

**Buenas prácticas en el uso de redes sociales  
en los programas de prevención  
con población juvenil:**

**Guía de uso en programas de prevención**

**Un estudio realizado por la  
FUNDACIÓN ATENEA**



**Departamento de Investigación Innovación y Desarrollo**

Autora: Yolanda Nieves Martín

Transcripciones: Victoria Rivero Marcos

Junio 2015

Introducción .....	4
Redes sociales y jóvenes: estado de la cuestión .....	5
¿Son las redes el medio? .....	12
Redes existentes y elección: Del SMS a Snapchat .....	16
Caso concretos: Como se ha ido incorporando en los programas .....	19
Mensajería instantánea: proceso y finalidad de incorporación. ....	21
Community manager preventivo .....	23
La foto del perfil: El perfil institucional, de entidad, de programa, de actividad.....	28
La invisibilidad del tweet .....	32
El contenido .....	36
TT: Conclusiones .....	42
Incorporación uso de red en un programa de prevención .....	44
Bibliografía .....	45

## Introducción

Según señala el “Informe Europeo sobre Drogas: tendencias y novedades” en 2015, internet se configura como un escenario de importancia creciente para el suministro de información y la prestación de asesoramiento. Aunque el informe sitúa este panorama entre consumidores de nuevas sustancias y como estrategia enfocada a llegar a nuevos sectores de población consumidora a través de la creación de “sites” especializados ya sea webs propias o blog.

Pero más allá de estas actividades y de programas específicos de prevención en red, los programas de prevención “tradicionales” dirigidos a población infantil y juvenil se han visto inmersos en la irrupción de lo digital incorporando el uso de tecnologías a sus actuaciones.

La adaptación a los cambios y nuevas necesidades de la población es un elemento que caracteriza a los programas de drogodependencias de este país, pero estas adaptaciones se producen dentro de la acción y sólo conllevan sistematización posteriormente.

Las y los profesionales se han encontrado con una población diana inmersa en las redes y han tenido que adaptarse a esta realidad, sin ningún referente. La necesidad de adaptación a la población diana pone a prueba la flexibilidad de la red de prevención de drogodependencias. En la sociedad de la información lo que no está en la Red literalmente no existe, lo que provoca la necesidad de incorporar la presencia en redes sociales como forma de visibilización e interlocución con el público diana en los programas de prevención.

El objetivo de este documento es relatar el proceso de incorporación de las redes en estos programas y detectar las dificultades y oportunidades que encuentran, planteando una guía rápida que pueda orientar a las entidades y las personas profesionales a la hora de incorporar las redes en sus programas de prevención, para ello se ha recopilado información sobre los diferentes perfiles de red de programas de prevención e entrevistado a equipos y coordinadores de programas de ocio alternativo, prevención selectiva y equipos de comunicación de diferentes entidades.

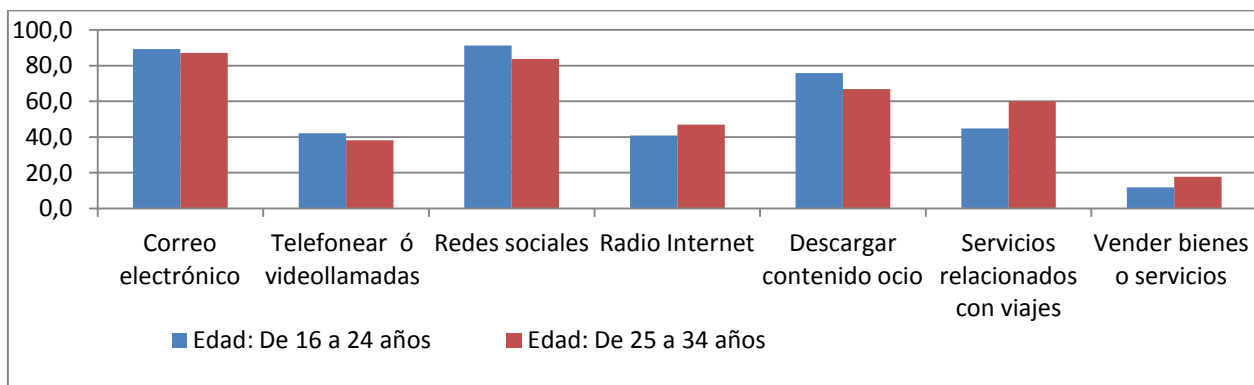
## Redes sociales y jóvenes: estado de la cuestión

El uso de Internet y redes sociales configura parte de la vida cotidiana de cualquier persona en nuestra sociedad. Según el INE<sup>1</sup> el 74% de los hogares españoles cuentan con conexión a internet, mayoritariamente de banda ancha y el 71% de las y los españoles son usuarias frecuentes de internet.

En este contexto la población llamada “nativa digital<sup>2</sup>” para los que el entorno digital está presente en su vida desde el comienzo, en contraposición a los “migrantes digitales” que se adaptan al nuevo entorno digital, con mayor o menor fortuna, desarrolla su actividad social y su identidad.

Si analizamos los datos disponibles sobre el uso de tecnología la población de entre 16 y 34 años desarrolla un uso intensivo de la red. Especialmente el uso de redes sociales y la utilización de la red como fuente de ocio es además mayoritaria en la población más joven (16-24 años)

Gráfico. Uso de redes población de 16-34 años



Fuente: elaboración propia en base a INE 2014<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Equipamiento y uso de TIC en los hogares - Año 2014

<sup>2</sup> Prensky 2001

<sup>3</sup> Resultados nacionales. Utilización de productos TIC por las personas

La utilización de las redes no presenta además grandes diferencias entre sexos entre los 16 y 34 años.

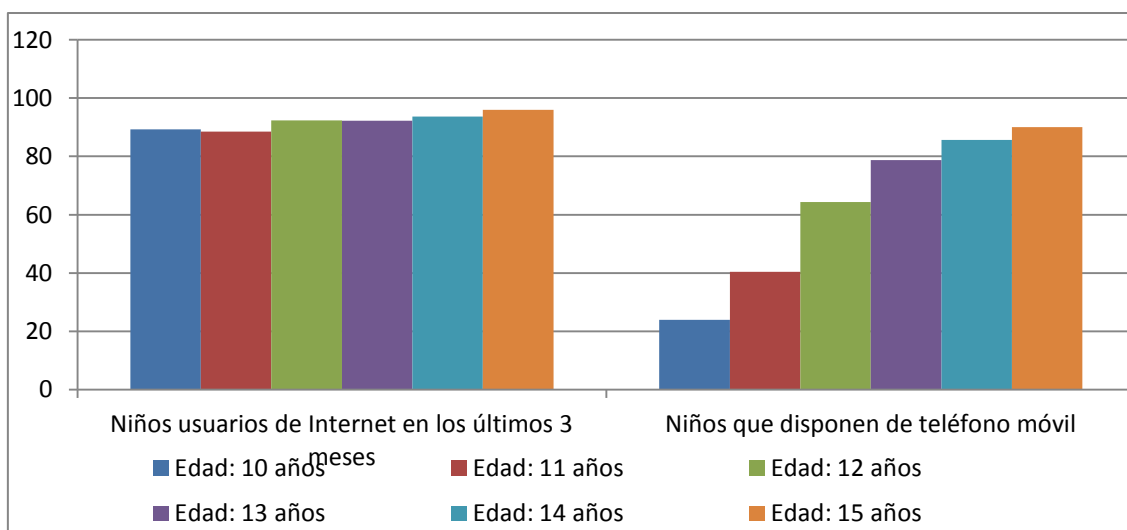
Gráfico. Uso de redes población de 16-34 años por sexo

	Personas que han utilizado el ordenador en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses	Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses
<b>Edad: De 16 a 24 años</b>					
<b>Hombres</b>	94,2	99,2	97,2	35,1	99,5
<b>Mujeres</b>	95,2	97,5	95,1	31,1	99,4
<b>Edad: De 25 a 34 años</b>					
<b>Hombres</b>	88,9	93,2	89,5	39,3	98,1
<b>Mujeres</b>	89	94,2	90,4	39,9	99,3

Fuente: elaboración propia en base a INE 2014

Por debajo de esta edad los y las niñas de entre 10 y 15 también presentan un uso mayoritario de la red tanto a través de internet como de móviles. Si bien mayoritariamente se conectan en los centros educativos.

Gráfico. Uso de TIC en niñas y niños de 10 a 15 años en los últimos 3 meses



Fuente: elaboración propia en base a INE 2014

Incorporamos los móviles primero porque a través de los dispositivos se tiene acceso a las redes sociales, haciendo innecesario el ordenador; segundo porque desde el surgimiento de las aplicaciones de mensajería, estos dispositivos son vía de acceso a redes, quizás más privadas, pero desde donde se difunden contenidos procedentes del resto de redes.

Constituyendo en las redes sociales una identidad continua a la identidad social a nivel “offline”, que no paralela como puede ocurrir con las personas adultas, que establecen una diferenciación que no parece existir en la población juvenil.<sup>4</sup> En gran medida porque su vida offline se gesta a través de la online.

Lo que conlleva que una parte de la socialización se realiza fuera de los contextos presenciales y sin control estricto de instituciones tradicionales (como familia o escuela)<sup>5</sup> ya que se realiza a través de relaciones sociales en la Red. Este hecho hace que nos centremos en los peligros que para ellos supone la red, tanto de adicción como de mal uso. Como fenómeno caracterizado por su rapidez de cambio todos nos adaptamos a él y conlleva riesgo. El uso abusivo, cyberbullyng, acoso sexual están presentes en el uso que de estas redes hacemos, y ha centrado gran parte de la reflexión sobre el uso de la Red en la población juvenil.

Según la *Encuesta sobre hábitos de uso y seguridad de Internet de menores y jóvenes en España*<sup>6</sup> un 25,7% de la población juvenil manifiesta haber visto algo a través de la Red que le ha parecido inadecuado o la ha hecho sentir incomoda. Un 13% se ha sentido molesto por la forma en que alguien ha actuado con ellos en las redes, mayoritariamente a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea. La consideración de visualización de contenidos como grosero es indicada por un 42% de la población juvenil, mayoritariamente a través de pop up y páginas de videos.

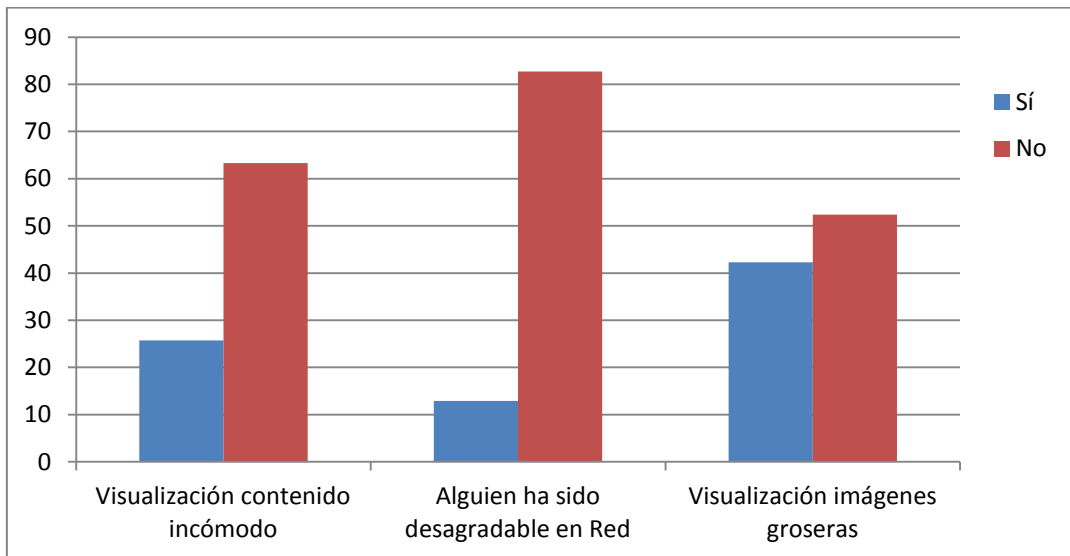
---

<sup>4</sup> Sedín Gutiérrez 2014; San Julián, 2013

<sup>5</sup> Bernete Francisco en Rubio Gil 2010

<sup>6</sup> Ministerio Interior 2014

Gráfico. Percepción contenido inadecuado



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio Interior 2014

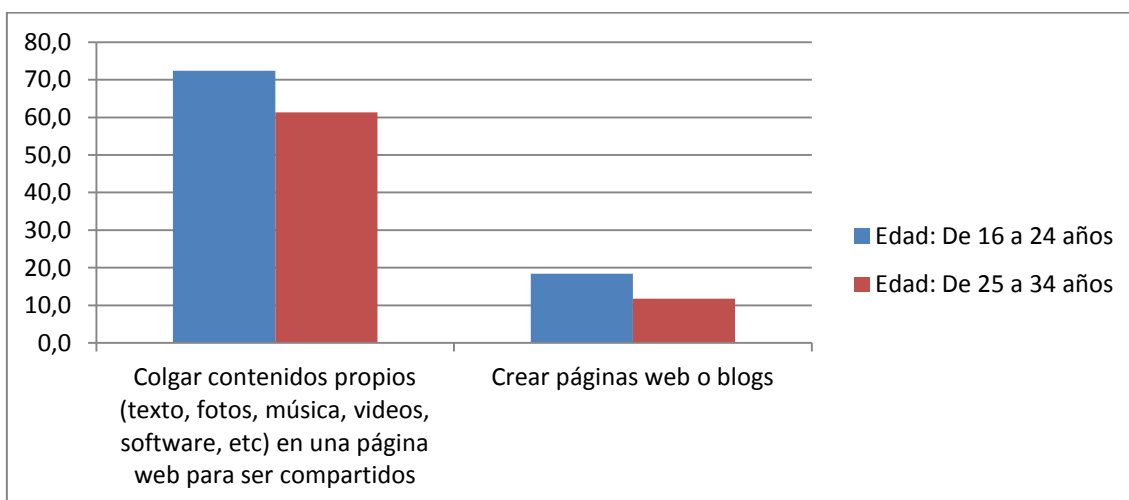
Pero como bien matiza Domingo Comas<sup>7</sup>, los contenidos inadecuados no pueden servir de negación de los adultos a los jóvenes para un uso de la red, que no sólo es una caracterización de la sociedad sino al que se han incorporado los adultos, en base a unos serie de peligros que están por otra parte presentes en nuestra sociedad con anterioridad a la irrupción digital.

La red para ellas y ellos no es sólo un entorno más de socialización sino que la configuran generando contenidos.

<sup>7</sup> Comas, D. 2011



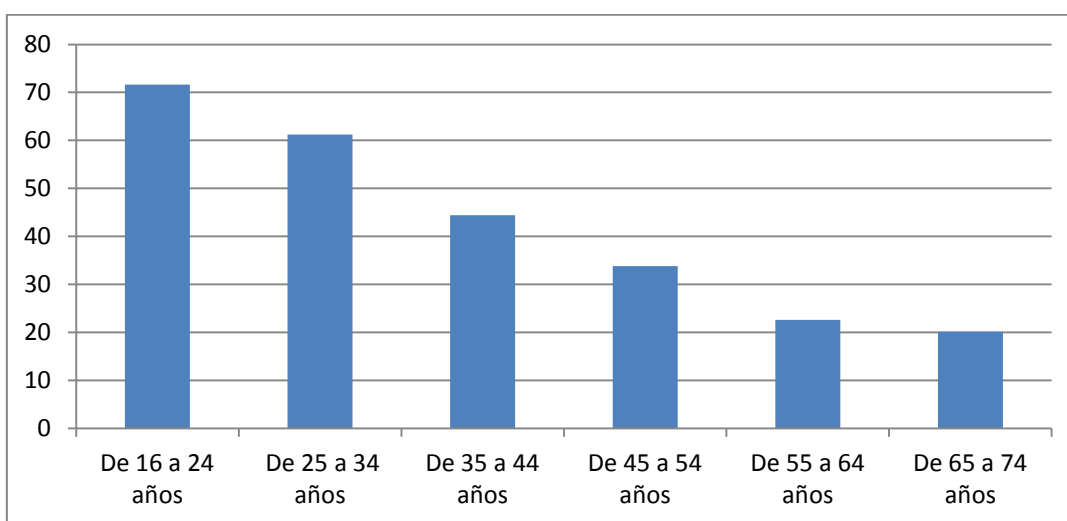
**Gráfico. Uso de redes población de 16-34 años: generación de contenidos**



Fuente: elaboración propia en base a INE 2014

Si ampliamos el concepto de generación de contenidos añadiendo el que se genera a través de las redes sociales, los porcentajes se elevan. Comparativamente al resto de la población, el grupo de edad de entre 16 y 24 años es el que genera contenidos en mayor porcentaje.

**Gráfico. Uso de redes población de 16-34 años: Páginas web personales (p. ej. blogs) o redes sociales**

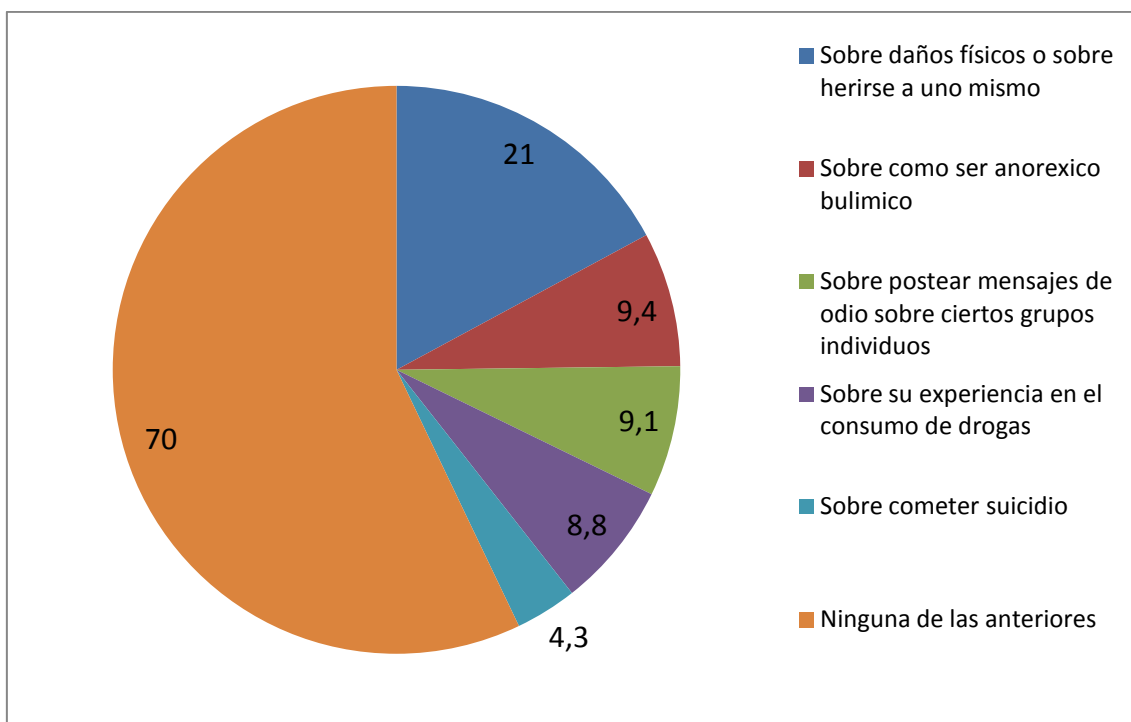


Fuente: elaboración propia en base a INE 2014

Pese a ello no podemos negar que en la red, como en todo contexto social haya presencia de contenidos no deseables, lo que incluye contenido sobre sustancias, tanto en compra<sup>8</sup>, como en consumo.

Si bien el siguiente gráfico muestra que las cifras de población juvenil que manifiesta haber visto este tipo de contenidos sobre consumo de drogas se sitúa en el 8%, hemos de señalar que como se desarrollará más adelante la percepción de los profesionales es que las imágenes donde está presente el consumo de sustancias, alcohol fundamentalmente, en redes son bastante altas, sobre todo de pares.

Gráfico. Visualización en web en el último año de contenidos sobre.....



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio Interior 2014

Como tampoco se puede obviar el papel de la Red, igual que para los adultos, como fuente de información, generada por sus propios pares en muchas ocasiones.

<sup>8</sup> En cuanto a los aspectos referidos a compra de sustancias si bien hay ciertas sospechas de que puede existir cierto mercado online de las mismas, no se disponen de datos exhaustivos sobre este aspecto. Muy vinculado a las llamadas legal-highs, sustancias de supuesto origen natural y/o efectos similares a drogas de consumo ilegales, que al no estar legisladas pueden adquirirse online. Los datos disponibles a través de Global Drug Survey para población adulta sitúan este tipo de comercio online de drogas en un 9% para población general.

Según las cifras del Ministerio de Interior el 84% buscan información en internet no vinculada a sus trabajos escolares.

Como se señalaba en las investigaciones *Hábitos de ocio y consumo en población universitaria menor de 30 años*<sup>9</sup> y en *la Importancia de la credibilidad de las fuentes mediáticas en materia de drogas*<sup>10</sup>, ambas realizadas en 2011 sobre población joven universitaria, internet es una de las fuentes de información sobre drogas principales para este segmento de población, situándose en torno al 50% en ambas investigaciones. Considerando positivamente la credibilidad y utilidad de la misma.

11

Según el estudio de García de Castillo el acceso a esta información suele hacerse a través de páginas especializadas, buscadores generales y web de instituciones. Esta utilización de recursos especializados puede deberse a su pertenencia al ámbito universitario. El estudio de Guillamón Cano<sup>11</sup> en población de 12 a 18 años muestra que en torno al 20% de esta población a buscado información en Internet sobre drogas, si bien mayoritariamente acuden a Google, Wikipedia, páginas especializadas y fórums o blogs( 25%).

