



Ponente¹

CRISTINA NORIEGA

Profesora Adjunta de Psicología Social. Facultad de Medicina. Universidad CEU San Pablo

Respondiendo así, de manera muy breve, a tu pregunta, las redes sociales han implicado un cambio realmente significativo en las relaciones familiares, y es verdad que hay muchas veces que hay problemas en los grupos de WhatsApp de padres, y yo siempre digo lo mismo, que a la hora de educar es importante, en primer lugar, y va muy en línea de lo que planteaba Isidora, que los adultos también nos que formemos, porque, al final, somos el ejemplo.

Si yo me meto en un grupo de WhatsApp de madres y me empiezo a pelear con otras y, al final, es el ejemplo que estoy transmitiendo a mis hijos, ¿cómo puedo luego estar exigiendo que usen las redes sociales adecuadamente?

Voy a dar un enfoque muy en línea con Isidora, y me parece muy interesante, porque venimos de ramas distintas, pero sí es verdad que es importante trabajar conjuntamente. Como yo vengo de la Psicología, voy a tratar de darle un poco ese enfoque de qué aspectos observamos los jóvenes, sobre todo en los adolescentes, y luego algunas pautas que pueden ser ayuda para padres, para educadores, etcétera.

Había preparado una presentación, pero si no se ve...

Así, para empezar, como veo que hay mucha gente joven en la sala, me gustaría preguntar: ¿cuántos de los que están aquí, antes, justo antes de irse a dormir, chequea las redes sociales? Me da igual cuál sea, no voy a decir nombres por no hacer publicidad. ¿Y cuántos lo hacen, al contrario, nada más levantarse?

Vale, la cifra es la misma. Bien, yo creo que no hay duda de que las redes sociales forman parte de nuestro día a día, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos. Al final, eso es lo que nos trae aquí a debatir qué es lo que ocurre y en qué medida afecta a los jóvenes.

Para poder entender cómo funcionan las redes sociales he traído esta imagen de aquí, que está muy resumida -es mucho más complejo el proceso neurológico-. Pero, sí me gustaría destacar que, cuando, por ejemplo, un jo-

¹ Transcrito por audición.

ven o una persona, da igual la edad, postea una foto y luego una persona le da un *like* o le pone un comentario, o cualquier cosa, lo que se ha visto cuando se han hecho experimentos con magneto es que se activa una zona que está allí: el núcleo accumbens. Es una zona que está relacionada con el placer. La persona, cuando le ponen *like*, lo que experimenta es placer.

Eso, ¿a qué da lugar? A que la persona, como quiere seguir manteniendo ese estado, que es agradable -porque a todos nos gusta sentir satisfacción y placer- lo que hace es repetir la conducta; vuelve a postear más cosas para que se active otra vez y vuelva a experimentar placer, y así de manera circular.

¿Qué ocurre? Que las personas, cualquier ser vivo en general, nos habituamos. Es decir, que la primera vez necesitas un *like*, la segunda vez necesitas cinco, la tercera vez necesitas diez. Esto es importante tenerlo en cuenta porque es un fenómeno común a las adicciones, por ejemplo al consumo de sustancias, a la ludopatía, a la adicción al sexo. No quiero decir que las redes sociales sean malas, lo que quiero explicar es que el proceso subyacente es común a las adicciones, y por eso hay que tener en cuenta los riesgos que pueden implicar las redes sociales si no se usan adecuadamente.

En línea con todo esto, sí me parece importante explicar, de manera muy resumida, qué es lo que ocurre desde el punto de vista psicológico en los jóvenes, aparte de los cambios biológicos que creo que ya sabemos todos. Pero sí que los jóvenes están pasando por un proceso de cambio desde la niñez hasta la adultez, y que les coloca en una situación especialmente vulnerable en comparación con, a lo mejor, los adultos.

El principal reto que tienen que resolver los adolescentes es descubrir “quién soy”, es decir: construir la identidad. Eso, ¿a qué da lugar? A que el niño, que al principio se definía más a lo que le decían los padres y los adultos -por ejemplo, el padre es del Real Madrid, el niño es del Real Madrid; el padre le dice que hay que ir a misa los domingos, el niño va a misa los domingos y no se lo cuestiona-, en la adolescencia empieza a cuestionarse -“oye, es que, a lo mejor, no estoy de acuerdo con mis padres. Igual yo tengo unos valores distintos, yo tengo una forma distinta”- y eso da lugar a que el joven se distancie un poco del mundo de los adultos. Entonces, nos encontramos adolescentes que no quieren saber nada de los adultos -“papá, déjame en paz”, “mamá, eres una pesada”- y esto forma parte del proceso normal, siempre y cuando no se vaya a los extremos.

Esto angustia mucho a los padres y a los adultos porque a la hora de intentar controlar qué es lo que está pasando, el joven se encierra en la habitación, además esconde ahí el móvil, y tiene ahí sus conversaciones, y cuesta

un poco saber qué es lo que está pasando, y empieza a dar mucha más importancia a los compañeros, a los amigos, a los que son los iguales, la gente de la misma edad, porque perciben que entienden el mundo y que están pasando por los mismos problemas que ellos.

Como estos *Youtubers*; hay cosas que se hacen virales que a lo mejor no transmiten la información más correcta, pero les van a hacer más caso que a un adulto. Eso hay que tenerlo en cuenta.

Por otro lado, también hay que valorar que, desde el punto de vista cerebral, la parte más desarrollada y la que evoluciona más tarde es la corteza prefrontal, que se relaciona con toda la parte del control de impulsos. Un adolescente no es un adulto, y no tiene la capacidad de regularse y controlar los impulsos como un adulto, porque está justo terminando con ese proceso.

Eso lo tenemos que tener en cuenta, porque, si los adultos no nos controlamos -que, como vemos aquí, estamos enganchados, y estás en la cama con el móvil todavía viendo las redes sociales-, ¿qué ocurre en un adolescente, que tiene todavía ese control de impulsos más disminuido, junto con el que se creen omnipotentes, que son invulnerables, que piensan que no les va a pasar nada, que juegan también con el testeo de límites -que eso también forma parte de la construcción de la identidad-?

Como digo, los adolescentes son un grupo social especialmente vulnerable, y puede haber problemas, como decía Isidora, de *sexting*, de *cyberbullying*, de adicciones, juego *online*, que es una de las cosas que yo estoy viendo -a consulta me está viniendo algún caso de estos, que hace unos años, por ejemplo, no venían-.

Pero, en cualquier caso, aparte de estas cosas que estoy comentando, sí me parece importante destacar que las redes sociales no son malas en sí. El problema que hay con las redes sociales es en el uso inadecuado, porque, de hecho, las redes sociales han supuesto un avance impresionante en poder contactar con gente que está a una distancia larga, o tener respuestas inmediatas, o buscar información que, de otra manera, igual tenías que irte a una biblioteca, o igual estaba en otro país y no podías tener acceso. Incluso para clase nos viene bastante bien, porque los chicos hoy en día no aguantan las clases magistrales, que era lo que había antes, no. Tenemos que reinventarnos, hay que estimularles mucho. Y hay veces que, tirando de las redes sociales, es una forma bastante útil de conectar con ellos.

También nos vale para desconectar, entretenernos... Es decir, que tiene un montón de usos, siempre y cuando se usen adecuadamente. Me ha gustado mucho lo que planteó Isidora, porque va muy en línea de la idea que

yo tengo en la cabeza: es importante que los adultos eduquemos a los jóvenes en el uso adecuado de las redes sociales.

En primer lugar hay que ser conscientes de que es importante para los jóvenes usar las redes sociales. Esto no consiste en decir: “las redes sociales son malas, y entonces no podéis utilizarlas”, no, porque, al final, lo que vas a hacer es que el joven no te escuche, y encima va a hacer lo que quiera en cuanto le des la espalda.

Lo importante es reconocer que las redes sociales forman parte de la vida de los jóvenes, y que tenemos que adaptarnos para poder entendernos porque, al final, los chicos van por delante, a años luz de nosotros.

Por otro lado es importante ser comprensivos, pero poner límites y normas. Por ejemplo, cualquier adulto, cuanto tiene un niño pequeño, no se cuestiona si le enseña a un niño a cruzar o no la calle. Lo hacemos todos. Tu coges al niño, y le dices: “para cruzar la calle”, si es muy pequeñito, “tienes que cogerme siempre de la mano, no puedes correr por ahí como un loco, hay un paso de peatones, tienes que cruzar por ahí, mira el semáforo, cuando está en verde, pues miras, izquierda, derecha, y entonces ya, si eso, cruzas”, y eso siempre se explica porque entendemos que es básico.

Sin embargo, con el tema de las redes sociales parece que nos cuesta. Y forma parte de la vida y, al final, es otro tema en el que es importante educar y enseñar cómo se deben usar adecuadamente. Por otro lado está el tema de la educación en valores, que lo pongo al final, pero justo es el que a mí me parece fundamental.

Porque esto no es esperar que el chico o la chica tenga 16 años, y cuando te vengan los problemas de *cyberbullying*, *sexting* y tal, ponerte a actuar. Este es un trabajo que hay que empezar a hacer desde los primeros años de la infancia. Al final, lo que hay en el fondo de todo es un tema de valores.

El tema es luego ayudarles a los jóvenes a aplicarlo a las redes sociales. Pero, en el fondo de todo esto, cuando estamos hablando, por ejemplo, de privacidad, en el tema de *sexting*, o acosar a otras personas, todo eso tiene que ver con unos valores que los niños tienen que ir interiorizando desde pequeños, y es importante ir transmitiendo esos mensajes desde los primeros años.

Incluyo ahí algunos valores, hay muchos, pero los que a mí me parece que tienen más importancia, y que son básicos -aunque a veces nos olvidamos-: en primer lugar el respeto. Pero el respeto tiene que ser hacia uno mismo, o sea, el que uno defienda su integridad. En segundo lugar respetar al resto de personas; igual que se les enseña a los niños que no pueden gritar a otra persona, tampoco puedes insultar o troleear a través de la pantalla, porque estás generando unos daños importantes a otra persona.

De la misma manera que es importante respetar las normas. Es decir, que, si hay unas normas en cuanto -y que hay cosas que además son delito- a eso no te las puedes saltar porque a ti te apetezca, tienes que ser consciente de cuáles son las normas.

En tercer lugar, otro valor que me parece importante es la afectividad, que tiene que ver con toda la parte de inteligencia emocional, ser empático, reconocer las emociones de los demás, ser conscientes de cómo tus comportamientos influyen en otras personas. Toda la parte de la educación afectivo-sexual que se relaciona luego mucho con el *sexting*: entender en qué consisten las relaciones de pareja.

Por otro lado, el respeto a la intimidad y la privacidad. Es importante que los chicos sepan que hay aspectos que son íntimos, propios, que no debes compartir. Hay otros aspectos que puedes compartir con tu familia y con gente cercana, y hay otros aspectos que puedes compartir con personas externas. Pero hay que saber diferenciar, y aquí no hay que compartir todo. Y de la misma manera, las cosas que te comunica otra persona en una relación privada, en una conversación, no debes compartirlas. Si alguien te comparte una foto, no puedes coger y, sin su consentimiento, compartirla con otra persona.

Por último, destacaría el esfuerzo y la tolerancia a la frustración, porque las redes sociales, al final, el sistema por el que funcionan es la inmediatez. Es todo ya, y lo consigo automáticamente, ya. Eso tiene su parte positiva, es verdad: yo necesito un artículo, cojo, accedo, y puedo trabajar más rápido. Pero también transmito un mensaje a la realidad que no es el correcto, porque en la vida, muchas veces, las cosas requieren constancia, requieren esfuerzo, tardan en llegar, y que hay veces que tienes que tolerar la frustración de que incluso esforzándote no consigues lo que quieres.

A lo mejor tú quieres mucho a, yo que sé, a un adolescente que está enamorado de una chica. Bueno, no está interesado, y porque tú te enfades no puedes coger y publicar los vídeos personales que ha compartido contigo. En eso consiste todo esto.

Finalmente utilizo mucho una fórmula para explicar a los padres y a los adultos, que consiste, en primer lugar, en reciclarnos, porque los chicos, como digo, siempre van a años luz de nosotros, y eso implica que tenemos que estar continuamente actualizándonos e informándonos de cuáles son las redes que utilizan, los riesgos, los beneficios, por supuesto, también. En segundo lugar, en desarrollar un clima de confianza y comunicación. Es decir, poner unas normas, pero que esas normas sean razonadas y dialogadas y, al mismo tiempo, transmitir que el joven, si tiene cualquier problema, puede acudir al adulto. Aunque haya realizado algo dañino para otra persona, que

entienda que hay un clima contenedor dentro de la familia. Y en último lugar, en el ejemplo. Porque siempre digo que no sirve de nada educar y echarles el sermón a los jóvenes, que esto lo hacemos mucho los adultos, si luego tú haces lo contrario. En el ámbito educativo estás todo el rato diciendo a los alumnos: “por favor, no estéis con el ordenador haciendo como que tomáis apuntes y luego estáis conectados al WhatsApp o al Facebook, o lo que sea”, pero después te encuentras al profesor que, mientras los alumnos están haciendo algo, está mirando el WhatsApp de reojo. No tiene mucha coherencia el mensaje que estás transmitiendo. Primero tienes que aprender a aplicártelo a ti, y luego ya lo transmites a los menores, pero no puedes exigir algo que tú ni siquiera eres capaz de cumplir.

Ya para cerrar, destacar, en primer lugar, que las redes sociales forman parte de nuestra vida y no son malas en sí; el problema es el uso inadecuado de las mismas. En segundo lugar, que los jóvenes y los adolescentes son un grupo especialmente vulnerable, y que tenemos que prestarles una especial atención. En tercer lugar, que no basta con darles charlas y seminarios a los jóvenes, sino que los propios adultos tenemos que formarnos y, sobre todo, educar en valores desde los primeros años de la infancia como medida de prevención.

Muchísimas gracias y, si alguno tiene alguna duda, lo podemos debatir a continuación.

David Vicente - Muchísimas gracias Cristina.

De la importancia, como decías, de la educación en valores y de la educación para usar esas redes sociales sabe mucho José Fernando Juan, educador y colaborador de iMisión. Buenas tardes.

Podemos conocerle mejor -Ángel, cuando puedas- en el siguiente vídeo. Bienvenido José Fernando.

Hablabas de la evangelización. ¿Qué papel importante tienen esas redes sociales en el proceso de evangelización?



Ponente¹

JOSÉ FERNANDO JUAN

Educador y colaborador de iMisión

Buenas tardes.

Creo que, de la mesa, al que menos tenéis que escuchar es a mí. O sea que, para empezar, podéis desconectar tranquilamente, y después vendrá otro ponente. Yo soy profesor de secundaria y bachillerato, de religión y filosofía; vamos, que de estas cosas debo saber muy poquito. Conozco algo, eso sí, Luis, aquí está estudiando psicología, y gracias a las redes sociales puedo hacer cosas por el estilo, y puedo reconocer personas en el mundo real que compartimos.

Si me permitís me voy a levantar, porque estoy muy cómodo, pero...

Las redes sociales, hoy por hoy, no son un instrumento de comunicación, ni el móvil es un instrumento de comunicación. Es un espacio en el que estamos llamados a convivir y a vivir, y el vivir va después del convivir, porque nuestra vida se va a hacer siempre en relación con otras personas.

Si la web 1.0 era para los listillos de turno que sabían muchas cosas, para que otros ingenuos pudieran visitarlos, la web 2.0, y a esta la llamamos "redes sociales", lo que nos hace es entablar relaciones y, a partir de ahí, generar contenidos, contenidos relevantes, significativos en nuestro mundo, que sean capaces de llegar a muchas personas o a pocas, pero que no se van a quedar encerrados en nosotros mismos. En la web 3.0, que es lo que estamos viviendo ahora mismo también, entran a jugar algoritmos y matemáticas, y robots, y nos encapsulan, muchas veces, en distintos guetos.

Por responder a la pregunta: ¿qué papel deben jugar las redes sociales en la evangelización y en la Iglesia? Salir de nosotros mismos. Sí, salir de nosotros mismos. Es muy sencillito de entender: si yo publico todos los días un tuit católico, me van a seguir personas católicas, ¿verdad?

Ya, pero, ¿para quién quiero publicar yo un tuit católico? Si estamos hablando de clave de evangelización, tendrá que ser para otras personas distintas a las de mi propio ámbito. Porque, si no, ¿qué consigo? Encerrarme, y

¹ Transcrito por audición.

encerrarme, y encerrarme, y que solamente nos leamos unos a otros y tengamos 100 likes, o 200, o 3.000, o los que queráis, pero de los propios. ¿Sí? Esto es muy sencillo de entender.

Si son un espacio público, si son un espacio público, público, no es un ámbito privado, lo que estoy llamado es a salir de mí para encontrarme con otros de alguna manera, y mi lenguaje no puede ser el mismo lenguaje que utilizo con las personas de mi propio ámbito. En esto insistiría mucho, insistiría mucho.

En las redes sociales puede haber dos grandes proyectos: uno pastoral, es decir, de cuidarnos a nosotros mismos, cuidar nuestra propia fe, cuidar nuestros propios espacios, nuestras propias... Pero hay otro, llamado segundo, súper complicado, mucho más complejo, que es: “no hablo para los propios, sino que aprendo otros lenguajes”.

En esto, un compañero de iMisión es experto, es Medaní, que no ha podido venir -yo estoy aquí porque él no ha podido venir pero os invito a seguirle-. Un *crack*, que lo que hace no es... claro, por muchas críticas que reciba de la parte de la Iglesia, yo creo que algunas veces él las vive con un inmenso dolor, no se entiende lo que está haciendo. No está hablando para cristianos, sino que está tendiendo puentes hacia otras personas. Hacia otras personas.

Cuidar relaciones, decíamos aquí. Antes de venir he comido con unos compañeros, tenía un poquito de tiempo, y me he visto un vídeo de AuronPlay, no sé si alguien lo conoce. Mis alumnos lo conocen mucho. Cada vez me gusta menos, la verdad. Me voy haciendo mayor, me gusta más ver otras cosas, pero es que necesito saber de qué habla para hablar con mis alumnos. Pero es que Dani ha sido capaz de tender puentes a ese nivel. A ese nivel.

Cuando hay algunos temas de Iglesia más peliagudos, sabemos que AuronPlay y otras personas tienden puentes con él. Cuando se tratan temas complejos de Iglesia, determinados *Youtubers*, a lo mejor, que podrían mofarse y reírse, y hacer muchísimo daño a muchísimos jóvenes, gracias a que conocen a Dani, no lo hacen sino que, si salta un tema de Iglesia, probablemente pregunten a este sacerdote que está en las redes, como una persona entre tantas, pero con una capacidad espectacular, él es ingeniero informático, y me consta que le dedica horas a cada vídeo. Esto es lo que hay que hacer: espacio público.

Luego, respecto a los jóvenes no me quiero alargar mucho, porque es verdad que otras personas hablan mucho más que yo. Los jóvenes son un reto distinto, porque cuando hablamos de red social, no hablamos de una única red social, sino que ya no son nuevas en lo absoluto. Yo llevo más tiem-

po en redes sociales que mis alumnos, tengo muchos más seguidores que mis alumnos... O sea, no son nuevas, pero en cada generación o cada grupito de generación, por así decirlo, ha ido surgiendo una nueva red social que los ha imbuido.

De tal manera que si yo pregunto a los más mayores, Facebook, tal... No a los alumnos, sino a las personas más mayores, probablemente todos me dirán que tienen Facebook. Si pregunto a los que son de la generación más abajo, me dirán que todos tienen Facebook y Twitter. Si pregunto más abajo aun, me dirán que tienen... “¿Facebook? No”, dicen: “Esto es de abuelos, ¿sabes? Lo tenemos para jugar”. Pero no tienen Facebook los chavales.

¿Twitter? “Twitter lo uso”, dicen ellos, “para desahogarme. ¿Sabes? El día que estoy así, que no... tal, pues ahí suelto algo, vaya”, pero sin mucha más intención. Y ellos viven en esta idea que tenemos en iMisión de que las redes sociales son espacios, viven y se relacionan y reciben y se dan a conocer, y se conocen a sí mismos, y tienen todas sus historias en Instagram.

Los más pequeñitos de todo, que esto es flipante, no tienen redes sociales, pero consumen YouTube a cascoporro. Horas, horas al día. ¿No la televisión? No, no se ve la televisión, se consume YouTube. Los más pequeños. No ven ni siquiera series, ya pasarán a ello, y algunos tienen de referencia a ciertas personas que, si os dijera nombres, desconoceríamos la inmensa mayoría. Esto es un problema.

Yo solamente doy clase en bachillerato y en cuarto de secundaria, pero cuando voy a primero de la ESO a sustituir, que me hace mucha gracia, a los más pequeñitos, lo que quiero saber es: “decidme, por favor, qué estáis viendo”. O sea, ¿qué estáis viendo en las redes sociales? Porque necesito saber cuáles son vuestros lenguajes, porque nos vamos a encontrar dentro de muy poquito y, una de dos, o somos contemporáneos, de alguna manera, en el mundo, o soy un extemporáneo de su propia vida, no soy alguien que está para ellos pues he envejecido excesivamente rápido. Estamos llamados a convivir durante mucho tiempo, las generaciones vienen muy cambiantes y es probable que, en ciertas cosas, envejecamos muy rápido.

Otra cuestión, idea fuerza en mi forma de entender las redes sociales es que -esto creo que desde la Ilustración lo tenemos muy claro, hablará un profesor de humanidades ahora, dentro de poco- la idea de progreso que surgió ahí, la hemos machacado. Hemos hecho con ella de todo, pero que la técnica nos vaya a hacer mejores personas, es más que dudable. Es más que dudable. Confiar de por sí en la tecnología o en la técnica es de una ingenuidad espantosa.

Pensar que los padres meten a sus hijos ¿a qué? ¿A qué? Primero habrá que hacer personas para que manejen determinadas técnicas, pero, ¿a la inversa? A la inversa es una locura. Es, como dice mi profesor Miguel García Barón, como darle un Kalashnikov a un niño. Sin ética, la metafísica puede ser durísima. Sin ética y sin costumbres, y sin valores, la tecnología puede destruir a las personas empezando por ellas mismas -aparte de lo que pueden hacer con otros-.

La tecnología no nos va a hacer mejores, pero la Iglesia tiene hoy una llamada especialmente importante a, desde su propia bondad, desde lo que conoce del hombre y del mundo, desde una vocación clara y directa de parte de Dios, hacer que las redes sociales formen parte del plan de salvación. Así, de golpe, ¿vale? Vamos a decirlo claramente.

No podemos dejar que un espacio tan grande como el de las redes sociales -y yo no sé cómo comunicarlo, y creo que mis compañeros tampoco: Chisquia, Dani, que una y otra vez lo están repitiendo- no forme parte de la historia de la salvación. Porque solamente hay dos opciones, ¿correcto?, y la que me interesa es hablar de la historia de la salvación.

Me interesa que, a través de las redes sociales, mis alumnos, por ejemplo, puedan conocer personas maravillosas, puedan tejer su propia identidad, puedan conocerse. Que no son tan ingenuos como algunas veces pensamos, ni las redes sociales son tan insanas por sí mismas como algunas veces pensamos. Lo que pasa es que, en una sociedad -y tampoco vamos a tirarnos de los pelos- con la ética que tiene, tampoco es de extrañar que los chavales estén haciendo lo que están haciendo. A ver si aquí nos vamos a rasgar las vestiduras, cuando lo que forma parte es de su ética común. ¿Ellos qué hacen? Lo que creen que pueden hacer y, solamente si les damos una alternativa distinta, harán cosas diferentes.

Para cerrar, cuatro minutos. Para mí, el problema de la educación y el móvil es muy sencillito. Hemos dejado que esta máquina se coma el tiempo de nuestros muchachos. Esto se usa, y dependiendo de cómo se use, valdrá para unas cosas u otras. ¿Qué pasa? Que me llegan a bachillerato usando esto para ocio y comunicación, básicamente. Ocio y comunicación, sin mucho más. Yo tengo, como educador, la responsabilidad y la tarea de demostrarles que esto -aparte de contarles que es mucho mejor, o 300 veces mejor que mi primer ordenador, o 1.000 veces- les puede hacer mucho bien.

Es cuando se pagan a otro tipo de proyectos cuando aprenden a usar el móvil de otra manera. Por ejemplo, si hay mediadores y nos esforzamos en mediación, también hay que formar mediadores digitales, o gente que escuche las redes sociales, porque si no nos estamos perdiendo una parte importante de su vida. O, si yo quiero que ellos hagan una síntesis de deter-

minadas cosas, también las pueden hacer a través de lo que conocen en las redes sociales. O les puedo enseñar cómo se ven las personas a sí mismas en las redes sociales, o qué es lo que quieren mostrar, o cuál es el paradigma de felicidad, o qué es lo que hay de...

No creo que los educadores tengamos que decir: "¡Ay! Es que no me vienen muy educados de casa". Es mi obligación hacerlo, unas veces con mayor éxito, otras con menos. Pero, desde el cariño y el respeto a mis alumnos, intento comunicarles que esto es una cuestión maravillosa y estupenda, pero que tienen que conocer otras posibilidades distintas. Y como solamente se puede usar para una única cosa, es bueno que se peguen a determinados proyectos.

Para terminar, algo que me ha parecido muy importante y que no entra dentro del título es el tema de los videojuegos. No estamos prestando suficiente atención al tema de los videojuegos. Los videojuegos ya son auténticas redes sociales. *Fortnite* no es el niño delante de una pantalla, ni mucho menos. Es un niño con muchas conversaciones, y con muchas interacciones, y con muchas frustraciones, y que queda primero, o que queda no sé qué. *Fortnite* no es un videojuego, es también ya una red social. De alguna manera, todo va entrando en esta lógica 2.0, 3.0 en la que todo se vuelve interacción, todo se vuelve comunicación, y es importante que sepamos qué es comunicar.

A mi modo de ver, el texto que os recomendaría sería, para rezar directamente casi aquí, en este foro, los textos de Benedicto XVI sobre la Jornada Mundial de las Comunicaciones. Uno tras otro, una belleza. Sobre el silencio, sobre la palabra, sobre la comunicación. Los de Francisco, temas más sociales, pero también: tema de la pobreza, la familia... Textos, uno tras otro, que merece la pena escuchar, atender, y a los que prestar atención decidida, porque dicen enormes verdades.

Siento haber cansado. Muchas gracias.

David Vicente - Hemos hablado ya de seguridad, de educación, de evangelización. Ahora toca otro ámbito muy importante, que es el de la publicidad. ¿Qué sería de las marcas sin las redes sociales? ¿Cómo las usan?

Para ello va a hablar Ángel Bartolomé, que es doctor en Publicidad y es profesor de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

Antes de darle la palabra, les digo que, si quieren ir preparando sus preguntas, pueden hacerlas en las hojas que tienen en las carpetas, y se las pueden dar a las compañeras para que, después de que termine Ángel, iniciemos el debate.



Ponente¹

ÁNGEL BARTOLOMÉ MUÑOZ DE LUNA

Profesor de la Facultad de Humanidades y CC. de la Comunicación. Universidad CEU San Pablo

Muchas gracias.

También me voy a levantar, así oxigenamos un poquito las piernas. Como seré el último, lo que voy a hacer es recoger un poquito, porque después de estas ponencias, la verdad es que poco puedo aportar.

Me presento. Soy Ángel Bartolomé, lo primero. Soy papá, tengo dos niñas preciosas de cuatro y dos años, y ese es mi principal trabajo: educar a mis hijas. Trabajo como profesor en el CEU, donde estudié Publicidad, donde hice el doctorado. Antes estudié Teología. Estuve un tiempo trabajando como director de *marketing* de Marco Aldany. Si vais por la calle y veis unas luces azules, o es un control de alcoholemia o son las peluquerías de Marco Aldany. Y actualmente también dirijo un máster con el grupo Publicis, que es el segundo grupo de comunicación del mundo dedicado a la publicidad.

Bueno. Superrápido. Puntos de reflexión, porque estamos hablando de redes sociales, y en el fondo estamos hablando de Internet. Fijaos: Internet tiene más de dos billones de usuarios de Internet, 12 millones de búsquedas, 500 millones de *mails* al día, y todos estos grandes números están gestionados por muy poquitos agentes. Para que os hagáis una idea, en este último minuto que voy hablando se han subido más de 50 horas a YouTube, que, como decían antes, ¡cómo lo consumen los jóvenes hoy en día! Más de 300 millones de descargas en Apple Store, más de 4.000.000 de búsquedas. Ahí tenéis datos que absolutamente se nos escapan.

Para entrar, para que podamos tomar conciencia de lo que es, cada dos minutos creamos tanta información como desde el comienzo de los tiempos hasta el 2003, que esto es impresionante, y la capacidad y la gestión de esto se nos escapa por todos lados. La información digital hoy es treinta millones de veces mayor que todos los textos nunca escritos. Y esto es Internet.

Internet muchas veces parece que es la reintermediación, y estamos hablando de unas redes sociales, que si Facebook, Twitter, Twitch, YouTube,

¹ Transcrito por audición.

cómo los viajes se reintermedian, antes se hablaba con viajes o Viajes Iberia, ahora viajamos por una red social que es Car2go. Una inmobiliaria, antes la veíamos en *Segundamano*, hoy vamos a Trulia o Idealista, que puede ser también una red social.

La televisión, los canales han cambiado, los compartimos por YouTube o por vídeo. Las noticias ya directamente se chequean en tiempo real a través de Twitter. Los gobiernos, la capacidad de la gente para salir a las plazas y llamar en contra de los gobiernos. Y esto no ha hecho nada más que empezar, porque desde aquí a la banca, que llegará, a la educación, a qué agentes tocará gestionarlo a nivel local, a nivel de telefonía, a nivel de deporte. Hay redes sociales en las que ya sale gente a hacer deporte a la calle. ¿Para qué existen los gimnasios?

¿Por qué? ¿Por qué estamos hablando de Internet? Porque las redes sociales son la columna vertebral de Internet y, en este sentido, no hay nada más social que esto. Esto es la red social, esto es otra cosa. Son plataformas, son medios sociales, pero quien gestiona esto son las personas.

Recogiendo también lo que decían mis compañeros de mesa o de mesita, esto de las redes sociales no es bueno ni malo. ¿La energía nuclear es buena o mala? Sirve para iluminar ciudades o para destruirlas. El problema no está en las cosas, el problema está en las personas.

Para hacernos una idea, vamos a dar unos datos. En el 2017, el tiempo dedicado a las acciones digitales es capitalizado por redes sociales. De estas redes sociales, Facebook es quien está ahí, la que tiene mayor actividad, y el 21% de los usuarios se mete para buscar temas de marcas.

La primera pregunta que os puedo hacer es: ¿qué es Facebook, Instagram, Twitter o WhatsApp, que es una gran red social comprada por Facebook por “triquicientos” millones de euros? También es una red social.

Esto, como sabéis, es Mark Zuckerberg testificando en el Senado.

Tenemos que tener conciencia que las redes sociales son plataformas de publicidad. ¿Para qué ha nacido Facebook si no tiene una venta detrás? No solo para colgar *posts*, sino para jugar, para hacer llamadas, para mensajes, para chatear, para postear, para seguir marcas. Facebook, ¿de qué vive? Vive de los anunciantes. Facebook es una plataforma para vender.

¿Por qué las marcas quieren estar en las redes sociales? Porque quieren tener una masa crítica. Fijaos en un dato: cuando estuve trabajando en Marco Aldany, mi jefe estaba obsesionado absolutamente en generar *followers* y seguidores en redes sociales, en Facebook, y realmente, en un año, en 11 meses, conseguimos... Pero, ¿para qué sirven estos números? Para nada. De nada sirve tener seguidores en Facebook si esto no se convierte en ventas.

¿Para qué le sirve a Porsche tener millones de usuarios? ¿Cuántos de estos se van a comprar un coche de la marca de Porsche? ¿Para qué? A lo mejor les sirve para vender sus cazadoras, camisetas, formas. ¿Qué hay detrás de estas marcas?

Internet, además, democratiza, y las redes sociales, casos como Hawkers, que lo conoceréis. En un pueblo perdido de la mano de Dios de Murcia, unos amigos empiezan a vender simplemente a través de redes sociales, a postear, y han generado uno de los mayores imperios que ha levantado grandes rondas de financiación en España. De lo que estamos hablando todo el rato es de lo mismo: de personas. De personas y cómo se relacionan, entendiendo la marca como una persona que lo que quiere hacer es vendernos sus productos. ¿Por qué? Porque antes estaba la tele, pero ahora, amigo, eso ya ha cambiado.

Ahora, ¿qué tengo? Ahora me he descargado mi aplicación del Nike Training, que la tengo en mi bolsillo porque me mola, porque salgo a correr todos los días y me va diciendo cuántos kilómetros hago, y lo comparto en mis redes sociales. Y voy andando por La Castellana un día, me salta una alarma, y dice: “Oye Ángel, que sabemos que tienes recorridos tantos kilómetros, se te han gastado las deportivas, tu color favorito es el rojo. Si pasas ahora mismo al lado, que tienes el Nike Store, y entras y entregas este código ‘bidi’ a la recepcionista, que tiene tus zapatillas de tu color favorito, de tu marca favorita, tienes un 30% de descuento”.

¿Qué hago? Comprarlas, porque me hacen falta. No me está vendiendo otra cosa que no me haga falta. Porque yo le he dado la libertad de bajarme esta aplicación y gestionarme todo esto. No me está vendiendo cualquier cosa que pudiera comprar otro usuario, o una persona de 60 años. No me está vendiendo un Densia de Danone o cualquier cosa.

Es decir, tenemos que tener en cuenta cómo se cocina. Voy a poner un vídeo súper breve, un minuto y medio, para que veáis cómo las agencias de publicidad cocinan estos datos.

Para que os hagáis una idea, nada de lo que nos llega es casualidad. Ahora hay desarrollados un montón de tipos de algoritmos, para que, cuando yo registro, hago búsquedas, y busco el mejor maquillador de pestañas, la publicidad que me llega es el mejor maquillador de pestañas. Si yo busco: “quiero unos labios muy *glossy*”, es lo que me va a aparecer, el mejor pintalabios *glossy*. Las acciones de búsqueda que me llegan son exactamente, con las mismas palabras, lo que quiero buscar, lo que quiero encontrar. Nada hay casual.

Redes sociales que han cambiado formas. Por ejemplo, acciones de Telepizza que con un tuit desmentían que Messi no era repartidor de Telepiz-

za. Pero también sirven para hacer acciones, como cuando distintos usuarios de Twitter empezaron a moverse por Twitter y a hacer acciones para repartir 1.000 pizzas entre gente sin techo.

Porque para eso también sirven las redes, para generar conciencia y soluciones. Para que hagamos... y recogiendo también datos que se han hablado aquí, El Rubius -no sé si conocemos a El Rubius-, en su última acción que hizo en Twitch, que es una red social dedicada solo a *gamers*, en el que se sube gente viendo videojuegos y jugando videojuegos, tenía diez millones de espectadores. Es decir, si reunimos todos los principales telediarios de las cadenas en España, no los suman. Fijaos qué poder de convocatoria, de acción, de forma, de prescripción que tiene esta gente, de usuarios.

¿Dónde están las marcas? Las marcas están ahí, para ofrecernos productos que sirvan para vendernos, pero también nos ayudan a entender.

Para cerrar, también para abrir este debate, os pongo una última campaña que hizo Comunica+A, sobre un tema que ha salido aquí. Ahora lo comentaremos.

Con esto quería cerrar el debate, sobre, entiendo, los componentes que tiene la mesa, por la parte de psicología, por la parte de un profesor de secundaria y, sobre todo, por un agente [...].

Ya está. Muchísimas gracias.

David Vicente - Bien. Muchísimas gracias a todos.

Como les digo, ahora es su momento, y en el que estarán nuestros conferenciantes deseando contestar a sus preguntas.