamos aprehendido la información que necesitamos, aparece información nueva. Es difícil, o incluso impracticable, clasificar de manera eficiente una cantidad abrumadora de datos que no respetan un mismo formato, Uno de los desafíos de la web 3.0, en su modalidad "web semántica", consiste precisamente en superar el problema de la infoxicación haciendo posible que las máquinas realicen por nosotros un "destilado" previo de la información.
 - **Inteligencia colectiva:** Una forma de inteligencia que surge de la colaboración y concurso de muchos individuos. o seres vivos de una misma especie. Hoy es un término generalizado de la cibercultura o la sociedad del conocimiento. Aparece en una amplia variedad de formas de toma de decisiones consensuada en bacterias, animales, seres humanos y computadoras. Tom Atlee y George Pór sostienen que "la inteligencia colectiva también involucra alcanzar un foco de atención único y un estándar de métrica que provee un umbral apropiado de acción".

- **Interoperabilidad:** habilidad para interactuar, con objetivos consensuados y comunes y con la finalidad de obtener beneficios mutuos. La interacción implica que las organizaciones involucradas compartan información y conocimiento a través de sus procesos de negocio, mediante el intercambio de datos entre sus respectivos sistemas de tecnología de la información y las comunicaciones.
- **Keyword Stuffing (Abuso de palabras claves):** Técnica Black Hat que consiste en incluir una densidad de palabras clave muy superior al máximo recomendado (entre el 2% y el 5%). Google considera que un texto que supere la densidad léxica recomendada no aporta valor al usuario, ya que es un texto chocante a la vista que no provocaría ser leído, por ejemplo: "Vendo tornillos, visita la mejor página de tornillos, la mejor tienda de tornillos de la zona: tornillos tornillos ¡tornillos!"
- **Klout:** Klout Score mide la influencia de una persona o marca en Internet. La puntuación varía de 1 a 100, siendo las puntuaciones más elevadas las que representan mayor grado de influencia. Klout utiliza en torno a 35 variables en Facebook y Twitter para medir el True Reach, Amplification Probability y Network Score. El resultado de estas métricas es una representación del grado de aceptación que una persona o marca tiene en su audiencia y el impacto de sus mensajes en general. Fuente. <http://klout.com/kscore>
- **KPI:** del inglés Key Performance Indicators, o Indicadores Clave de Desempeño, miden el nivel del desempeño de un proceso, enfocándose en el "cómo" e indicando el rendimiento de los procesos, de forma que se pueda alcanzar el objetivo fijado. Kred: herramienta que permite ver de una manera gráfica distintos aspectos de la influencia en Twitter.
- **Landing Page:** En la mercadotecnia en Internet, se denomina página de aterrizaje (del inglés landing pages) a una página web a la que una persona llega, después de haber pulsado en el enlace de algún banner o anuncio de texto situado en otra página web o portal de Internet. En la mayoría de los casos esta página web es una extensión del anuncio de promoción, donde se explica más detalladamente la oferta del producto o servicio que se está promocionando a través de una carta de ventas. Sirve también para ampliar lo publicado en las redes y así atraer tráfico a los contenidos de la web principal.
- **Linkbait:** Traducido al castellano significa enlace cebo, y está haciendo referencia a cualquier tipo de contenido que de alguna manera estimula a los usuarios a crear enlaces hacia dicho contenido desde sus perfiles sociales. Lo podemos encontrar definido como la técnica de crear buen contenido y es una de las técnicas que pueden encuadrarse en las estrategias de posicionamiento SEO.
- **Link Building:** Estrategia SEO destinada a adquirir el mayor número de enlaces entrantes posibles desde páginas externas con el objetivo de beneficiarse de su popularidad web, lo que permitirá mejorar el posicionamiento de la página en el ranking de resultados de los buscadores.
- **Long Tail:** larga cola, término que se emplea en el marketing online para definir el hecho de que mucho de pequeños hace más que poco de muchos.
- **Lurker (acechador en inglés)** es el nombre dado a los participantes de comunidades virtuales que tienen una actividad solamente receptiva, sin contribuir activamente aportando ficheros, escribiendo en foros de discusión, etc. El nivel de actividad de un usuario en una comunidad virtual está relacionado con el valor o beneficio percibido. En el caso de los participantes silenciosos o lurkers el beneficio esperado por una mayor visibilidad, por la interacción social o por razones altruistas posee una percepción negativa para el usuario, mientras que el derivado de la información recibida tiene una percepción más alta que la correspondiente a los participantes activos. Entre los motivos de la falta de participación se

han citado también la ausencia de anonimato, el temor a ser ridiculizado por miembros más agresivos, la imposibilidad de aportar información por razones contractuales o de secreto profesional, la falta de tiempo, el afán de ganar dinero, la creencia en no tener nada valioso que aportar, la no alineación con los objetivos de la comunidad, autismo, etc. De acuerdo con la teoría de las comunidades de práctica, un lurker tiene una participación periférica legítima y se espera que, con el tiempo, pueda llegar a integrarse como un miembro activo de la comunidad.

- **Mapa de empatía:** herramienta que se utiliza para conocer mejor a nuestro cliente online. Nos dará las claves sobre lo que piensa, siente, escucha, hace, qué dice, sus necesidades o sus miedos.
- **Marketero:** Profesional o apasionado por el marketing. El concepto se puso de moda con la llegada de internet y las nuevas tecnologías. Es capaz de sacar partido y ver todo el potencial que ofrece el social media para llegar hasta sus clientes.
- **Marketing Viral (Viral Marketing):** Traslación a Internet de la técnica de promoción denominada “boca oreja”, según la cual, los consumidores se convierten en los promotores (entre sus familiares, amigos y conocidos) de los bienes o servicios que han adquirido y cuyo uso les es muy satisfactorio. Desde el punto de vista de marketing es importante proporcionar a los clientes más fidelizados las herramientas necesarias para que puedan, con mayor facilidad, recomendar y dar buenas referencias de nuestros productos o servicios a otros potenciales clientes a fin de impulsar su consumo entre ellos. Cuando el marketing viral está, de algún modo, tutelado por la empresa, se convierte en parte de las estrategias de marketing relacional de la misma. También se utiliza como técnica de marketing en la cual se ofrece algún incentivo al usuario que provoque que éste haga la publicidad por ti, para así aumentar la notoriedad de la marca o establecimiento de forma exponencial.
- **Mash up:** Los mash up pueden referirse a combinaciones de canciones y de vídeos. Un mash up musical es la combinación de dos o más canciones en los que los principales estilos empleados son el R&B, el rap y el soul. Un vídeo mash up es el resultado de combinar dos o más piezas de vídeo. También se denomina así a una página web o aplicación que usa y combina datos. Un mash up de contenido contiene varios tipos de medios de fuentes pre-existentes para crear una nueva obra. Los mash ups digitales permiten a los individuos o las empresas a crear nuevos contenidos mediante la combinación de múltiples fuentes de contenido en línea. El término implica integración fácil y rápida, usando a menudo APIs abiertos y fuentes de datos para producir resultados enriquecidos. Medios Sociales: Plataformas de comunicación online donde el contenido es creado por los propios usuarios usando la Web 2.0 y facilitando el intercambio de información, así como, su edición y publicación.
- **Me Gusta:** Es un botón creado por Facebook y utilizada por varias redes sociales y publicaciones, para indicar que un contenido es del gusto de quien lo ve y de esa manera popularizar un post.
- **Metadescripción:** es una pequeña descripción en la que se incluye un resumen de los contenidos de nuestro sitio de manera breve y concisa. Suele estar entre los 170 y 200 caracteres y en ella se deben incluir palabras clave. La metadescripción puede ser fundamental para que una persona haga clic en nuestra web y, además, puede ser utilizada por los motores de búsqueda para posicionar nuestra página. Microblogging: es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves en la mayoría de ellos con un tope de 140 caracteres que agiliza la lectura y comunicación, enviados desde sitios web, a través de sms, mensajería instantánea... Es la forma más rápida de difundir noticias online y

- de localizar a la gente que habla de los temas que nos interesan y conectar con ellos. Twitter es el líder destacado en los sistemas de microblogging o nanoblogging.
- **Monitorización:** Se trata de la medición cualitativa y cuantitativa, mediante determinadas herramientas, de las acciones llevadas a cabo en los medios sociales. Estas acciones permiten conocer mejor tanto a la competencia como a los clientes de la empresa.
 - **Netiqueta:** Se trata de unas normas básicas de comportamiento que todo el mundo debería cumplir en las redes sociales. Native Ads (anuncios nativos): Son una nueva categoría de publicidad online. Se trata de anuncios que se integran en el contexto de una plataforma o canal social apareciendo en ella como un elemento más. Es una buena manera para conseguir evitar el rechazo que suele provocar la publicidad convencional entre los usuarios.
 - **Neuromarketing:** El neuromarketing es una nueva disciplina muy especializada de la investigación en marketing que utiliza mediciones biométricas para estudiar los efectos que producen en el cerebro humano la publicidad y otras acciones del ámbito de la comunicación, al objeto de alcanzar conclusiones que permitan mejorar la sintonía con el cliente y, sobre todo, conocer las causas no-rationales por las que algunos mensajes funcionan y otros no. Estas mediciones pueden abarcar indicadores tales como el ritmo cardíaco, la actividad cerebral, la respuesta ocular (dónde se fija la vista, dilatación de la pupila, etc.), y la respuesta galvánica de la piel, entre otros. Según distintas informaciones publicadas (ver Making Ads That Whisper to the Brain en The New York Times), importantes marcas como Google, Disney o CBS, e incluso campañas políticas, han recurrido al neuromarketing para testar las impresiones de los usuarios.
 - **Networking:** El networking, es una filosofía que consiste en el establecimiento de una red profesional de contactos que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores. El networking activo posibilita el intercambio de información y contactos, así como el establecimiento de relaciones con personas que compartan intereses profesionales comunes. Hacemos networking para avanzar en nuestra carrera, para expandir nuestro negocio, para aumentar nuestra visibilidad y mejorar nuestra red de contactos comerciales y así generar negocio dentro de ella.
 - **NewsFeed:** Casi todas las plataformas y redes sociales tienen una página en la que los usuarios pueden ver la actividad del resto de usuarios, grupos u otras páginas. Es lo que se conoce como el newsfeed y se trata de una pequeña lista en la que podemos ver las actualizaciones de estado de nuestros contactos, las fotos que han subido o el contenido que han compartido recientemente.
 - **Nofollow:** Es el valor de un atributo en código HTML para que los motores de búsqueda no tengan en cuenta los enlaces externos. Fue diseñado con la finalidad de evitar el spamdexing, sobre todo para reducir este tipo de spam en los comentarios de los blogs.
 - **Nube de etiquetas:** Es una representación visual de la popularidad de las etiquetas, en donde el tamaño de la fuente es mayor para las palabras que aparecen con más frecuencia.
 - **OpenSocial:** Es un servicio de Google, Yahoo!, MySpace y otros muchos asociados, que mediante un conjunto de APIs permite construir aplicaciones o redes sociales, de tal manera que la forma de programar aplicaciones para diferentes sitios de redes sociales sea común (no para Facebook o LinkedIn).
 - **Orkut:** sitio de redes sociales que pertenece y es operado por Google. Es el nombre proviene de su creador, un empleado de Google llamado Orkut Büyükkökten. Es uno de los sitios web más visitados en la India y Brasil. La red está diseñada para permitir a sus integrantes hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas. Es posible crear y mantener

comunidades, que agrupan personas de acuerdo con sus gustos e intereses, en diferentes categorías, entre las que se cuentan: actividades, negocios, juegos, música, mascotas, religión.

- **ORM (Online Reputation Management):** Es la fase de participación y diálogo con los usuarios. Es donde debemos de ser conscientes de que hay que olvidarse del objeto de la campaña y sustituirlo por el de conversación. Como dicen en el blog "The Orange Market" el "yo te cuento y tú lo flipas" ya no es válido, y ahora es más exacto decir "yo te cuento, tú me cuentas y seguimos hablando".
- **PageRank:** término registrado por Google y que se supone que determina (asignándole un valor numérico del 0 al 10) la popularidad de un sitio web. Existen muchos recursos en la web para calcular el valor. El navegador Google Chrome lo incluye en sus últimas versiones, mostrando el valor para la página que se está visitando.
- **Patrocinio:** Se trata de la vinculación entre determinada figura pública y una marca. La persona se convierte en embajadora o representante de dicha marca y se compromete a exhibir públicamente sus productos. Suele ser una práctica de marketing muy habitual entre músicos y deportistas.
- **PERFIL:** Es la parte pública y visible de las redes sociales a la que pueden acceder los usuarios y navegantes. Cada uno elige la privacidad, lo personaliza, añade información y publica contenidos. La visualización del perfil nos permite saber más de cada usuario.
- **Peer Index:** herramienta que permite establecer un indicador de presencia y actividad en algunas de las redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn, el blog,..).
- **PHISHING:** Suplantación de la identidad digital para alterar la identidad o cometer fraude.
- **Pinterest:** Red social para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. Los usuarios pueden buscar otros pinboards, 're-pin' imágenes para sus propias colecciones o darles 'me gusta'. La misión de Pinterest es "conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes"
- **PIXEL:** Un píxel o pixel (México)¹ , plural píxeles, (acrónimo del inglés picture element, 'elemento de imagen') es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital, ya sea esta una fotografía, un fotograma de vídeo o un gráfico.
- **Plan conversacional:** Planificación del contenido día por día para un año, que le permitirá conocer el costo de la estrategia y alcanzar los objetivos de marketing en redes sociales.
- **Plan de Negocio:** Es el documento en el que se describe y analiza una idea de negocio. Esencialmente sirve para planificar y repensar el nuevo negocio, anticiparse a los posibles problemas y pensar en las posibles soluciones. Además de tener un documento escrito para vender la idea o presentarla a inversores, bancos, etc.
- **Podcast:** Archivo de audio gratuito, que puedes descargar y oír en tu ordenador o en un reproductor MP3. Los archivos se distribuyen mediante un archivo rss, por lo que permite suscribirse y utilizar un programa para descargarlo y escucharlo cuando el usuario quiera. Post: en los blogs es sinónimo de entrada.
- **Posterous:** plataforma de blogging y sindicación de contenidos que permite a los usuarios publicar contenido desde cualquier ordenador o dispositivo móvil mediante el envío de un e-mail. Híbrido de Twitter y WordPress, cogiendo lo mejor de cada uno: la inmediatez y la posibilidad de hacer un contenido extenso. Todo lo que se envíe al e-mail se publica al momento.

- **PostRank:** monitorea y recoge datos relacionados con la participación en redes sociales de todo el contenido Web. Ayuda a los editores entender qué tipo de contenido promueve el intercambio en la Web social.
- **Prosumer ó Prosumidores.** Es una combinación entre dos palabras, productor y consumidor. Con el auge de la web 2.0 el usuario no es solo un consumidor, sino que al mismo tiempo es un productor de contenidos. Un prosumer no tiene fines lucrativos, sólo participa en un mundo digital de intercambio de información. Incluso existen en la red páginas de tutoriales que instruyen a los usuarios a realizar ciertas tareas con el fin de impulsar el desarrollo y producción en la web.
- **Prosumidor o prosumer:** Término que nace de la unión de consumidor y productor. Son aquellos usuarios que no solo consumen información, sino que también la crean. se trata de aquellos usuarios que escriben y comentan en blogs, hablan de las marcas en sus redes sociales, etc. y es por esto que son interesantes para las marcas y los Community Managers, ya que, aunque sea subconscientemente influyen en las decisiones de compra de sus contactos.
- **Personal Branding :** Es un concepto de desarrollo personal consistente en considerarse uno mismo como una marca, que al igual que las marcas comerciales, debe ser elaborada, transmitida y protegida, con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito en las relaciones sociales y profesionales. Surgió como una técnica para la búsqueda de trabajo. A diferencia de otros enfoques de técnicas de mejora profesional que tienden a la mejora de las características personales, este enfoque de marca personal tiende a la promoción personal a través de la percepción que lo demás tienen de uno.
- **Reputación online:** Concepto que define la calidad de los comentarios y las opiniones que acerca de una marca (o cualquier otra entidad) existe en la red. Es el reflejo del prestigio o estima de una persona o marca en Internet. A diferencia de la marca, que se puede generar a través de medios publicitarios, la reputación no está bajo el control absoluto del sujeto o la organización, sino que la 'fabrican' también el resto de personas cuando conversan y aportan sus opiniones. Esto es especialmente importante en Internet, dónde resulta muy fácil y barato verter información y opiniones a través de mecanismos como foros, blogs o redes sociales. Este fenómeno de amateurización de los contenidos es lo que conocemos como 'contenido generado por el usuario', del inglés 'user generated content'. Por tanto, la reputación online está estrechamente vinculada con la reputación de marca puesto que la reputación se genera desde los climas de opinión online de los consumidores en su despliegue social, tanto en el contexto online como offline.
- **RSS:** formato XML para indicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos. El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS. Es una forma de unificar los contenidos que te interesan de diferentes webs en un mismo lugar. De esta forma no necesitas visitar cada una de las webs para ver la nueva información añadida y es una manera de hacer una criba de todo lo que se mueve por la red. Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional. Parte del contenido de una página web que se pone a disposición de otros sitios o suscriptores individuales mediante fuentes web, también conocidas con el vocablo inglés "feeds," con el fin de aprovisionar a otras personas un sumario o actualización de contenido agregado recientemente a sitios (por ejemplo, contenido de noticias o mensajes de foros). El estándar

de redifusión web más extendido es RSS, seguido por Atom. Los programas informáticos compatibles con alguno de estos estándares consultan periódicamente una página con titulares que enlazan con los artículos completos en el sitio web original. A diferencia de otros medios de comunicación, los derechos de redifusión de contenidos web suelen ser gratuitos, y no suele mediar un contrato entre las partes sino una licencia de normas de uso. En síntesis, la redifusión de contenidos web es el proceso que permite la distribución de feeds.

- **ROI:** El retorno sobre la inversión —RSI o ROI de sus siglas en inglés: Return On investment— es una razón financiera que compara el beneficio o la utilidad obtenida en relación con la inversión realizada, vale decir, «representa una herramienta para analizar el rendimiento que la empresa tiene desde el punto de vista financiero». El retorno de inversión en marketing (Marketing ROI) es un indicador financiero de la efectividad de la inversión de mercadeo en la rentabilidad o ganancia de la empresa. Se utiliza para definir valores financieros tangibles de la participación de los planes de medios y su resultado en la variación del margen o el beneficio de una empresa, un comercio, una marca o un producto.
- **ROPO:** Son las siglas de Research Online Purchase Offline, una nueva tendencia del consumidor que consiste en la búsqueda de las características del producto que desean adquirir en Internet, y su posterior compra en la tienda física una vez que ya se ha tomado la decisión de que producto adquirir. SaaS: término software como servicio -software as a service en inglés- es utilizado también para referirse a programas que se ofrecen mediante la nube.
- **Sala de prensa 2.0:** Es el área de la web que contiene información corporativa para los medios de comunicación. Contiene notas de prensa, dossiers, fotos, podcast, vídeos, blogs corporativas, stream de cuentas corporativas como Twitter y Facebook, contactos. Scammers: Está relacionado con las estafas online y con los peligros de navegar por Internet. La palabra “scammer” significa estafador. ¿Pero estafadoras de qué? En Internet un scammers es un estafador del amor, es decir, un estafador que utiliza los portales online dating. SEO Offpage: Lugares donde hablan de nosotros, han compartido un artículo nuestro, han colocado un enlace o baner a nuestra página web.
- **SEO Onpage:** Consiste en la optimización interna de la propia web. Social media strategist: es la máxima autoridad en el departamento de Social Media, quien tiene la última palabra al momento de tomar decisiones. Su rol consiste en tomar toda la información relevante sobre una marca y en base a esto, diseñar la estrategia de Social Media, definiendo comportamiento, plataformas, acciones, tono, personalidad, y temáticas de contenidos a largo plazo.
- **Scraping:** El Scraping de contenidos es una forma ilegal de copiar contenido original de un sitio web legítimo y publicarlo en otro sitio sin el conocimiento y permiso del propietario original. Los Scrapers tratan de hacer pasar el contenido copiado como propio y no proporcionan atribución a los verdaderos propietarios.
- **Seesmic:** Es un sitio de software social que ofrece una aplicación de escritorio que es Seesmic Desktop, que permite integrar múltiples cuentas de Twitter, la cuenta de Facebook y páginas de Facebook. También ofrece un cliente basado en navegador para Twitter, un cliente de escritorio de Windows y clientes para teléfonos móviles. SEM: Las siglas que en inglés significa Search Engine Marketing (marketing en buscadores) representa a las acciones asociadas a lograr posicionamiento de un sitio en buscadores a través de enlaces patrocinados.

- **SERP:** (Search engine results page) página de resultados de búsqueda. Se trata de la lista de resultados que devuelve un buscador (Google, Yahoo, Bing) cuando realizamos una búsqueda utilizando palabras clave. Share of Voice: Share of Voice, literalmente “cuota de voz”, frecuentemente abreviado como SOV o SoV. En social media, se refiere al número de conversaciones que hablan de una marca con relación al total de conversaciones en un período de tiempo, dentro de un sector determinado. Por ejemplo: de todas las menciones a marcas de cerveza, ¿cuántas corresponden a una marca concreta? El share of voice es un dato muy valioso en la monitorización de la reputación online. En publicidad online, a veces se usa este término para medir la proporción de espacios que ocupa una marca determinada con relación al inventario total de espacios publicitarios ocupados por su sector, o para un medio concreto.
- **SEM:** Son las siglas de ‘Search Engine Marketing’ (‘Márketing en Buscadores’). El ‘SEM’ engloba muchos más aspectos que un trabajo de ‘SEO’ (solo posicionamiento), y trata todo lo relacionado con la promoción y aparición en los buscadores. A diferencia del posicionamiento el SEM engloba el pago por clic, pago por acción, pago por venta, etc.
- **SENTIMENT:** Acotación en una escala en el que se expresa la positividad o negatividad de un comentario, su tono, relevancia y viralidad con el fin de determinar el riesgo u oportunidad que representa.
- **SEO es el acrónimo de (Search Engine Optimization).** Esta técnica en español también se denomina posicionamiento natural y hace referencia a un conjunto de medidas para mejorar el posicionamiento de una página Web (dirección), en los diferentes motores de búsqueda, siempre intentando conseguir situarse por encima de los competidores al realizar una determinada consulta. En la actualidad el SEO es una parte esencial en la elaboración o modificación y mantenimiento de campañas en internet y páginas Web, ya sea para mejorar su difusión o para darse a conocer, ya que un SEO correctamente realizado, facilitará a los diferentes buscadores, la obtención de los datos de nuestra página. Este conjunto de medidas no sólo contempla técnicas, también tiene mucha relevancia el contenido, una desmesurada calidad técnica de elaboración no tendrá ningún sentido si los textos están vacíos de interés. Las fuentes de tráfico de una página web tienen tres orígenes determinados: Motores de búsqueda (La importancia del SEO), Tráfico de referencia, Tráfico directo.
- **Shopbot:** Agente comercial web, que se convierte en herramienta de ayuda, más o menos automatizada, para la búsqueda, comparación y compra de productos y servicios a través de la Red, y permite la reducción radical de los costes de búsqueda.
- **Social Graph (Grafo Social):** Representación visual de diferentes interconexiones que los individuos, grupos y organizaciones tienen entre ellos en las diferentes plataformas sociales. Social Media: (medios de comunicación sociales) son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. Social
- **Media Metrics :** Se encargara de la definición de objetivos (dentro y fuera de Social Media, porque Social Media no es solo internet) y la presentación de informes de los resultados. Debe tener amplios conocimientos de Marketing para poder saber cómo valorar resultados y explicarlos al cliente.
- **Social Media Legal:** Por lo general debería ser un abogado experto en las posibilidades de Social Media. Debe conocer los términos legales de todas las communities y entender cómo afectan a las marcas.

- [Social-Media Press Release](#): nuevo modo de crear comunicados de prensa por parte de una empresa basado en la filosofía de la web 2.0: viralidad y colaboración.
- [Socialoomph](#): es una herramienta para programar y publicar tweets y otras cosas
- [SMO: \(social media optimization\)](#): Optimización de la presencia en las redes sociales según los objetivos del cliente. En el caso de las redes sociales, el objetivo no es aparecer en los primeros puestos de las búsquedas, sino en los entornos adecuados con los contenidos adecuados.
- [Snippet](#): Es el conjunto de título, descripción y URL que los buscadores muestran en su página de resultados, tanto en los de publicidad (PPC) como en los orgánicos (SEO). Un Rich Snippet es esto mismo, pero con más información del resultado de destino, con relación entre lo buscado y lo que se muestra, aunque no esté en el mismo sitio, con conexión a otras páginas Web y contenidos.
- [Splitweet](#): gestor de cuentas de Twitter que es muy útil si se tienen varias ya sea para uso personal, profesional, de negocios o simplemente para tener en cada cuenta a diferentes personas. El sistema está disponible en español, inglés, catalán y francés, permitiendo gestionar varias cuentas en un solo servicio, donde para comenzar tendrás que registrar todas tus cuentas, para que después puedas publicar un texto en un solo mensaje pero para todas las cuentas que hayas dado de alta en este servicio.
- [Stormblog](#): Cuando un post o tema tiene tantas réplicas en la blogosfera que es recogido por los medios tradicionales.
- [Streaming](#): Se trata de la tecnología que se utiliza para aligerar la descarga y ejecución de audio y vídeo en la red, ya que permite visualizar y escuchar los archivos mientras se están descargando.
- [Tags](#): Una etiqueta o baliza (términos a veces reemplazados por el anglicismo tag) es una marca con clase que delimita una región en los lenguajes basados en XML. También puede referirse a un conjunto de juegos informáticos interactivos que se añade a un elemento de los datos para identificarlo (Oxford English Dictionary). Esto ocurre, por ejemplo, en los archivos MP3 que guardan información sobre una canción, así como sobre el artista que la ha cantado o compuesto. Como ocurre en otros casos, a menudo se emplea la palabra inglesa (tag) a pesar de que «etiqueta» o «baliza» son perfectamente adecuadas. Con la llegada de la World Wide Web ha habido una invasión de tags. La Web se basa en el HTML, o «lenguaje de marcado de hipertexto», que está basado en el uso de etiquetas. Las etiquetas (entre otras muchas cosas) le dicen al programa visualizador de páginas web (o navegador) en qué juego de caracteres está la página, de qué tipo es cada uno de los fragmentos de texto que contiene (por ejemplo, encabezamiento, texto normal, etc.), si están alineados a un lado o centrados, en qué tipo de letra está el texto (cursiva, negrita, etc.), si hay tablas, de qué anchura son etc. Dicho de otro modo: las balizas dan al navegador las instrucciones necesarias para que presente la página en pantalla.
- [Target Group es el público objetivo](#). Es el segmento de personas a las que deseamos enviar nuestra comunicación o vender nuestros productos o servicios.
- [Tasa de rebote](#): Frecuentemente referida como Bounce Rate. La tasa de rebote es una métrica que indica en términos relativos la cantidad de visitantes de una página web que se marchan prematuramente. Normalmente se expresa en forma de porcentaje. Por ejemplo, una tasa de rebote del 35% significa que, de cada 100 visitas, 35 se marchan de forma prematura. ¿Qué se considera “prematura”? Hay distintas formas de medirlo. En algunos casos puede ser interesante hacerlo por número de páginas visitadas, y en otros casos por tiempo. Por ejemplo, en una web corporativa podría tener sentido considerar como

“rebote” la visita que se marcha tras ver sólo una página. En un medio online, como un periódico o un blog, esto no tendría sentido, y sería más conveniente hacer la medición por tiempo (20 segundos es un margen usado muy habitualmente).

- **Techie (Geek):** Derivación de la palabra Tecnología para referirse a la persona que tiene gran interés en la tecnología y nuevos dispositivos.
- **Test AB:** Se utiliza para comparar el rendimiento de dos páginas web. Por ejemplo, comparando el número de conversiones que genera la página de destino A respecto a la página de destino B. Este tipo de pruebas puede llevarse a cabo con herramientas como Google Content Experiments o Easy Website Optimizer.
- **TFF Ratio (Twitter Follower – Friend Ratio):** Es la relación entre el número de followers y friends. Es un indicador importante en el análisis de un @usuario de Twitter que gestionamos. A veces en se suele dar el caso que te siguen pocos @usuarios o al contrario una gran cantidad. De tal manera que lo ideal sería tener un ratio 1.0 donde el número de followers y friends es equilibrado
- **Timeline o TL:** Diseño de pantalla que nos muestra de forma cronológica las diferentes interacciones que recibimos voluntariamente en nuestras redes sociales u otras aplicaciones en red.
- **Trending Topic:** Aquellos temas que por frecuencia de menciones entre los usuarios se consideran la tendencia de lo que más se habla en un periodo específico de tiempo en Twitter. En algunas ocasiones los temas que llegan a ser trending topics se categorizan fácilmente utilizando etiquetas (hashtags).
- **Trackback:** En informática, trackback o retroenlace¹ es un concepto que surge del mundo de los weblogs (bitácoras, diarios, blogs,...). Se trata de un enlace inverso que permite conocer qué enlaces apuntan hacia un determinado artículo; de ese modo, avisa a otro weblog que se está citando uno de sus artículos. Básicamente, si un blog admite trackbacks quiere decir que es capaz de recibir un aviso de otro blog, de forma que dos de los artículos.
- **Trendspotters:** Captadores de tendencias.
- **Troll:** Persona que publica mensajes provocativos, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como un foro de discusión, sala de chat o blog, con la principal intención de provocar o molestar una respuesta emocional en los usuarios y lectores, con fines diversos y de diversión o, de otra manera, alterar la conversación normal en un tema de discusión, logrando que los mismos usuarios se enfaden y se enfrenten entre sí. El troll puede crear mensajes con diferente tipo de contenido como groserías, ofensas, mentiras difíciles de detectar, con la intención de confundir y ocasionar sentimientos encontrados en los demás. Siente placer al sembrar discordia en Internet. Intenta iniciar discusiones y ofender a la gente. Los trolls ven los servicios de comunicaciones de Internet como lugares adecuados para su extravagante juego. Por alguna razón, no «captan» que hieren a gente real. Para ellos, los demás usuarios de Internet no son del todo humanos, sino una especie de abstracción digital. Como resultado, no sienten ningún tipo de pena por el dolor que infligen. De hecho, cuanto mayor sea el sufrimiento que causan, mayor es su logro (tal y como lo ven ellos). De momento, el relativo anonimato de la red permite que florezcan los trolls. Son completamente insensibles a las críticas (constructivas o no). No puedes negociar con ellos; no puedes hacerles sentir vergüenza o compasión; no puedes razonar con ellos. No se les puede hacer sentir remordimientos. Por alguna razón, los trolls no sienten que estén obligados a seguir las normas de cortesía o responsabilidad social.

- **TrueTwit:** servicio que determina si un usuario puede ser o no SPAM. De entrada parece un sistema intrusivo, ya que, que tu sigas a alguien y de entrada te considere SPAM y tengas que validarte no es de recibo.
- **Tuit:** Mensaje de 140 caracteres máximo que se emite desde la red social de microblogging Twitter. Se valora el enganche, la originalidad, los hashtag, las menciones y, por supuesto, el contenido.
- **Tumblr:** Plataforma de microblogging que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio a manera de tumblelog. Los usuarios pueden «seguir» (follow) a otros usuarios registrados y ver las entradas de éstos conjuntamente con las suyas, por lo cual Tumblr puede ser considerado una herramienta social.
- **Twitter:** es un servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas “tweets”, de una longitud máxima de 140 caracteres.
- **Voz de Marca:** La forma y el tono como te diriges a tu comunidad que te diferencia de los demás.
- **Underdelivery:** situación en la que una campaña online o un plan de marketing generan un nivel de respuesta menor de lo esperado en un periodo de tiempo previamente determinado. Puede deberse a causas internas como una mala creatividad o una planificación estratégica incorrecta, o puede responder a motivos externos como la competencia con iniciativas de mayor éxito.
- **Unfollow:** Es la acción de dejar de seguir una cuenta en una red social.
- **Unfriend:** En inglés significa quitar o remover a alguien como amigo (friend) en una red social, como por ejemplo Facebook.
- **Viralidad:** capacidad de una información de repercutirse y propagarse por Internet.
- **Visibilidad:** índice que trata de valorar cómo de visible es un sitio en internet. Existen sitios como sitescore.co que establecen un valor del 0 al 100 combinando parámetros como posición en buscadores, enlaces externos, presencia en redes o blogs.
- **Web 2.0:** Conjunto de herramientas y aplicaciones en las que los usuarios pueden interactuar tanto con otros usuarios como con la propia red y sus administradores.
- **Web 3.0:** Expresión que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción de las personas en internet a través de diferentes formas entre las que se incluyen la transformación de la red en una base de datos, un movimiento social hacia crear contenidos accesibles por múltiples aplicaciones non-browser, el empuje de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica, la Web Geoespacial o la Web 3D.
- **Web Crawlers (Arañas web):** Una araña Web es un tipo especializado de webbot (robot de la Web) que se encarga de llevar a cabo un tipo concreto de tareas. En particular, se encarga de recorrer las páginas Web de Internet, descargarlas al ordenador local, parsearlas (analizarlas) y procesarlas. Las arañas Web (web crawlers), como cualquier otro tipo de software, pueden ser utilizadas con fines diversos, aunque el uso más conocido es el de agente software en los motores de búsqueda, donde su función básica es proporcionar al indexador el contenido apropiado para ser indexado. Algunas arañas Web de este tipo son Googlebot o Yahoo slurp, de Google y Yahoo, respectivamente.
- **Webgrafía:** Recopilación de la(s) fuente(s) de un documento. Se diferencia de una Bibliografía en que dicha fuente procede de Internet.
- **Webmaster:** Profesional (normalmente de perfil técnico) que responde del desarrollo y mantenimiento de un sitio web. El término surge de la fusión entre web y master (maestro).

Con la implantación definitiva de la web 2.0 y la aparición de los community manager la figura del webmaster se vincula a desarrollos y soportes eminentemente técnicos.

- **Web Mining:** empleo de técnicas para buscar, procesar e interpretar información de un sitio web con el fin de extraer conclusiones relevantes que permitan transformarlo y optimizar su usabilidad. Según la naturaleza de los datos a analizar, se puede distinguir entre tres tipos de web mining:
 - ✓ De contenido: se centra en todo aquello que se muestra, el texto, imágenes archivos de audio o vídeo que la web ofrece a los usuarios.
 - ✓ De estructura de relaciones: analiza la organización de los enlaces de un sitio, el modo en que está conectado con el resto de la web a través de vínculos.
 - ✓ De uso: atiende a la actividad, el comportamiento de los usuarios, para descubrir tendencias y patrones en su navegación de la web.
- **Web semántica:** La mayoría de los expertos coinciden en señalar que uno de los pilares de la web hacia la que nos encaminamos, la web 3.0, es lo que se conoce como web semántica. Este nuevo modelo de web implica que los datos en Internet estarían complementados con información semántica que permitiría a las máquinas compartir y procesar la información.

De este modo, por ejemplo, podríamos realizar búsquedas que darían como resultado una “respuesta” procesada, un contenido generado por la máquina a partir de datos dispersos por toda la Red, en lugar de una mera colección de enlaces relevantes (como sucede en la actualidad).

- **Widgets.** Pequeñas aplicaciones listas para usar que puedes insertar dentro de otras aplicaciones para añadir funcionalidades. En informática, un widget es una pequeña aplicación o programa, usualmente presentado en archivos o ficheros pequeños que son ejecutados por un motor de widgets o Widget Engine. Entre sus objetivos están dar fácil acceso a funciones frecuentemente usadas y proveer de información visual. Aunque no es condición indispensable, los widgets suelen ser utilizados para ser "empotrados" en otra página web, copiando el código que el mismo widget pone a disposición del usuario. Dado que son pequeñas aplicaciones, los widgets pueden hacer todo lo que la imaginación desee e interactuar con servicios e información distribuida en Internet; pueden ser vistosos relojes en pantalla, notas, calculadoras, calendarios, agendas, juegos, ventanas con información del tiempo en su ciudad, incluso sistemas de tiendas de comercio, etcétera.
- **Wiki:** es una pieza de software de servidor que permite a los usuarios crear y editar libremente contenido de páginas Web usando cualquier navegador. Soporta enlaces y tiene un modelo de texto simple para la creación de nuevas páginas y enlaces y permitir a los usuarios que todos los días puedan crear y editar contenidos.
- **Youtube TrueView (Adwords&Youtube):** Servicio de nueva creación de Google en donde integran a Youtube en Adwords. Bajo el lema “Paga solo cuando los espectadores decidan ver tu anuncio. Con los anuncios TrueView, no pagas por impresiones...” revoluciona el servicio de Adwords dando una nueva opción más para que el negocio que gestionamos sea más conocido.