Siguiendo con población universitaria los temas tienen que ver con problemas asociados al consumo, aspectos preventivos, y normativa. Otros temas de interés son el consumo sin riesgo, vías de consumo, origen de sustancias o compra. Las sustancias ilegales sobre las que se busca información en mayor medida están asociadas a las de mayor consumo: cannabis, cocaína y en menor medida LSD y éxtasis.

---

<sup>9</sup> Nieves Martín, Y

<sup>10</sup> García del Castillo, J.A

<sup>11</sup> En Pérez Gómez (coord.)2012

## ¿Son las redes el medio?

En el escenario dibujado en el epígrafe anterior donde una parte de la socialización de los jóvenes transcurre en redes y dado el papel de estas como fuente de identidad y de información, el debate sobre si las redes han de ser un medio en los programas de prevención con esta población parece salvado. La única opción que les queda a los programas de prevención con este colectivo es, en aras de adaptar su intervención a las características de la población, incorporar el uso de redes como mínimo para asegurar la presencia de información veraz sobre sustancias.

Por otra parte y como señala Ubaldo Cuesta Cambra (2011)<sup>12</sup> el acceso a la información sobre salud a través de las TIC es cada vez más frecuente en población general, no nos ha de extrañar por tanto que la población juvenil busque información sobre prevención y efectos de las sustancias en la Red.<sup>13</sup>

Además de la constatación del poder difusor de la red y de la facilitación del acceso a la información para los programas de prevención se añade una nueva posibilidad que es la participación directa del colectivo, facilitando su alcance y la participación en los contenidos. Pero también el diseño conjunto de estrategias de prevención y su adaptación inmediata al contexto.

*Estar ahí pensando que era una fosa de unos pocos y ser una herramienta virtual que es una herramienta más de intervención. En la medida que ha ido incrementándose la intervención se ha visto que los canales de comunicación funcionaban, sigue aumentando el tráfico de gente, es un dinamizador virtual con acceso a chavales, que ha facilitado la comunicación y el contenido y la organización de eventos, pues ha ido aumentando la presencia de redes diferentes, se ha incrementado también la intervención hasta tal punto que es la pescadilla que se muerde la cola, porque se ha convertido también en un punto clave en la intervención de las ediciones.(p. intervención indicada)*

---

<sup>12</sup> En Pérez Gómez, L (coord)

<sup>13</sup> Ya en 2003 Desde la Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid se lanzó una publicación analizando el papel de Internet y los recursos web disponibles sobre drogodependencias.

Las redes sociales sirven de escaparate a los programas pero también son escaparate de la población a los que se dirigen estos.

*porque además los chavales te cuentan, desde la hora que se levantan hasta la que se acuestan, cuando van al baño, si están enfermos, en todo.(P. prevención indicada)*

Aunque se cuestione su uso como herramienta de intervención, como receptores de consultas o casos concretos, hay unanimidad en cuanto a que son una fuente de información.

*Yo, en la utilidad de las redes sociales, en cuanto a la relación que se pueda alcanzar, la relación de ayuda que puedes alcanzar con un usuario no la tengo muy clara, a mí por lo menos no me ha resultado, la verdad, no creo que funcione como consultorio porque los chavales rara vez consultan, te consultan más personalmente que a través de la red, sirve mucho para ver por dónde van, y para informarte tú como profesional de lo que van haciendo,(profesional prevención)*

Los programas son conscientes de esto añadiendo trabajo específico más allá de las drogodependencias sobre la privacidad y los riesgos presentes en la utilización de redes, como lo hacen con los que detectan “offline”.

*a nivel de intervención así analizando contenidos, que no es siempre lo mismo, si quieres hablar de un tema, drogas, desigualdad, género, en Internet hay tanta variedad de formas diferentes de abordar el tema, con lo cual tienes oportunidad de lanzar una noticia, un poco entrar a la gente, también en el análisis de contenidos para ver lo que están intentando los chavales, la gente joven cuando hacen comentarios, cuando hablan directamente de temas de comunicación, .(P. prevención indicada)*

*Ten en cuenta que un niño de 12 años si, bueno, al que le hace la comunión le regalan un móvil con conexión a Internet y tiene pues eso, 10 años y es un ordenador en sus manos. Un ordenador que requiere una serie de precauciones y de una serie de cosas a tener en cuenta, tienes que educar también en eso, tiene sus peligros y se da la curiosa coincidencia que mucha gente lo tiene para controlar a sus hijos y se descontrolan por otro lado. Es que mi hijo hablando en un grupo de wassap, yo le he cogido el teléfono y no me podía imaginar las cosas que estaba diciendo mi propio hijo y la cantidad de cosas que se veían en ese grupo. Claro, tú le tienes el móvil para controlarlo y ahora quieres que esté controlado también en un grupo de wassap cuando habla con sus colegas. .(P. prevención indicada)*

–

*Pero luego hay muchas cosas que tienen que ver con la educación social de toda la vida, el acoso, el ciber acoso responde a los mismos órdenes del acoso de toda la vida de los matones, eso se traslada a otro sitio, pues como está ahora mismo el tema de violencia de género entre jóvenes a través de redes sociales también. Contar cosas, el control, sobre con quién compartes, con quién te comunicas, yo creo que debería ir incorporado.(profesional prevención)*

Los planes municipales de prevención de drogodependencias utilizan la Red mayoritariamente a través de blog o website. La presencia en redes es minoritaria y obviamente ligada a un perfil muy institucional. Son los programas dentro de los planes los que mayor presencia tienen en red. Principalmente los de ocio alternativo.

La disposición de blogs y website sobre drogodependencias pone a disposición de las y los jóvenes que buscan información sobre drogodependencias y sustancias información que buscan, pero no permite la interacción con la misma rapidez que la utilización de redes sociales. Así mismo la divulgación de esa información o de información de actividades queda supeditada a la proactividad de la población que ha de acceder específicamente a la página. Las redes permiten el acceso rápido a esa información en el timeline<sup>14</sup> de las personas.

*Hay que pillar las cosas al vuelo, sobre todo con los chavales, hay que pillarlas al vuelo; entonces se aumenta efectividad para todos.(profesional prevención)*

*El trabajo de prevención con los chavales o es en la red o no será.(profesional de prevención)*

A todo esto se suma un elemento incuestionable y es el papel de la Red como plataforma de difusión ilimitada. La Red permite la difusión de contenidos a bajo coste y, al menos teóricamente, a un mayor porcentaje de audiencia. La impresión de carteles informativos o trípticos para la difusión de actividades es ahora un elemento complementario, no principal, en la difusión de actividades. Si bien nadie cuestiona la utilidad de colocar un cartel sobre actividad en un centro educativo, es innegable que

---

<sup>14</sup> Timeline: página principal de acceso en redes sociales dónde se muestra la información reciente de todos aquellos perfiles a los que la persona está vinculada.

su difusión en red permite llegar a mayor audiencia y una difusión exponencial del mismo a través de “retuiteos”, “compartidos” o adjuntos de mensajería instantánea.

*Es muy diferente la actividad de difusión que nosotros a la actividad que hace Prevención con las redes sociales, te pones en contacto con ellos para eventos, para yo qué sé, yo lo uso también mucho para quedar a través de mensaje privado, igual que quedo con políticos, lo otro lo hago porque es muy ágil decir, nos vemos hoy, tal o se me hace tarde, creo que es algo muy interesante (profesional prevención indicada)*

15

La pregunta es:

*¿Queremos invertir en la imagen, queremos invertir en las redes sociales?, es decir ¿es una herramienta útil como visibilidad exterior y para comunicarnos con?, ¿sí?, sí queremos eso hay que apostar por eso (profesional de prevención)*



## Redes existentes y elección: Del SMS a Snapchat

16

Toda vez argumentada la necesidad de incorporar las redes a los programas, surge el siguiente dilema: Qué red. De todas las existentes elegir en cual hay que estar presente puede ser difícil como se nos señala desde el mundo del marketing. Pero además una vez elegida la red puede que esta deje de ser popular en detrimento de otra más innovadora.

El proyecto Drojnet, uno de los pioneros en España, surgió en 2006 a través del envío de sms con contenidos preventivos. La evaluación del programa y las demandas de la población les llevaron a incorporar posteriormente los mms, que incluían imágenes. El auge de las redes sociales y la posterior generalización de los programas de mensajería instantánea para smartphones, han dejado los sms desfasados.

Aunque pequeños de prudencia, vamos a realizar una pequeña introducción de cada una de estas redes, por su vinculación al tipo de contenidos, en aras de contribuir a la lectura del resto del epígrafe. Tomando como referencia el informe IAB 2015 las redes sociales más utilizadas en España son:

**Facebook:** Red social dónde se pueden compartir videos, fotos, links con otras webs y textos largos.

**Youtube:** Red para compartir y visualizar contenidos audiovisuales.

**Twitter:** Red social con limitación de caracteres, en la que se pueden escribir texto y compartir fotos y enlaces de contenidos.

**Google+:** Red social vinculada a cuenta de google.

**Linkedin:** Red social de carácter profesional dónde las personas usuarias comparten sus perfiles laborales.

**Instagram:** Red social donde se comparten imágenes y pequeños videos.

**Spotify:** Red social enfocada a la escucha de música y la difusión de listas de reproducción.



**Tuenti:** Red social dónde se puede compartir videos, fotos, links con otras webs, a la que en un principio se accedía con invitación. Actualmente en proceso de cambio a operador de telefonía móvil.

**Pinterest:** Red social para compartir y guardar imágenes y contenidos visuales.

**Flickr:** Red social para compartir y guardar imágenes

**Badoo:** Red social para iniciar contactos con gente y chatear.

**Tumblr:** Red social para blogs, normalmente con entradas más cortas, donde publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio.

17

A estas hay que añadir las aplicaciones de mensajería instantánea para smartphones, que en algunos casos cuentan con la posibilidad de ser instaladas en pc's o tablets: como Whatsapp, Line, Hangout, Snapchat, Viber, Telegram....etc; y las propias de algunas de las redes sociales que pueden instalarse en smartphones como los messenger de Badoo o Facebook.

*porque estar al tanto de todas las redes sociales con lo que cambia, que es un ritmo vertiginoso, hace 2 años no había Whatsapp tan extendido como ahora, hace 5 es que, es que...Hace 5 nadie tenía Facebook (programa de prevención indicada)*

La adaptación al mundo cambiante de redes y aplicaciones es una tarea difícil una vez decidida la incorporación del programa a las redes. En este punto los programas de prevención tienen una baza importante a su favor, el contacto permanente con la población diana les da información actualizada sobre cuál es la red en la que hay que estar en cada momento, en parte porque también es una demanda de las personas participantes.

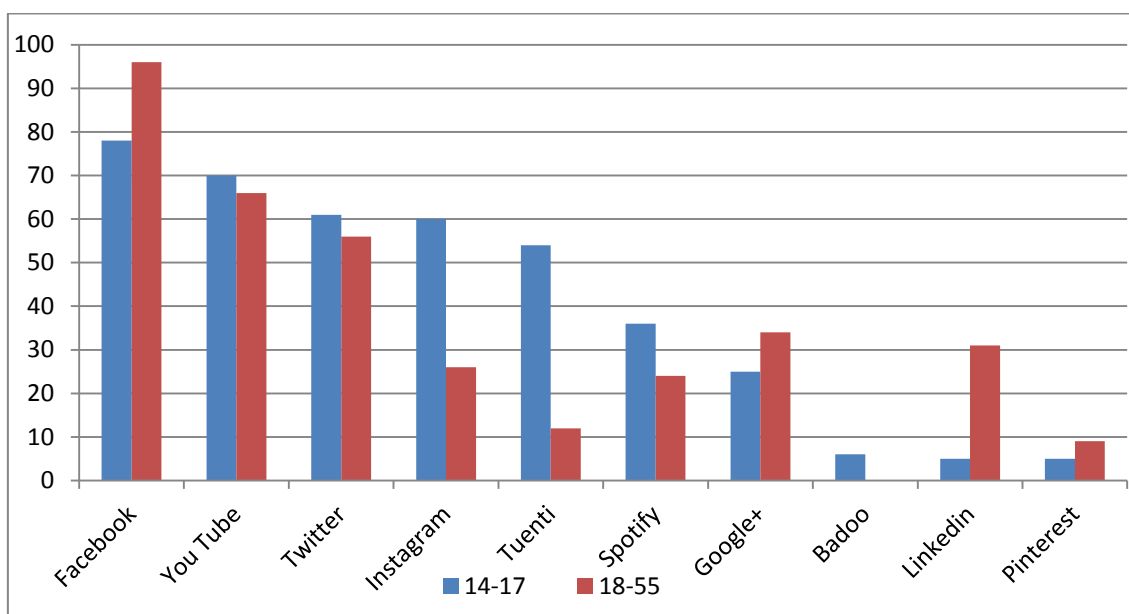
*otra cosa no pero estamos todo el día con chavales, ahora está todo el mundo en Tuenti, todo el mundo en Tuenti, venga nos vamos a Twiter, venga todos, Facebook, (programa de prevención indicada)*

Aún así ¿cuál es el panorama de las redes entre la población joven actualmente? La elección de red es importante porque va a dictar el tipo de contenidos pero también porque la edad de la población marca diferentes usos.

Según el VI estudio Redes sociales<sup>15</sup> la utilización de las redes sociales presenta diferencias entre las personas jóvenes y la población general. La red social preferida es Facebook en ambas poblaciones, pero mientras que la población de 14 a 17 años prefiere Twitter e Instagram, la población de 18 a 55 años prefiere Youtube y Twitter.

El siguiente gráfico muestra las redes sociales utilizadas según la edad. Mostrando que si bien Facebook, Youtube y Twitter, son las redes más utilizadas, los porcentajes de uso de las demás es diferencial. Instagram por ejemplo tiene una mayor penetración en la población más joven, al igual que Tuenti cuyo uso es mucho menor en la población mayor de edad.

Gráfico. Redes sociales utilizadas según la edad



Fuente: elaboración propia sobre datos IAB

<sup>15</sup> IAB 2015

## Caso concretos: Como se ha ido incorporando en los programas

La incorporación se produce a raíz del éxito entre la población que en un primer momento tuvo la red Tuenti, a la que se accedía por invitación, muy dirigida hacia el público más joven.

*Pues el inicio la verdad que surgió con la necesidad de llegar a más gente por una vía menos costosa, que no fuera la presencia física y por otro lado comunicarnos con los chavales y por otro también como dar más posibilidad y tener un espacio virtual en el que la gente pudiera acceder y contactar con nosotros (profesional intervención indicada)*

*Hace años ya, hace por lo menos 5 años, pero ella ya tenía un Tuenti, y empezamos un día en la oficina, cuando estábamos en la otra, no tenía casi chicos porque había muy pocos que tenían redes sociales, unos le hacían consultas, tal.(profesional prevención indicada)*

*Con lo cual ha llamado bastante la atención de otros de Tuenti, que se empezó con Tuenti, que es una red social juvenil, ha ido derivando a lo que ahora controla más y revoluciona más a través de redes sociales. Una red juvenil de tantos chavales, pero Tuenti..., hemos pasado a otras redes sociales de (...) y Facebook, Twiter, Facebook, Youtube, eso sí que utilizamos, (profesional de. intervención indicada)*

El fenómeno de la red es cambiante, aunque como hemos visto el primer puesto de Facebook es general, las otras redes oscilan. Las y los profesionales detectan los cambios e incorporaciones de redes por el discurso de la población, la disminución de actividad en esa red y el descenso de las interacciones: estancamiento de número de seguidoras, abandono de perfiles, disminución de perfiles activos... Cuando se detecta que un canal ha dejado de estar activo se traslada a otro canal, el caso de Tuenti ejemplifica este fenómeno.

*Por qué supimos que Tuenti estaba muerto, cuando al cabo de 2 meses de meternos, te metes y ves que no hay nada nuevo, no hay actividad y la mayoría de gente o no te ha preguntado o no te ha dicho nada, no ha consultado, con lo cual ves que, pues tela, si generas contenido para algún evento lo pones ahí por si acaso alguien, pero nadie le da a compartir, ni me gusta, ni nada, ves que la actividad de la página es muy poca y la gente no está viendo Tuenti. (profesional intervención indicada)*

*Primero fue Facebook, todo el mundo se abrió su perfil y nosotros también, aunque no teníamos muy claro para qué, pero como era la tendencia lo abrimos. Cuando surgió el Twitter, que vimos que se puso muy moda y que teníamos más repercusión con el Twitter, que empezamos a tener un montón de seguidores, empezaban a retweetear, pues apostamos más en serio por Twitter que por Facebook. (profesional. intervención indicada)*

Actualmente al igual que en población general, los perfiles mayoritarios de los programas se centran en Facebook y Twitter.

*En Tuenti fue por eso, por lo de la herencia de otra profesional, pero Facebook fue porque yo uso Facebook, todo el mundo tiene Facebook ya, más que Tuenti, Pero tenía que estar abierto, que habrá otras muchas redes, que es verdad que estamos perdidos, ahora ha salido una nueva que se llama SnackChat, o algo así,... (programa intervención indicada)*

La utilización de otras redes de contenidos viene dictada por las actividades concretas de los proyectos. Principalmente de Youtube, Vimeo en lugar secundario, que cuenta con populares iniciativas como concursos de videos como es el caso de Drogas en tu punto de mira<sup>16</sup>, Convivencia Tv<sup>17</sup>.... En menor medida Instagram que pese a su reciente aparición ya se está utilizando incluso desde otros ámbitos educativos como el Saviafest.<sup>18</sup> La valoración del uso de estas redes es positiva. Generan mucha visibilidad externa y aunque no tengan un gran impacto en la propia red, generan contenido que es vinculado en las otras redes sociales.

<sup>16</sup> <http://www.tupunto.org/4o-concurso-universitario-drogas-tu-punto-de-mira/>

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/playlist?list=PLXZ3jpT1gsXFtYxoBZG1iB6Rm2QMjsuBH>

<sup>18</sup> <http://saviafest.smsavia.com/>

*Todos los metíamos en el canal de Youtube para linkar esos links a través de las redes sociales y difundirlos. Hasta entonces se guardaban en CD, no tenían mucha repercusión, más allá de lo que era el entorno más cercano.(comunicación)*

*Youtube es una plataforma que nosotros no actuamos tanto con ella porque simplemente tenga ahí almacenados los contenidos que nosotros generamos y vincularlos de alguna manera a redes sociales, enlazarlo en nuestras redes sociales, más que subir los contenidos.(...) pero vamos es uso que se hace de Youtube es básicamente para almacenar, porque se ve bien, acceso fácil. (p. intervención indicada)*

21

Para elegir la Red en la que se quiere estar presente es fundamental conocer cuál es la que usa la población diana, y en función de estas opciones escoger la que más se ajuste a nuestros medios, conocimientos y el tipo de contenido que queramos transmitir.

### **Mensajería instantánea: proceso y finalidad de incorporación.**

La mensajería instantánea se incorpora en los programas como método de comunicación con los participantes, que mayoritariamente ya no utilizan el teléfono para llamar. Principalmente se inicia su uso para recordar citas previas.

*Tenemos un grupo de mujeres y es una quedada al mes, pues mensajes recordatorios a las chicas que pertenecen al grupo (Programa Ocio alternativo)*

*Muchas veces tú haces una llamada de teléfono, antes llamabas al usuario, al usuario joven, pasa de que le llames, si me llaman a mí por teléfono y me molesta muchas veces; entonces bueno, pues tú ya le mandas un wasap, que sabes que está bien y que se lo ha leído, y queda constancia de que lo ha leído, y luego él a su ritmo, a su aire, cuando le apetece, contesta, o no contesta, tú se lo respetas, pero la información por tu parte la has transmitido; entonces, sí que es una herramienta súper.( profesional prevención)*

Posteriormente se incorpora la difusión de actividades y convocatorias a la base de contactos de personas participantes en diversas actividades del programa. Convocatorias siempre vinculadas al programa cuando se hace de forma masiva.

*. whatsapp puede vincular también varios ordenadores, puedes registrar los teléfonos, sólo lo puedes hacer con uno, pero cuando uno lo tiene abierto el otro lo cierra y así estamos en contacto vía WhatsApp con un montón de gente donde puedes dar información por grupo, cosas que se hacían antes con fotocopias ahora puedes mandar el perfil a través de whatsapp, informar de que hay algún evento importante y tiene que venir a todo un grupo, también está ahí. (p. intervención indicada)*

Las y los profesionales las valoran positivamente. La incorporación ha servido para agilizar citas, dinamizar actividades y optimizar tiempo.

*Se lo he recordado, se lo he puesto en el wasap: oye, que te acuerdes de la cita... "oye, mira, es que no puedo, tengo que solucionar un asunto súper urgente y tal", y entonces le digo al otro profesional "que no puede", "cuándo puede", "el lunes, tal". Pues una gestión que a lo mejor antes te llevaba media mañana, porque tenías que localizarlo, ahora me ha llevado 10 minutos; o sea, es la leche, eso sí que ha cambiado todo, lo ha cambiado todo. (p. prevención)*

Pero también sirve para agilizar los procesos en los que participa la población agilizando seguimiento y dinamizando el proceso.

*Ha creado un grupo con los chavales, que lo estamos organizando para estar todos ahí dentro, saber los pasos que se van dando, , bueno pues estamos ahora mismo en la sociedad de la inmediatez, el aquí y el ahora. (...) Imagina quedar con 4 chavales para organizar lo del concierto, teníamos que estar pendientes de que vinieran, no sé qué, que un encuentro físico siempre lo tienes que hacer está claro, pero que nos costaría el doble. (p. intervención indicada)*

Las propias personas participantes difunden las actividades también a través de sus contactos. Esto es un impacto más difícil de medir que en redes sociales, pero existe.

*Ese WhatsApp empieza a funcionar convocatoria, mira hay campeonato 3x3, pero está en el Parque, entonces la gente, se comunica y son gente que participa en las actividades del programa y también gente del grupo educativo y tiene en su WhatsApp gente que no está y "apúntate" y ese grupo surge también de dentro y acaba con gente de fuera. (p. intervención indicada)*

Hay que señalar que varios de los programas de mensajería instantánea posibilitan su instalación en ordenadores lo que facilita su manejo desde las sedes centrales de los programas.

## Registrarte

Es gratis y lo será siempre.

Nombre  Apellidos

Correo electrónico o número de móvil

Vuelve a introducir el correo electrónico o el ...

Contraseña nueva

Fecha de nacimiento

Día  Mes  Año  ¿Por qué tengo que dar mi fecha de nacimiento?

## Community manager preventivo

23

Como hemos señalado es la propia demanda de la población diana la que configura la red pero también en gran medida la que configura quién maneja el perfil dentro de los diferentes equipos.

La incorporación de los programas a las redes sociales comenzó haciéndose por iniciativa de los equipos. Las funciones de creadoras y administradores de perfiles han dependido del nivel de conocimiento de las personas miembros del equipo o de la inquietud hacia estos canales de comunicación.

Esto ha tenido dos efectos claros, por una parte el tipo de perfiles abiertos y por otra la concentración de estas labores en personas concretas en el seno de los equipos.

En cuanto al tipo de perfil en origen han sido mayoritariamente perfiles personales vinculados al programa. Principalmente muchos se crearon como perfiles de prueba para conocer la red social específica, basados en el conocimiento de las personas del equipo como usuarios individuales, o perfiles espontáneos a la espera de una normativa específica dentro de entidades o instituciones. Con el uso muchos han derivado a perfiles del programa, cuando no ha sido así el problema que se plantea es que en el traslado de perfil del profesional a perfil del programa se pierda vinculación con personas seguidoras.

*y cambié las cuentas, pero eliminé a toda la gente que iba siguiéndome, hay veces que en mi cuenta de Twiter mantenemos relaciones con instituciones locales,(profesional de prevención)*

El problema de la excesiva personalización del manejo y los perfiles en la red del programa es que dificulta la continuidad de la presencia en las redes.

*(Las claves de usuaria)Las tengo yo porque X me dijo que no quería hacerse cargo de Facebook, ni de Twiter. Ahora mismo está la publicación que hice antes de irme de vacaciones, porque como X no sube nada. (Programa Ocio alternativo)*

La responsabilidad del trabajo en las redes cae sobre una sola persona del equipo que ha de actualizar perfiles, crear contenidos, localizar demandas y tendencias y materiales vinculadas a las mismas. Esto provoca riesgos de sobrecarga en la o el profesional responsable y que se relegue esta tarea en épocas de elevada carga de trabajo.

La creación de un equipo facilita la continuidad en caso de cambios de profesionales pero también permite que la función en las redes pueda ser compartida por el equipo. Impulsa también la identificación por parte de las personas del programa en el que están participando, e incluso con el que están participando.

*O el día que esa profesional se vaya a otro sitio, que puede ser, qué hacemos con ese perfil ¿lo cerramos? Es una pena, tiene un montón de seguidores, que entiendo que tienen a esa persona como referente, pero también son personas que participan o deberían de participar en el proyecto.(Comunicación)*

Una de las claves dadas para los community manager es la configuración de equipos para el manejo de las redes sociales y es una de las ideas que puede ayudar a repartir la carga de trabajo.

*Que no sea un poco los contenidos porque ahora mismo publicamos cada uno lo que vemos, si hay eventos comunes pues damos difusión los dos, pero si no los hay pues uno publica una cosa de yo qué sé, que parece curioso (.), otro sobre tener cuidado, otro..., las personas pueden ser las mismas,(profesionales de prevención)*

La configuración de un equipo, facilita la identificación de contenidos que puede ser de interés, y desde luego facilita tener una estrategia conjunta en el perfil.

*Como mejora creo que podría estructurarse, tener una guía de contenido, que haya ahí como una afinidad en el tema de la intervención, un contenido más estructurado. (profesional de prevención)*



Reduce el posible cansancio que pueda producirse si se comparte seguidores y existen varios perfiles vinculados a un mismo programa.

*Aunque a mí, cuando me llegan las noticias por 3 personas distintas.... Pues llega un momento que ya a la pantalla no la prestas atención, y a lo mejor ha cambiado de noticia.(Comunicación)*

Así mismo la individualización deja al margen posibilidades de explotación de las redes, por desconocimiento de las mismas, como las páginas oficiales, las herramientas de sincronización de redes u otras herramientas complementarias. La formación es una necesidad creciente en cuanto la presencia en redes ha pasado el estadio de familiarización inicial.

*claro que me gustaría cómo no, la formación en estas historias es, hay una herramienta, la de Hacking que es para manejar las redes sociales, pero que yo no he podido, no he sido capaz, supongo que porque tengo que estar mucho tiempo, no es intuitiva como las otras, hay que echarle tiempo.*

Las y los profesionales en contacto con jóvenes detectan y se adaptan a las nuevas tendencias. A través de darles un papel protagonista y escuchar sus demandas. Pero esa flexibilidad tiene un límite.

*El problema de estas tecnologías es que el que tenga más de 35, pues muchas cosas no las conoce (.) insistía mucho en que había muchas cosas que pasan que nadie es (profesional prevención.)*

La buena voluntad no es siempre suficiente. Hemos señalado como la función de redes en el equipo se asume por las personas que más interés o conocimiento tienen sobre las mismas. Pero se percibe necesidad de formación para sacarlas el partido que podrían tener. Igualmente la formación contribuye a que las tareas de redes en el equipo puedan ser compartidas.

*Pues no sé, igual hay alguna clave que se pueda aprender para sacar más rendimiento, yo lo que se es a nivel usuario, pero no sé mucho más. Y supongo que hay cosas que puedas aprender de cómo sacar más rendimiento, mejor partido. Todo lo que sea aprender más. (Programa Ocio alternativo)*

Sin perder de vista que el profesional o los profesionales transformados en community manager, aparte de su conocimiento en redes, lo que desarrollan es una tarea dentro de un programa de prevención que es lo que da valor a esa función. Son los propios profesionales que son los que pueden dar respuesta y ajustar contenidos.

*ha habido ya un consumo aquí de pastillas, un chico que las trajo de fuera y tal, pero es bueno, tienes que mencionarlo a la gente para que haya una interacción, sobre todo hay que responder. (Profesional de prevención indicada)*

26

Otra dificultad con la que se encuentran los programas a la hora de manejar las redes sociales son los medios técnicos, desde los medios más “físicos”, como pueden ser smartphones, tablets, cámaras a los vinculados a la conectividad como tarifas de datos, disposición de banda ancha para cargar contenidos audiovisuales.

*Móvil de aquí no, tenemos los nuestros, cámara sí, de fotos sí que nos (Programa Ocio alternativo)*

*Whatsapp igual, porque teníamos tarjeta de móvil, pero no teníamos teléfono, entonces tuvimos un teléfono donde teníamos acceso a Internet, porque el móvil que tenemos no teníamos acceso a redes sociales, al igual que la otra solo la podemos tener cuando estamos en un sitio con... (p. prevención indicada)*

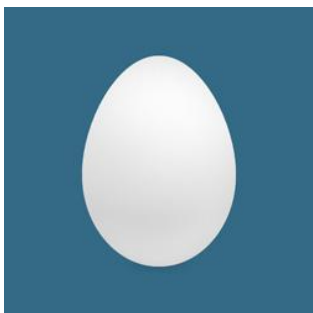
Las dificultades de dotación hacen que se puedan perder oportunidades de presencia en determinadas redes.

*Y luego hay redes sociales a las que no podemos acceder porque no tenemos medios, por ejemplo Instagram, en Instagram hay chicos que no tienen Facebook, ni Twiter, ni Tuenti y están ahí, no podemos acceder, pues hay un sector de la población juvenil que se nos está escapando. ... (p. prevención indicada)*

La percepción de los y las profesionales en torno también al uso de redes es que ha transformado su propio trabajo en cuanto a educación de calle. Permite detectar y contactar de manera mucho más eficiente.

*Y es verdad que es más espontánea la relación, todo esto de defiende al educador que está ahí, está presente para cuando lo necesites, en fin, el tema de la comunicación. Básicamente lo que supone, lo que supuso la educación de calle de hasta hace 15 años o 10, ahora mismo existe en las redes, todo lo que impacta en un parque, la gente, el tipo de relación que tiene, una actividad o si te cuentan un libro del que están hablando, pues sale igual sea calle o no. Entonces no es lo mismo en una clase la relación que se establece y la forma de comunicarse y las cosas que se cuentan (profesional de prevención)*

*Es que la intervención directa está muy vinculada a eso, hoy en día y los jóvenes se comunican así, si quieres estar con los jóvenes no puedes estar en la calle ahí dando vueltas... (profesional prevención selectiva)*



## La foto del perfil: El perfil institucional, de entidad, de programa, de actividad.

28

La red como herramienta educativa no es una herramienta institucional, la espontaneidad en la incorporación de la misma a los programas, ha supuesto problemas a la hora de su encaje con el uso de redes que hacen instituciones y entidades.

Domingo Comas plantea un debate proveniente del marketing que se ajusta perfectamente al debate que se plantea desde lo social: *existen dos formas de utilización de las TIC como medio de difusión de mensajes la primera más jerárquica, supone garantizar una audiencia escasa, controlar los contenidos pero limitar la eficiencia. La segunda, más horizontal y participativa, supone dejar que el azar gobierne tanto los contenidos como la audiencia, con una amplia horquilla de mínimos y máximos permitidos, de tal manera que el escaso control posibilite una diseminación óptima de los mensajes. (D. Comas Arnau 2012<sup>19</sup>*

*Querrán los beneficios de con cuántos seguidores se cuenta, qué repercusión, pero claro los perjuicios de que un día se diga no sé qué, porque es muy fácil cagarla.(profesional programa prevención)*

De la dinámica que se genere en esa relación depende, como hemos señalado, el tipo de perfil que tenga el programa en redes. La demanda de autonomía está presente y se encuentra con las dificultades de las demandas institucionales, en cuanto a supervisión de contenidos.

*A lo más que llegamos es a que aparezca el logo del financiador y en algunos casos ni eso, porque si los técnicos municipales, como nos pasó en un municipio, no se ha hablado, ahí está hasta que salga algo que sea problemático y entonces se pondrá sobre la mesa, pero ya te digo que en ese caso el Facebook del Ayuntamiento nos*

<sup>19</sup> en Perez Gómez , L (ccord.)

*recorta todo lo que sale. Tienen constancia y podrían hacerlo en cualquier momento.*

*En el caso de otro municipio no aparecía el logo, con lo cual teníamos cierta independencia, vamos una herramienta interna del servicio, cuanto más lo enfoques a una herramienta interna del servicio, menos difusión y visibilización del trabajo, menos difusión en las redes sociales y más libertad tienes para trabajar con ellos. (...) para mí la información no es peligrosa sino lo contrario y creo que eso es una premisa básica si quieres trabajar en las redes sociales, porque si estás en 2.0 estás en 2.0, no puedes estar un poquito en 2.0 (profesional en prevención)*

Autonomía es lo que requieren las redes porque además de lo planificado hay que tener agilidad. Los profesionales detectan conductas, detectan tendencias y pueden aprovechar con mayor agilidad tendencias, posicionarse, mantener la red ágil, colgar contenidos que enganchen a sus seguidoras y seguidores. Porque su objetivo es doble, la difusión pero también la relación. Y la relación no es posible desde la institucional.

*En ocasiones nuestra propia intervención va por delante del ritmo de los departamentos de comunicación, nosotros con las redes sociales, al ser una herramienta de intervención, con los chavales necesitamos la inmediatez y ahí hemos encontrado una especie de equilibrio que es esperar que te publique el contenido la página web de la entidad, para redirigirlo y que también tengamos visita en la propia web de la entidad (profesional de prevención)*

*Si tu institucionalizas una red informática, el problema es ese, yo si soy educador un red es una herramienta de trabajo, si yo estoy en entidad/institución es una herramienta potente de difusión, de posicionamiento de la marca y de la imagen, en un momento dado eso es incompatible....¿Qué pasa?, que muchas de las cosas que pasan a nivel de relación chicos, chicas, educadores escapan a lo que es la dinámica del (.), no tiene nada que ver, no buscan más que generar vínculos, estar presentes, tener capacidad de reacción rápida, consejos, tal, vamos una cosa que..., no es que sean incompatibles, es que son objetivos completamente diferenciados, (profesional de prevención)*

La agilidad que requiere la interacción en redes puede verse dificultada por los procesos de las propias entidades o la articulación con las administraciones.

*Pero que también necesitamos agilidad ahora mismo. Tenemos chicos que se nos van el jueves, con el tema de convivencia, dale difusión a eso y es que otras entidades ya lo han dicho (profesional de prevención)*

Por otra parte está el otro extremo la excesiva individualización de la Red. Este debate sitúa la intervención en un punto anterior superado en muchos programas gracias a ser uno de los aspectos más reseñados en las conclusiones de sus evaluaciones. Necesidad de procedimentar para clarificar funciones y facilitar la continuidad de la actuación cuando el profesional desaparezca. ¿Procedimentar los tuits? No todos los tuits pero si el proceso, el perfil y las claves de los perfiles.

*De dictar una directrices para todas las personas que utilizan las redes sociales y bajo esas directrices que tengas libertad para intervenir, pero que estén con unos patrones, eso es muy fácil. Nosotros nos autocensuramos y proponemos nuestras propias reglas de funcionamiento, está claro que no vamos a poner ninguna barbaridad. (profesional de prevención)*

30

Porque hay que diferenciarse de las actividades de las entidades y financiadores. Lo reciente del fenómeno, lo cambiante, hace que se hayan creado figuras profesionales específicas, que son los community managers. Pero una cosa es la incorporación en empresas, entidades e instituciones y otra muy distinta en los proyectos, donde la parte de intervención e información ha de ser central.

*Ahora mismo en redes sociales es como si se hubiera agitado un vaso con aceite y estamos en ese impas de mezcla de agua, hasta que se ponga todo en su sitio creo que es así, es tanta la cantidad de información que se genera que ni los propios medios que generan la información tampoco saben cómo esto. El medio me llamaba por una historia, ¿pero esto cómo ha salido ya aquí?, o sea, ahora mismo la mano izquierda no sabe lo que hace la mano derecha porque hay tanto volumen. Una empresa un poco grande, claro es muy difícil gestionar toda esa información y hacerlo bien. (profesional de prevención)*

Desde el lado institucional los planes de drogodependencias cuentan con blog o perfiles institucionales, siendo su presencia en redes a través de programas, normalmente los de ocio alternativo. La articulación entre el uso de ambas redes plantea también ciertas dificultades.

*En líneas generales es una herramienta de comunicación, pretendiendo un 2.0, que normalmente se quedan en 1.0, primero porque hace falta una persona que inicie todo ello y anime a la gente a participar y segundo por lo que he dicho del tema del miedo que pueden tener las instituciones, que se relacione su imagen si está ahí, identificada*

*su imagen (.) los perfiles que se utilizan al mensaje que se pueda lanzar.(profesional de prevención)*

En el citado artículo Domingo Comas expone la dificultad que para los profesionales supone que se “cuelen” en las redes mensajes inadecuados o no aceptables para instituciones. Al propiciar modelos preventivos participativos este riesgo está presente.

*Entonces sí que hay un canal de difusión por parte de chicos y chicas, han hecho los trabajos, los difunden, los que les interesan, aunque ese producto llega a más gente y a cuanta más gente llega más gente pueden votar y esa gente que te vote no quiere decir que lo vean pero se le da visibilidad. Como tienes el poder sobre los contenidos, por exclusividad, que en el caso de (.) es complejo porque mucho material concibe ideas que no se pueden filtrar, o sea, directamente que estén colgados es un problema(profesional de prevención)*

31

La solución sólo puede venir de la dialéctica y la estructuración. La elaboración de un marco de consenso base que diferencie los usos y contenidos de redes entre lo institucional, lo de entidad y el propio del programa. Y sirva de orientación a la hora de proceder a la publicación de los contenidos dependiendo de su naturaleza.

*Persona también encargada de dictar una directrices para todas las personas que utilizan las redes sociales y bajo esas directrices que tengas libertad para intervenir, pero que estén con unos patrones, eso es muy fácil (profesional prevención indicada)*

*Yo creo que falta un debate y falta formación, serían las dos cosas, porque los educadores estamos a años luz, o sea, y a nivel de sociedad sí nos interesa marcar esas líneas, que se podrían dar junto con la formación, o sea, establecer un marco para utilización de las redes sociales, que no estuviera tan encadenado a la institucional y sobre todo que la gente viera todas las posibilidades que tiene (profesional de prevención)*

+ Añadir a    < Compartir    ... Más

## La invisibilidad del tweet

👍 6    🗨️ 0

No se trata de excluir a administraciones o entidades porque sus referencias en redes también sirven para dar visibilidad al trabajo a las actividades entre sus propias redes y aumentar la visibilidad de las mismas y establecer sinergias.

No pasa nada si un mismo mensaje se difunde desde dos fuentes con dos lenguajes distintos, porque se dirige a públicos diferentes. Lo peor que puede pasar es que llegue dos veces.

*Hay como 2 usos. Por una parte está el uso que hacen de los proyectos de las redes a su nivel de: contactar con sus chavales, hablar y tal, más interactuar con ellos. Y otra parte sería: la que a mí me interesa realmente, la de difundir esas actividades a un nivel mayor, para que la gente sepa que nosotros hacemos eso. Para que la gente sepa nuestras capacidades, los proyectos que hacemos, y que eso nos da valor, que repercuta en la actividad, no sólo en la marca.(comunicación)*

*Le decimos, nos podéis compartir esto, pues hay una temporada que nos comparten todo, luego se les olvida y otra vez tenemos que llamar para que nos compartan, por favor es importante que llegue a más gente, sino el trabajo se queda en nada.  
(Programa Ocio alternativo)*

Lo que no podemos perder de vista es que se quiere visibilizar nuestros contenidos con un público concreto que es nuestra población diana

*Pero yo creo que el problema también es que como sólo soy yo organizadora, administradora, pues sólo la gente que tengo como amistades, o sea, hemos puestos carteles de visítanos en Facebook, pero es muy difícil, hay poquitos, 20 personas han visitado la página sin ser amigos míos de antes. Entonces sí que nos viene bien cuando se comparte desde el Ayuntamiento, que no es siempre, de hecho tenemos que estar pidiéndoles por favor compartir y sí que se nota cuando se comparte desde el Ayuntamiento, un montón de visitas<sup>9</sup> y la gente sabe lo que se hace, pero si no nos ignoran y nos dejan ahí a mí sola con ciento y pico amigos que tengo, no doy abasto para que se retroalimente lo que es una red. (Programa Ocio alternativo)*



Esto hace que más allá de los contenidos preventivos ayude difundir otro tipo de contenidos que sean de su interés, desde convocatorias de otra índole hasta contenidos culturales que puedan interesarles.

*El otro día encontré un material del consumo, bueno también lo compartes, los festivales (.), claro es una información.(profesional prevención indicada)*

Pero la difusión de actividades tiene otro efecto, más allá de la población diana, y es el impacto que puede producirse sobre las instituciones u organismos a un triple nivel: por un lado sirve para que conozcan más que es lo que se hace, por otro para que visualicen nuestro “impacto”, pero también para establecer sinergias.

*Lo que queremos con todo esto es la visibilidad, es que tenemos un trabajo muy visible y eso es también publicidad. Es otro tipo de jugada, que en el momento que haces una actividad..., es más que es lo que les decimos a nuestros financiadores, colaboradores, nos donan materiales (.) a través de redes sociales de su colaboración, su participación,(programa prevención indicada)*

*El Consejo de Juventud de España se puso en contacto con..., buscaba gente que hiciera prevención y pensó en nosotros, hay una gente que trabaja y que cobra y nos quería tener en esa jornada y todo eso es porque hay una interlocución a través de las redes sociales (.),(programa prevención indicada)*

La actividad en redes tiene otro aspecto añadido a la visualización de los contenidos y es la visibilización del propio trabajo en las redes como elemento propio de los programas.

En ocasiones la presencia en redes viene dictada en la propia naturaleza del programa.

*Nos lo sugirieron ellos de hecho, podríais hacer un Facebook que la gente lo ve mucho, un Twiter y ya, tampoco se tarda mucho en hacer una página. (Programa Ocio alternativo)*

*Sí, de hecho es una de las exigencias de la licitación, que exista todo esto, (Programa Ocio alternativo)*

Pero en los casos en los que el programa ha incorporado la actividad en red como adaptación a la población o mejora del mismo, la visibilización de esta actividad no se ha incorporado a la formulación o a los resultados del mismo.

*Pues creo que no, la primera memoria del primer trimestre creo que no se recogió ese trabajo.(programa ocio alternativo*

- ¿TODO LO QUE HACÉIS EN REDES SE RECOGE EN LA MEMORIA DEL PROGRAMA.?

- *En algunas cosas.(profesional de prevención indicada)*

34

Volcar el trabajo en redes es importante primero porque supone un volumen real de carga de trabajo diaria, no sólo interaccionar, también crear contenidos, buscar contenidos y detectar tendencias o actitudes.

*cuando nuestros chavales cuelgan vídeos de ellos, bueno cuando los comparten, les da a me gusta, tienes una interacción con ellos, jolín este tío está ahí, si la tienes para publicar de vez en cuando, claro que es tiempo, (profesional de prevención)*

Como muestra podemos utilizar los datos de alguno de los programas que hemos entrevistado para el año 2013, desarrollados por la Fundación Atenea. En el caso de Antena de Riesgos en Albacete en 2013, se habían contactado 297 a través de los perfiles de Tuenti y Facebook, con 2345 visitas a los diferentes perfiles del programa. En el caso de Antena de Riesgos Mérida, que contaba en ese momento con perfil en Tuenti, 146 personas contactadas y 586 visitas al perfil. El perfil de Twitter de este último programa cuenta actualmente con 269 seguidores y seguidoras y ha publicado 2765 tweets.

Para que el perfil funcione es necesario que las personas seguidoras vean actividad y se interaccione con ellos. La incorporación del uso de redes como actividad en los proyectos debe asumirse como una función más y debe plasmarse en la planificación de los proyectos, para que se visualice y para que se asuma como propia por las y los profesionales.

*y yo ya el tema de por ejemplo Facebook y Tuenti me lo tomo como una rutina pero que no me lleve tampoco demasiado tiempo, (profesional de prevención selectiva)*

*Es que lo de las redes sociales depende tanto de las personas, porque no hay nadie que haya dicho “tú tienes esta función”, tú la adoptas si quieres, porque sabes que es bueno para tu proyecto, y si te molan las redes sociales las pones en marcha y las articulas. (profesional de prevención)*

La asunción como parte de las funciones del equipo ayuda a que no se visibilice como sobrecarga y a que se asuma de manera conjunta por el equipo.

*Sí, llevo 3 horas a trabajar una tarde y al haber talleres no me da tiempo a estar subiendo fotos, a veces sí, termino un taller y 10 minutos antes de irme subo, hoy hemos hecho esto, pero hay muchas veces que lo terminas en casa, (Programa Ocio alternativo)*

Y además si no se visibiliza esa labor difícilmente se podrá fundamentar la necesidad de los medios técnicos pertinentes para realizarla.



## El contenido

El primer paso señalado por todo manual de Community manager es instaurar una estrategia. Una vez decidida la incorporación del programa a la red, la red social (o redes) en las que se va a tener presencia, el equipo que va a manejar los perfiles, y las reglas básicas de funcionamiento e interacción con entidades e instituciones, queda por definir que uso queremos darle a esa presencia en redes.

*Definir qué uso se va hacer de las redes, para que todo el mundo tenga todo y establecer esa premisa de decir, bueno esto va, esto es, bueno, no sé, posibilidades, como “vamos a usar esta súper máquina que es la leche”, pero claro si vamos a usar está máquina tenemos que hacer un curso de prevención de riesgos laborales, que no vas a poner a la gente a usar la máquina sin esa formación que es necesaria y que se podría aprovechar como una forma de establecer (profesional de prevención)*

Los usos más frecuentes son: difusión de información, medio de contacto con población y difusión de materiales preventivos. Entonces Twitter, Tuenti, Facebook serán nuestros aliados. Si vamos a desarrollar actividades que generen contenidos audiovisuales, tendremos que tener en cuenta las redes que sirven para la visualización de estos, desde Youtube, Vimeo, o si es material sonoro, por ejemplo podcast<sup>20</sup>, Ivoox o Souncloud. Si exclusivamente queremos difundir mensajes a un grupo de una actividad concreta quizás con instalar Whatssap nos sea suficiente.

Los manuales de community manager no aconsejan el manejo de más de tres redes simultáneas. Y hay que tener en cuenta que hay posibilidades de vincular perfiles de tal manera que lo que publiquemos en Twitter, pueda reflejarse en Facebook.

*Tengo juntas las dos cuentas de Twiter, lo tengo vinculado a Facebook porque cuando publico en Twiter, Face en eventos y demás, pues que sale todo más directo.(P. prevención indicada)*

<sup>20</sup> Programa o archivo de audio que se pone a disposición del oyente a través de internet con o sin opción de descarga.

Estas opciones permiten agilizar el volumen de trabajo, pero hay que tener en cuenta que cada Red tiene sus propias características, por ejemplo Twitter tiene una limitación de caracteres , que hace que los mensajes tengan que ser más cortos y el uso de vínculos a los contenidos sea más frecuente. Sus contenidos han de adaptarse a la red elegida.

*En Tuenti colgué un vídeo, en Facebook colgué un concurso de grafiti que ha hecho la Cruz Roja ahora, y en Tuenti un video para oferta de interpretación; por eso que los vídeos, las fotografías, son mucho más..., son muy visuales, y es lo que todos, incluso yo, yo raras vez me leo un artículo que me llega por Facebook, también lo uso poquito, pero sí puedo ver algún vídeo.(profesional de prevención selectiva)*

*El Facebook lo tienen chavales menos jóvenes, lo tienen ya chavales a partir de 17, 18, tal, pero es más práctico a la hora de poner texto por ejemplo, el Tuenti, mi experiencia personal es de otro modo, el Tuenti es muy visual, muy muy visual y muy inmediato, el SnackChat ni lo conozco, y el Instagram es súper inmediato también, entonces...(profesional de prevención selectiva)*

Dentro de esta estrategia debemos señalar contenidos que queramos trabajar en nuestra presencia en redes, sin prejuicio de ir añadiendo temáticas en función de necesidades que vayamos detectando. El hecho de tener unas prioridades temáticas facilita que el equipo las conozca y pueda detectar contenidos vinculados que sean vinculables, generando publicaciones.

*Que es también darle contenido a las redes sociales, más llenarlo de contenido, no que no lleguen a nada sino darle un contenido,(profesional de prevención indicada)*

Por otra parte, y siendo realistas con el tiempo disponible, debemos marcar unos objetivos de publicación y seguimiento de la red, que nos sirva de guía para tener referente de seguimiento de cumplimientos de objetivos. Por ejemplo si hemos elegido Twitter, cuál es la periodicidad con que vamos a realizar publicaciones y a realizar seguimiento del perfil. No sólo como instrumento de seguimiento también para establecer límites al uso de las tecnologías que pueden llevar a un sentimiento de sobrecarga.

*(sobre la instalación de Whatsapp en el pc) Está bien porque no te llevas el curro a casa, si no estarías todo el reato con el WhatsApp y esto queda aquí un poco aislado, no te lo llevas a ningún sitio, lo utilizas cuando lo tienes que usar, me parece bastante bien. (Programa Ocio alternativo)*

*Ahí también hay un problema de límites, es mucho más difícil establecer cuándo estás o no disponible, yo prefiero que no se den los teléfonos personales y es complicado, porque entonces el límite ya..., pero es verdad que ha habido situaciones excepcionales en donde se ha hecho, pero oye... y en situación crítica estás ahí.(profesional de prevención)*

38

Así como objetivos en cuanto al impacto esperado. ¿Cómo programa con quién queremos contactar en la Red? ¿Queremos que el programa tenga 3000 personas seguidoras en Twitter?

*Tengo doscientos y pico, pero que es poco, qué poco seguidores, claro, pero son chicos de esta localidad, que no es de otras localidades, pero si no Twitter y Facebook muy local porque a mí lo que me interesa es la actividad local, para ayudas y demás, pues luego también.(...) los seguidores para mí son muchos pues tienes que atenderlos, no tienes 3.000 que no mencionas o que nunca conoces, mi lista los conozco personalmente de haber hablado con ellos*

La finalidad de tener una estrategia con una primera aproximación a objetivos hace que se tenga un referente a la hora de evaluar nuestra presencia en redes. Si las y los profesionales no tienen incorporado esta tarea entre sus funciones y no poseen una estrategia, tienden a desmotivarse si los resultados no son los esperados.

*Pero luego, al no tener una respuesta, al no ser consciente de la repercusión que está teniendo eso, pues la verdad es que por cuestión de ser de prácticos y eficientes prefiero dedicarle menos tiempo a eso y más a otras cosas, más por ejemplo al contacto directo.(profesional intervención indicada)*

Para evitar esta sensación hay que incorporar el seguimiento de nuestra presencia en redes. En cuales estamos consiguiendo mayor impacto, bien en el número de personas seguidoras, en interacciones, visualizaciones, retuits..y en cuáles no. Pero

también que tipo de contenidos tienen mayor aceptación. En este aspecto además los programas cuentan con una ventaja, no necesitan ningún estudio de marketing, ya que tienen contacto directo con la población. Si no tiene el resultado esperado pregúnteles.

*Pues que a Twiter no hace falta que te pidan amistad, a la gente le cuesta menos llegar y con Facebook sí que hay eso. yo veo Facebook como más lento, más inmediato Twiter y por eso tal vez, de hecho hoy he visto que había unos chavales y han estado visitando. (Programa Ocio alternativo)*

39

Una de las actuaciones que suele funcionar es intercalar información de contenidos que puedan interesar a la población a la que se dirigen. Por ejemplo si se realizan actividades vinculadas al ocio, difundir eventos culturales dirigidos a ese sector de población. Vincular la información de sustancias a fenómenos que se detecten o salgan en medios. Transmitir contenidos vinculados a factores de protección y valores positivos, por ejemplo, a través de vínculos con páginas audiovisuales.

*El otro día encontré un material del consumo, bueno también lo compartes, los festivales (.), claro es una información.(profesional prevención indicada)  
Es un prestigio social que los chicos vean que te sigue a lo mejor Inder, el campeón de Red Bull, pues.(profesional prevención indicada)*

Aprovechar al máximo el potencial de la población diana como creadora de contenidos. Las y los seguidores son población diana y tienen un nivel conocimiento alto de las redes. Si señalamos que su participación en los programas y la elaboración de materiales preventivos es una de las claves de la eficacia de los programas de prevención, lo será más si cabe en el éxito en las redes sociales.

Los jóvenes crean contenidos a través de la realización de actividades que pueden ir desde salidas hasta el caso de los concursos de Instagram, Youtube...Tienen un papel protagonista que a la vez contribuye a tener mayor impacto y a dotar de contenidos las redes.

*Además a medida que hacemos una actividad, los chavales se incorporan, con lo cual van incrementando el número de seguidores, vendrán, se irán, pero hay una gente que continúa y que se tiene de referencia. Claro tener cosas donde apoyarte, cuando hablas de un tema en concreto si hay material hecho por los propios chavales, hablas de ese alternativo y mira, es que se está haciendo*

*esto, esto y esto, lo acompañas de fotos, de vídeos, de tal, es lo que da valor a una red social.*

*También ir orientándose paulatinamente para que los jóvenes sean fuertes de mensajes, emisores en todo el proceso de la comunicación, es importante y si eso tiene una visibilidad fuerte también, así que chicos y chicas tienen un espacio donde ponen sus cosas y es un escaparate al resto, a su vecina o vecino, pues es interesante en el trabajo educativo también.*

Las redes muestran el perfil social de nuestra población por tanto mostrar la participación de esta en las actividades es un punto que juega a nuestro favor. Hacer el seguimiento de los talleres, incorporar material gráfico sobre su realización, mostrar los resultados... suele tener un resultado positivo y ayuda a la difusión de las mismas en cuanto a retuits, favoritos, compartir contenidos...

- *FACEBOOK Y TWITER, QUÉ TIPO DE CONTENIDOS COLGÁIS.*
  - *Es bastante centrado en la actividad, se suben carteles, el boletín para que la gente sepa horarios y que sepan que estamos y después fotos de procesos de clases, de fiestas, que eso les mola, verse bailando y esas cosas.*
  - *PORQUE COMPARTEN.*
- Claro. (Programa Ocio alternativo)*

Las redes sociales están para mostrar lo que haces, y ese es el uso que le dan las personas jóvenes cuando las utilizan, proyectar su imagen. Los programas no hacen nada nuevo mostrando imágenes de su participación, pero no podemos dejar de reseñar que en ocasiones nuestros participantes son menores de edad, por tanto debemos de contar con las autorizaciones pertinentes o ajustar el público que puede visualizar este contenidos. Aspecto del que son sobradamente conscientes los y las profesionales.

*Y ahora ya te parece algo para los chavales (.), una de las opciones de aprovechar las redes sociales y le pregunté a Víctor, pues vale, más allá de tener la posición, pues la posibilidad de tener tu propia foto para incluirla en la exposición virtual, que pueda hacer todo el mundo, que no tengas que tener un correo (.), vale (.) la idea es inmediatez, participación y visibilidad, para el financiador hemos hecho una exposición itinerante y una exposición virtual y los chicos han participado, exposición, taller, reflexión y su propia foto. Parecía*



*una actividad súper chula y era complicado. O sea, que todo lo que hay ahí no se sabe, no es un software, no pones tú las reglas, las lleva la gente a un software o a otro, que implica una cesión de imágenes, de... o, igual que una exposición, pero. (profesional de prevención)*

*Entonces el tema de imágenes y eso, sí, hay que cubrirse las espaldas por cesión de imagen y sale, el Facebook no funciona sin imágenes, el Instagram no te digo ya, la gente te manda fotos, no sale nada de hablar, de escribir, ni de nada, entonces el tema de menores es complicado porque estás ahí expuesto.(profesional prevención indicada)*

41

Otra forma de participación de la población diana es incluirles en el manejo de las redes sociales. Es una oportunidad de hacerles partícipes del programa y tiene sus beneficios porque conocen los códigos y el lenguaje de las redes.

*Son gente de confianza y luego hay un control, un control sobre lo que hacen y el trabajo creo que está diferenciado, el que genera contenidos y el que mantiene actualizado, (.) sube esto y acuérdate de recordar esto o haz esto otro. O decisiones que también se toman con ellos (.) y ellos se encargan de trasladar, no funcionan como individuales, se les asigna un papel, pero sí que nos gustaba identificarlo como una evolución de los que ellos perciben también, pues los carteles, la filosofía.(profesional de programa de ocio)*

*Buscaran profesores entre los chicos y decirles, vamos a dar un cursillo y os vamos a dar un formato, porque al final es lo que les mola, claro, es que me van a dar un cursillo de 3 horas, tienes que prepararte, cómo me lo vas a contar, qué puedes hacer para que me resulte más, sabes, parece una actividad súper chula y está ahí en un cajón a ver qué pasa. (.) pasar el tiempo delante de un ordenador y que (.) (profesional de prevención)*

## TT: Conclusiones

La incorporación de las redes dentro de los programas de prevención se ha producido desde la inquietud de los y las profesionales por adaptarse a la población diana, sobre todo a raíz de la masiva incorporación de esta a la red Tuiteer. Posteriormente se han ido incorporando el uso de otras redes. La incorporación no se ha producido dentro de una sistematización de ésta dentro de la planificación del programa, excepto en los casos de programas recientes en los que si se contempla el uso de redes dentro de los requisitos del programa. A continuación se destacan los principales aspectos que caracterizan el uso de redes desde los programas de prevención:

### #Uso generalizado de redes como elemento socializador y como plataforma de búsqueda de la información

Las relaciones sociales hoy pasan por las redes, desde muy temprana edad, existiendo un continuo de identidad entre lo offline y lo online, al mismo tiempo que la Red se configura como proveedora de información sobre todos los temas. La necesidad de estar presentes en ese entorno es una estrategia de adaptación a la población diana.

### #Necesidad de incorporación de las redes

Los programas de intervención deben incorporar el uso de redes para adaptarse a la población, detectar necesidades y difundir contenidos y actividades, en un contexto donde todo lo que no está en la Red no existe.

### #Necesidad de dotación de medios

Los medios técnicos son básicos a la hora de plantear una incorporación a redes, y han de adaptarse a las plataformas a utilizar, desde Smartphone a banda ancha.

### #Necesidad de establecer pautas básicas en la incorporación

Decidir a priori las redes en la que se quiere tener presencia, las personas vinculadas en los proyectos, la incorporación del uso de redes a sus funciones facilitará la incorporación de las redes en los programas.

### #Diferenciar perfil de programa de perfil de entidad/institución

El uso de redes desde los programas de intervención ha de estar enfocada a la población diana, sin perjuicio de tener impacto fuera de esta. Es fundamental estructurar el perfil de las mismas de manera diferenciada de perfiles de instituciones y entidades, sin perjuicio de que se deban establecer sinergias con los mismos. Facilita el uso de redes el establecimiento de una base sobre uso de redes con las instituciones y entidades vinculadas al programa.

### #Formación general

Los profesionales del sector necesitan formación sobre redes para optimizar su trabajo en las mismas y formar equipos que gestionen los diferentes perfiles.

### #Estrategia del programa en las redes

Un guión previo sobre la finalidad de las redes dentro del programa, periodicidad y contenidos centrales facilitará el uso de los diferentes perfiles en cada red, los contenidos a tratar y la localización de materiales a difundir.

### #Incorporación de gestión de redes dentro de funciones profesionales

Visibilizará la carga de trabajo que conlleva la gestión de las redes y la división de tareas de las personas del equipo en la Red

### #Valorizar el trabajo visibilizándolo a través de su recogida en memorias

La recogida de información básica sobre la presencia en redes (perfiles, contenidos publicados, seguidores) permite visibilizar el trabajo que se desarrolla de cara a las instituciones y entidades financiadoras así como los medios que se necesitan.

### #Incorporación de las potencialidades de la población a las redes

La población diana marca las pautas de utilización de redes en cuanto a red elegida, temática abordada y contenidos. Existe un enorme potencial de trabajo con esta población haciéndola participe en el uso de redes del programa, mediante proveedoras de contenido, incorporación de población a la gestión de la propia red e incluso formación de las y los profesionales en el uso de nuevas redes.

## Incorporación uso de red en un programa de prevención

### @Usuario

- Establece un equipo de trabajo para gestionar las redes en el equipo
- Incorpora las redes en las funciones del equipo

### Perfil

Establece unas bases de uso con instituciones y/o entidades vinculadas al programa

Genera interacciones desde el perfil con los usuarios de instituciones y/o programas relacionados

44

**Interacciones:** Valoriza el trabajo en red: Vuelca la actividad en las memorias y en la planificación del proyecto

### Contenido:

Establece una estrategia en la red

Adecua los contenidos a la red social elegida

Establece unos objetivos en cuanto a ritmo de publicaciones y seguimiento

Analiza cuales de los contenidos provocan más interacciones o respuestas (o menos)

Publica contenidos de interés para la población diana y de actualidad en cuanto a sustancias

### Personas que puedes conocer:

- Tenlas en cuenta a la hora de elegir red y diseñar contenidos
- Interacciona con ellas
- Publica contenidos relacionados con sus necesidades y gustos
- Analiza su actividad en la red para detectar necesidades
- Se realista en cuanto a las dimensiones de tu actividad
- Fomenta mecanismos para hacerles partícipes de la actividad del perfil
- Relaciónate con otras entidades y programas del territorio

## Bibliografía

Alfredo Diaz, H; Cuesta Cambra, U: *La Comunicación de las Organizaciones no Lucrativas del ámbito de la Salud en España: aproximaciones a una matriz de análisis*  
**Historia y Comunicación Social Vol. 19.** 2014

Beneit Montesinos, J.V; Carabantes Alarcón, D; García Carrión, C:  
**Drogodependencias e Internet: Utilidades prácticas y guía de valoración de recursos web en español sobre drogodependencias.** Agencia Antidroga. Consejería de Madrid.2003

Comas Arnau, D: *La sociedad española y el proceso de digitalización: ¿Por qué tratamos de confundir a los/as adolescentes.* En **Adolescentes digitales.** Revista Estudios de Juventud Nº 92. INJUVE 2011

Fernández Rodríguez, A; Maravall Yaguez, J; Martín Gómez, M; Menéndez de Blas, O: **La creación audiovisual como estrategia de prevención de drogodependencias. Guía para trabajar con jóvenes.** Concejalía Juventud Ayuntamiento Oviedo. 2014

García del Castillo,J.A; Gásquez, M; García del Castillo, A, *Importancia de la credibilidad de las fuentes mediáticas en materia de drogas” en Miguel Hernandez*  
**Communication Journal. Nº2.** 2011

García Jiménez, A; Beltrán Orene; Ps y Pérez Pais, C: *Uso y consumo de redes sociales e Internet entre los adolescentes españoles. Características y prácticas de riesgo: Revisión bibliográfica en* **Documentación de las Ciencias de la Información** 2012, vol.35

IAB VI Estudio de Redes Sociales de IAB Spain. IAB. Enero 2015

Ministerio del Interior. **Encuesta sobre hábitos de uso y seguridad de internet de menores y jóvenes en España.** 2014

Observatorio europeo de las Drogas y las Toxicomanías: **Informe Europeo sobre Drogas: Tendencias y novedades.** EMCDDA. 2015

Pérez Gómez, L; Nuez Vicente, C; Del pozo Iribarria, J **Tecnologías de la comunicación, jóvenes y promoción de la salud.** Gobierno de la Rioja. Consejería de Salud y Servicios Sociales. 2012

Prensky, M. *Nativos digitales, Inmigrantes digitales* en **On the Horizon** MCB University Press, Vol. 9 No. 6, 2001

Reig, D; Vílchez, L.F: **Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas.** Fundación Telefónica 2013

Rissoan, R: **Redes sociales: Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación.** Colección Objetivo: Red. Ediciones ENI. 2015.

Rodríguez Fernández, Óscar. **Curso de Community Manager.** Ediciones Anaya. 2015

Rodríguez San Juan, E; Megias Quirós, I: **Jóvenes y comunicación: la impronta de lo virtual.** FAD 2013

Rubio Gil, Á (coord.) *Juventud y nuevos medios de comunicación* **Revista Estudios de Juventud nº88.** INJUVE 2010

Rodríguez San Juan, E; Megias Quirós, I; Méndez Hevia, T: **Consumo televisivo, series e Internet Un estudio sobre la población adolescente de Madrid.** FAD. 2012

SENDÍN GUTIÉRREZ, JC; GAONA PISONERO, C; y GARCÍA JIMÉNEZ, A.: “*Nuevos medios: usos comunicativos de los adolescentes. Perspectivas desde los nativos digitales*”. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**. Vol. 20, Núm. 1 (enero/junio), Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. 2014

VV.AA **Jóvenes, drogas y comunicación. Observatorio de Drogodependencias de Castilla La Mancha. Nº10**. FISCAM. 2010



# Fundación Atenea

Con la financiación de:

 MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS