

Claves de un contenido viral para redes sociales



Cuando hablamos de videos virales hablamos de tener muchos ojos en un mismo lado. Son estos contenidos gráficos y/o audiovisuales que logran tener un **alcance** mucho más **amplio** que el **promedio** y generan bastante **interacción** entre los usuarios.

Es lógico que distintas personalidades hayan buscado hacerse virales constantemente, pero, ¿realmente hay una **fórmula** para crear contenido viral? ¿De qué depende? ¿Por qué algunos contenidos llegan a hacerse virales y algunos otros no?

Todo esto y más, es lo que comparte Marcela Romero, profesora de cátedra del área de **comunicación y marketing** en medios digitales del [Tec campus San Luis Potosí](#).



width="900" loading="lazy"> **La clave de la viralidad**

“Es interesante porque pueden haber muchas variantes. Pero, yo sí estoy convencida de que menos es más...”, establece Marcela.

Lo que diferencia a los videos virales es, más que nada, **psicológico**. Pues, son **fáciles de entender** para la mayoría de las personas.

Lo **auténtico** es atractivo. Si una marca o una personalidad se enfoca en hacer que su contenido se muestre de una manera muy natural; es probable que tenga **más alcance**. La gente conecta con las **emociones**.

Es fácil percibir cuando un contenido cuenta con mucha **producción** y eso le **quita** autenticidad. El usuario puede sentir que no lo entienden y no se identificará. Entonces, no le dará “compartir” y éste **no será impulsado**.

“... Yo sí estoy convencida de que menos es más...”

Además, el **algoritmo** juega un papel **importante** en este tema. Su **tecnología** va a identificar a qué personas les interesa más tu contenido y se los va a mostrar. Si el algoritmo ve que le diste like, lo compartiste, lo guardaste; lo va a **exponer a más** usuarios.

Entonces, es más que nada que el contenido **conecte**, sea **auténtico** y después que el **algoritmo** te ayude.



width="900" loading="lazy"> **Cómo se forman las tendencias**

La teoría de Marcela es que las **tendencias** se van **marcando** porque hay personalidades, como los *influencers*, quienes tienen mucho impacto.

La probabilidad de que un contenido se haga viral es **más alta** cuando proviene de una persona con muchos seguidores, que ya tiene una comunidad, que una con pocos seguidores.

Incluso puede que dos personalidades tengan la misma cantidad de seguidores, pero eso no significa que tendrán el mismo **impacto**, ya que esto se basa en si la gente que los ve se siente **identificada** y está **comprometida** con la comunidad.

La personalidad tiene un grupo que le sigue, esas personas van a **replicar** lo que hace y se forma esa **cadena** de contenido **similar** que forma la tendencia.

En este caso, queda en **segundo plano** la edición, el equipo con el que se graba y la calidad de la imagen.

La probabilidad de que un contenido se haga viral es **más alta** cuando proviene de una persona con muchos seguidores...

Es un tema de comunidad

El tema de la viralidad puede atender a distintas **generaciones**. Esto se da por el mismo **factor**: es contenido que conecta con las emociones.

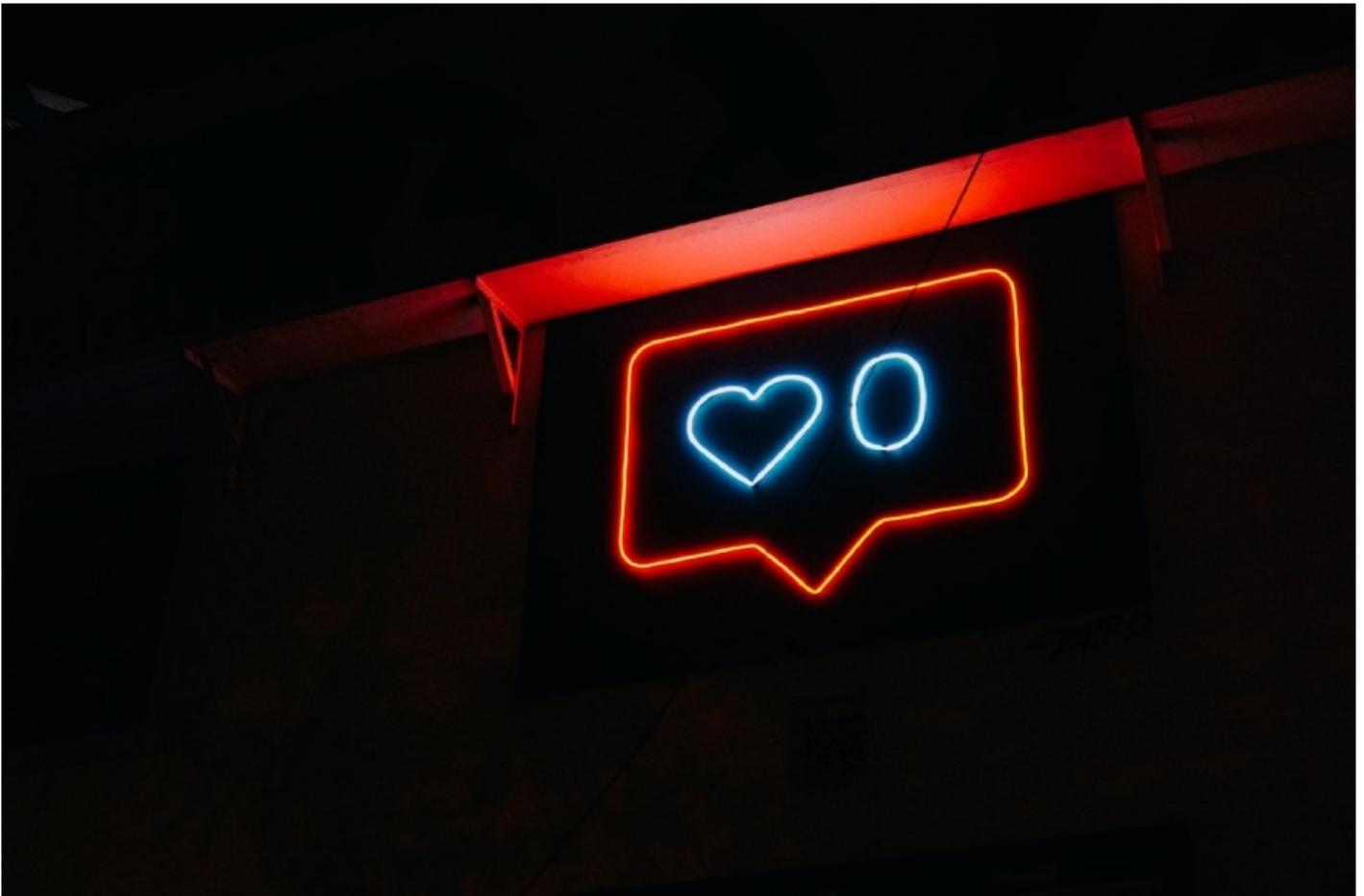
Las generaciones tienen cosas en **común** que les tocó vivir de distintas maneras, pero que fue algo que tuvo el mismo **alcance**. Ahí es donde se forma este **vínculo** nostálgico.

Podría no solo ser generacional, sino que también llegue a **colectivos**, grupos de **amigos**, **compañeros** de trabajo, personas que viven en la misma ciudad, país, etc.

*“... hay cuestiones virales que nos **identifican** a todos y que pueden ser más **universales**. Por ejemplo, algún tipo de **injusticia** o algún tipo de **lucha...**”, dice Marcela.*

“... hay cuestiones virales que nos identifican a todos...”

Es posible que alcance a personas que no se identifican, pero finalmente se encontrarán **mayormente** quienes sí.



width="900" loading="lazy"> **Resurrección del contenido**

Cuando un video es viral es porque está en su **cumbre**. No lo veías venir y, de repente, ese contenido tiene miles o incluso millones de visualizaciones; todo mundo está hablando de él y compartiéndolo. Pero, esto **sucede por algo**.

“Yo, con mi celular, fui a grabar el **izamiento de la bandera** de México un 24 de febrero en una fanpage local y se hizo **viral**. O sea, un video en vivo de cómo se izaba la bandera...”, afirma Marcela.

Esto pasa porque cuando es Día de la Bandera (en este caso), hay potosinos en la fanpage que están viviendo fuera de México y les entra el **sentimiento** de **nacionalismo**, de **nostalgia**, de **recordar** cómo era su vida en ese momento.

Entonces, se vuelve viral y está en su máximo esplendor durante esos días. Pero, cuando vuelve a ser 24 de febrero o, incluso las fechas patrias de septiembre, ese video **vuelve a resurgir** y **vuelve a conectar** con la gente.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: