

## Sare sozial gorakariak: Facebook *versus* Twiter

Karmele Perez Urraza  
UPV/EHU

Informatika arloko teknologiak sekulako abiduaraz aldatzen dira. Urte bi pasatu ondoren teknologia horien prestakuntzak bikoiztu egiten direla esaten da. Web 2.0ren filosofian oinarriturik aplikapen ugari sortu dira. Aplikapen gehienak luzaroan erabiltzeko asmoz jaio dira, baina publikoaren erabilerak finkatzen ditu euren zabalkundea eta iraunkortasuna. Sare sozialeen ikusountutik begiratuta, sekulako arrakasta izaten dute Facebook eta Twitter aplikapenek, eurak dira erabileenak.

Facebook eta Twitter izeneko aplikapenek sare sozialak sortzeko eskaintzen duten erraztasunagatik belaunaldi gazteak eta helduak erruz erabiltzen du. Biak plataforma sozialak dira, pertsonen arteko komunikazioa sustatzeko sortuak. Biak antzekoak dira, baina ez guztiz berdinak. Are gehiago, kasu askotan osagarritzat hartu behar dira, erabiltzaile ber batek biak erabiltzen batitu.

Ondorengo taulan, euren arteko konparaketa egiten dugu zenbait ezaugarri kontuan harturik:

	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>
<b>Interfaze</b>	Goxoa, erraza, ludikoa	Egina, uniforme, funtzionala
<b>Erabiltzailea</b>	Lagunen edo ezagunen arteko kideak erlazionatzeko erabilia.	Gai baten inguruan parte hartzeko kide interesatuak biltzen dituen.
<b>Erabilera</b>	Pertsonala, pribatuagoa, kideak "onartu behar dira" (bai/ez).	Sozialagoa, publikoagoa, eta tratatzen den gaien arabera sortua.
<b>Komunikazioaren helburua</b>	Sare soziala: eremu hurbileko kideekin erlazionatzeko erraztasuna eskainiz.	Sare tematikoa: sare erraz sortzen da, berehala eta arin komunikatzeko aukera eskainiz.
<b>Informazioa antolatzekeo aukera</b>	Pertsonalizatu daiteke.	Oso aukera gutxi, formatua nahiko egina dator.

<b>Multimedia erabiltzeko</b>	Aukera handia ematen du.	Ikonoak eta mikroaudioak onartzen ditu. Gainontzekoak hiperloturaren bidez ezarri behar dira.
<b>Sarea zabaltzeko aukera</b>	Kideek elkar onartu behar dute kidetasun proposamena. Leialtasun handia kideen artean.	Oso azkar eta erraz parte har liteke edozein eztabaidetan. Leialtasun gutxi kideen artean.
<b>Erabiltzaile kopurua</b>	Jabeak mugatzen du kide kopurua eta ezaguna izaten da. Saretu nahi diren kideen "gonbitea" onartu liteke ala ez.	Mugatu gabe eta kide ezezaguna. Mezuak birus modura zabaltzen dira.  Arraskata bultzatzen da: zenbat eta jarraitzaile (tweeps edo followers) gehiago hobea.
<b>Komunikazioaren esparrua</b>	Ingurune hurbilagoa, lokalagoa, kidetasunaren araberakoa.	Ingurune urrunekoa, mundu mailakoa eta gaien araberakoa.
<b>Mezuak</b>	Erlazio pertsonaletan edo aisialdian oinarrituriko mezuen ( <i>tweet</i> ) bidez. Mezu batzuk modu pribatuan jar litezke, beste batzuk argitaratu. Ikusle anonimoak egon litezke.	Microblogging-ean oinarrituriko mezu ( <i>tweets</i> ) arin eta laburrak (140 karaktere). Berehala komunikatzeko sortzen dira gai baten gainean sare-eztabaida sustatuz.
<b>Gaiak markatzeko etiketak</b>	Bai.	<i>Hashtags</i> (#gaia) eta <i>trending topics</i> (hashtags gorakariekin eginiko gaitegiak) erabiltzeko aukera.
<b>Mass-mediekin lotura</b>	Soilik egileak berak ezarriko loturak (bere blog, website, wiki... edo bere gogoko wbgunetara ezartzen dituenak).	Mass-meditan berriak entzuten, ikusten edo irakurtzen direnean, partaideen jarrera aktiboa sustatzen da iritzia emateko - kritikatzuz edo bat etorritzuz.