KULTURA 2.0 - Prestakuntza-pilulak:
FACEBOOKen EGOTEA: PERTSONA INDIBIDUALENTZAKO PROFILAK ETA ERAKUNDEENTZAKO ORRIAK

2011ko uztaila

Kultura 2.0 ekimenaren barruan, «kultura 2.0 prestakuntza-pilulak» prestatzen eta hedatzen hasi da Kulturaren Euskal Behatokia, EAEn kultura-sektoreko enpresek eta profesionalek egindako eskaerei erantzun zehatza emateko asmoz.

Azken urteetan asko hazi da enpresek, elkarteek, erakunde publikoek eta beste erakunde batzuk Facebook-en duten presentzia, nahiz eta, batzuetan, Facebook-en egote hori ez den egoki, hau da, Facebook-en eskakizunen arabera, eraikitzen. Agiri honetan oinarrizko ideia batzuk ematen ahaleginduko gara, sare horretan parte hartu nahi duten erakundeentzat.

Zer kontu mota dago facebooken?

Facebook da erabiltzaile gehien duen gizarte-sarea; gaur egun 750 milioi baino gehiago dira mundu osoan. Hasiera batean, sarearen helburu bakarra zen pertsona indibidualak profil pertsonen bidez elkarri lotzea; praktikan, ordea, enpresa-munduan ere izan du arrakasta, marketinerako tresna gisa. Horren ondorioz, kontu berriak sortu dira, berariaz erakundeen sareko presentzia kudeatzeko.

Funtsean, hiru kontu-mota daude:

- **Profil pertsonala:** pertsona indibidualak ordezkatzeko kontuak dira, Facebook-en beste pertsona batzuekin kontaktua hartu eta haiekin elkarreragiteko.
- **Orriak:** «profil publikoak» edo «zaletuen orrialdeak» ere esaten zaie. Erakundeek, enpresek eta pertsonaia publikoek era ofizial eta publikoan informazioa zabaldu eta eurekin harremana izan nahi duten pertsonekin elkarreragiteko prestatuta daude.
- **Taldeak:** Dagoeneko profila duten erabiltzaileek sortutako kontuak dira, pertsonak gai bateratu baten inguruan biltzeko helburuaz. Profiletan ez bezala, halakoetan lagunak eta ezagunak baitira kontaktuak, talde batean pertsona ezezagunak ere sar daitezke, sortu dugunean ezarri dugun pribatutasun-mailaren[1] arabera.

Enpresa batek eduki dezake profil pertsonala facebooken?

Facebook-en enpresa bat kudeatzeko profil pertsonal bat erabil daitekeen arren, sarean dauden erakundeek gehien egiten duten hutsetako bat da hori, eta edozein momentutan gure profila ixtea ekar dezake[2]. Izan ere, hori egiteak Facebook-ek ezarritako erabilera-arauak urratzen ditu, teorian pertsonen pribatutasuna babesteko daude-eta.

1 3 talde-mota daude, pribatutasun-mailaren arabera: irekiak, pribatuak eta ezkutukuak

2 Batez beste 20.000 profil inguru ixten ditu egunero, nahiz eta denak ez itxi hori egiteagatik. Horretaz gain, adingabeen kontuak ere ixten ditu, bai eta legez kanpokotzat jotzen dituen kontu batzuk ere.

Enpresak, elkarteak edo beste edozein erakunde Facebook-en egoteko, orrien edo/eta taldeen bidez kudeatu behar dute, profilen erabilera soilik pertsona pribatuen esku dago-eta.

Bestalde, profilek, orriek eta taldeek elementu erkideak izan arren, orrien ezaugarriak direla-eta, egokiagoak dira erakunde bat Facebook-ean egotea kudeatzeko. Printzipioz, beti izango da egokiagoa Facebook-en orri baten bidez egotea, Interneten gure enpresaren ikusgarritasuna hobetu nahi badugu. Izan ere, argitaratzen dugun informazioa era zabalagoan hedatuko da, eta gure web korporatiboaren kokapena hobetzen ere lagun dezake.

Baina… zer desberdintasun dago kontu-moten artean?

Informazioa zabaltzeko eta jarraitzaileekin edo lagunekin harremana izateko moduan daude orri, profil eta taldeen arteko desberdintasun nagusiak. Honako taula honetan, kontu-moten ezaugarri nagusiak alderatuko dira:

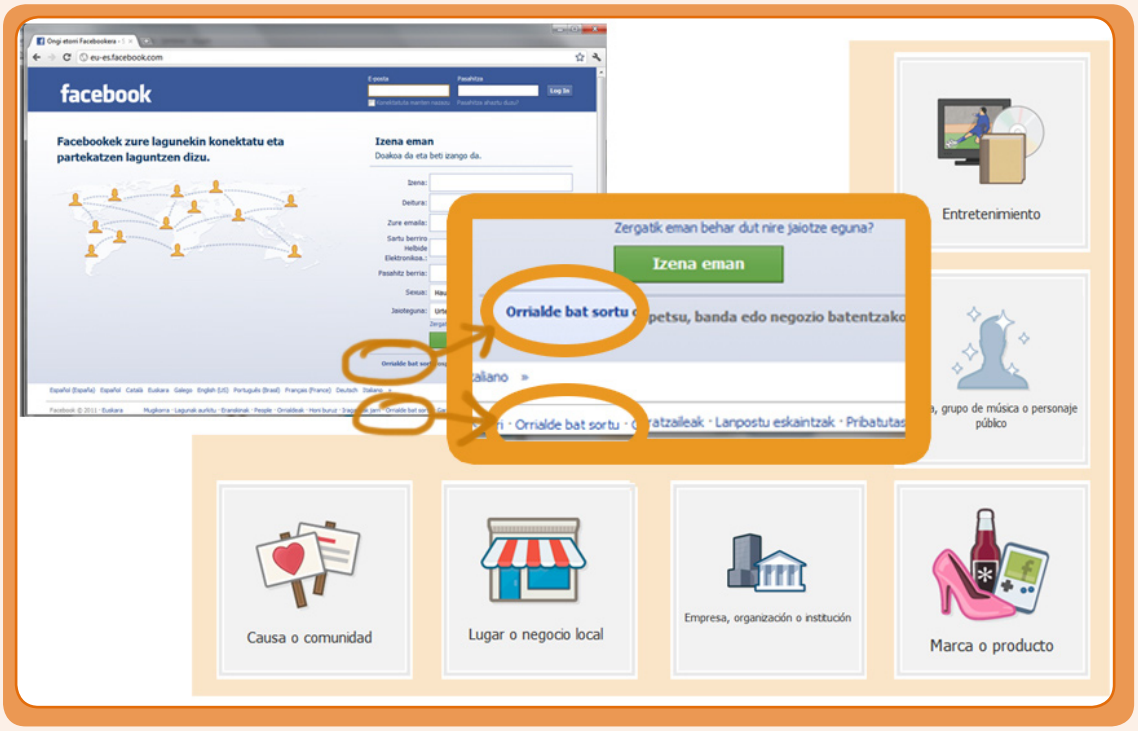
	PROFILA	TALDEA	ORRIA
Kanpo Ikusgarritasuna/ Pribatutasuna	Ezarritako pribatutasunaren arabera egongo da ikusgarri	Ezarritako pribatutasunaren arabera egongo da ikusgarri	Biltzaileetan indexatzen dira, Facebook-etik kanpo ere ikusgarri daude, baita erregistratu gabeko erabiltzaileentzat ere Ez da eskuratu jarraitzaileen datu pertsonalik eta beraien jardueraren inguruko daturik
Barne Ikusgarritasuna	Hasierako orrian gure lagunen jarduera ikus dezakegu	Kide garen taldeko horman lagunek utzitako mezuak ikusiko ditugu	Administratzaileak horman idatzitako mezuak ikus ditzakete erabiltzaileek, hasierako orrian
URL pertsonalizatzea	Bai	Ez	Bai
Erabiltzaileak	Gehienez, 5.000	Gehienez, 5.000	Mugarik gabe
Atxikitzeko	Baieztapena behar da	Baieztapena behar da, talde-motaren arabera	Ez da behar baieztapenik, edozein erabiltzailek jarrai dezake orria
Logoa /Argazkiak	Bai	Bai	Bai
Argazkien antolaketa	Karpetak sortzeko aukera ematen du	Ezin da karpetarik sortu	Karpetak sortzeko aukera ematen du
Horma (wall)	Bai	Bai	Bai
Mezuak	Barneko mezularitza (mezuak era pertsonalean igortzen dira)	Barneko mezularitza	Ez, baina era masiboan bidal daitezke edukien eguneraketak
RSS Blog-a inportatzea	Bai	Ez	Bai
Estekak (Links)	Bai	Bai	Bai
Tags	Bai	Bai	Bai
Gertaerak	Bai	Bai	Bai
Berri-taldea	Ez	Bai	Bai
Bideoa	Bai	Bai	Bai
Inkestak	Ez	Ez	Bai
Aplikazioak	Bai	Ez	Bai
Iragarkiak	Bai	Bai	Bai
Estatistikak	Ez	Ez	Bai
Bitartekaritza	-	Eskuz	Eskuz

Iturria: guk geuk eginda, sarean eta Makina Erremintaren Institutuaren Facebook-ari buruzko eskuliburua: gizarte-sareak pertsona eta enpresentzat orrian ateratako informazioarekin.

Nola sortuko dut orri bat facebooken?

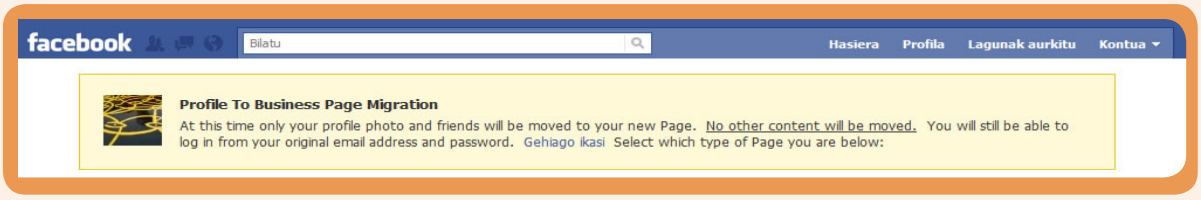
Facebook-en orria sortzeko prozesua erraza da; honako urrats hauei jarraitzea baino ez dugu:

1. «Orria sortu» aukera hartu, Facebook-en hasierako orrian.
2. Aukeratu orriak zer erakunde mota edo kontzeptu ordezkatuko duen.
3. Sartu laguntzaileak eskatzen duen informazioa (izen osoa, posta elektronikoaren helbidea, jaiotze-data eta pasa-hitza).
4. Kontua baieztatu eta gure informazioa antolatu, bertan sartu nahi dugun informazio guztiarekin.



Zer egin behar dut facebookeko profil pertsonala orri bihurtu nahi badut?

Profil pertsonaletik orri batera migratzeko aukera ere ematen du Facebook-ek. Horretarako, aurreko atalean aurkeztu dugun bidearen ia parekoa egin behar da. Gure profil pertsonala eta gure lagunak baino ez dira lekualdatzen orri berrira, eta azken horiek gure jarraitzaile bihurtuko dira. Gainerako informazioa (argazkiak, hormako argitalpenak, etab.) gure profil pertsonalean gelditukо dira (ez da desagertzen prozesuan). Dena dela, badaezpada, migrazioa egin aurretik Facebook-ean dugun informazioaren kopia egitea komeni da.



Facebook-a nire irudi korporatiboari egokitzeko aukera dut?

Facebook-eko orriaren diseinua pertsonalizatzeko aukera dugu, horrela landing page (lurreratze-orri) bat sortu edo Facebook-erako aplikazio berriak sortzeko. Baina horiek kontu zailagoak dira eta ezagutza-maila handiagoa behar dute, beraz, enpresa espezializatuak kontratatzen dira horretarako.

INFORMAZIO GEHIAGO

- Facebook Pages
- Facebook-en laguntza-zerbitzua
- Facebook-ari buruzko eskuliburua: sare sozialak erabiltzaile eta enpresentzat (Makina Erremintaren Institutua)
- Cuéntamelared.com, Facebook-eko marketinari buruzko albisteak

Kultura 2.0ren inguruko zer beste gai aipa genitzake hurrengo prestakuntza-piluletan? (ahalik eta hobekien zehaztu)

Bidali e-maila honako helbide honetara: kulturabehatokia@ej-gv.es