

LinkedIn se une a Twitter y también le dice “adiós” a las Stories en su plataforma



Desde 2013, cuando Snapchat estrenó las famosas Historias, son muchas las aplicaciones que decidieron copiar dicha idea para sí mismas y explotar una estrategia que, sin duda alguna, ha dado grandes resultados, especialmente a Facebook Inc., con sus **Stories en Instagram, WhatsApp y, por supuesto, en su app principal.**

De hecho, es tal la fama que ha generado esta herramienta de publicaciones que se eliminan en 24 horas, que incluso las plataformas más “serias” también se habían adentrado a dicho mundo, como lo es el caso de LinkedIn.

La famosa red social de empleo y profesionales había añadido su propia versión de las historias en 2020, aunque desde 2018 venía probando algo similar con las recordadas “Student Voices”. Sin embargo, tal como ocurrió con Twitter y sus fallidos Fleets, **las Stories de LinkedIn no tuvieron el mismo efecto que en otras redes sociales,**

especialmente por la esencia de la misma plataforma y el choque que tuvo con el “alma” de una herramienta como las Historias.

“Al desarrollar Stories, asumimos que la gente no querría que se adjuntaran videos informales a su perfil, y que la efímera reduciría las barreras que la gente siente al publicar (...) **Resulta que desea crear videos duraderos que cuenten su historia profesional de una manera más personal y que muestren tanto su personalidad como su experiencia**”, detalló la directora senior de Producto de LinkedIn, Liz Li.

Teniendo en cuenta esto, la directiva de LinkedIn explicó que desde finales de septiembre se suspenderá de forma definitiva la creación de Historias dentro de la plataforma, y agradeció a todos los usuarios que participaron de forma activa con esta herramienta. **“Las historias le proporcionaron una manera fácil de compartir conocimientos, pedir ayuda y reaccionar a las noticias y actualizaciones de la industria”**, añadió.

Igualmente, Li dio un resumen breve del aprendizaje obtenido tras su “fracaso”, asegurando que, “una de las cosas que más amo de mi trabajo es la capacidad de experimentar constantemente para encontrar nuevas formas de mejorar su experiencia en LinkedIn”, por lo que de los errores aprendidos con esta herramienta podrá nacer una nueva forma de desarrollar el formato de video dentro de la plataforma sin necesidad de depender del formato corto de las Stories. “Presentamos Historias el año pasado como una forma divertida e informal de compartir actualizaciones rápidas de video. Hemos aprendido muchísimo. Ahora, estamos tomando esos aprendizajes para convertir el formato de Historias en una experiencia de video reinventada en LinkedIn que es aún más rica y conversacional. Queremos adoptar los medios mixtos y las herramientas creativas de Stories de manera coherente en toda nuestra plataforma, mientras trabajamos para integrarla más estrechamente con su identidad profesional”

Para esto, Li aseguró que desde LinkedIn se está buscando la forma de poder hacer contenidos más personales dentro de la red social, **sin necesidad de perder la seriedad y profesionalismo que los caracteriza.**

Según ella, la “prueba” de las Historias demostró que los usuarios “quieren más herramientas creativas para hacer videos atractivos. Con las Historias, los miembros pueden usar calcomanías y avisos de “La pregunta del día” para hacer videos más

creativos y atractivos. **Pero desea aún más formas de arreglar esos videos en un contexto profesional, y desea hacerlo en LinkedIn**".

De esta forma, LinkedIn se une al "club de los corazones rotos" que no lograron llevar a buen puerto el modelo de las Historias. **¿Será que esta herramienta solo es posible en redes sociales con formatos de ocio y diversión?** ¿No existirá una forma para plantearla de una forma más profesional que enamore al público más "serio" de las redes sociales?