



## Destacados expertos analizan la creciente influencia de las redes sociales

### Descripción

Las redes sociales han potenciado la información y el entretenimiento; han alimentado la conversación pública; y han transformado el marketing político. Estas son las principales conclusiones que han expuesto **Beatriz Arias**, directora de Alianzas Estratégicas en Twitter España; **Elena Pozuelo**, broadcaster partner manager en Google Spain e **Isaac Marcet**, fundador y CEO de PlayGround, en un debate sobre el papel de las redes sociales celebrado en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

Se trataba de una nueva sesión del ciclo [Panorama general de los medios de comunicación](#), organizado por el Consejo Social de UNIR, y codirigido por **Javier Moreno**, exdirector de [El País](#); y **Andrés Cardó**, economista y consultor estratégico.

Beatriz Arias: “Las redes sociales han cambiado y optimizado las rutinas periodísticas: permite al periodista contactar, en tiempo real, con las fuentes o viralizar los contenidos”



Nuevarevista.net

Andrés Cardó.

**Cardó** introdujo el tema, con algunos datos del impacto social y económico de las grandes plataformas. Así, indicó que con 2.291 millones de usuarios activos, YouTube ocupa la segunda posición entre medios sociales más usados en el mundo; el 84% de las empresas B2B utilizan Twitter como herramienta de marketing digital; y se espera para 2022 que **la inversión global en publicidad digital ascienda a 524.000 millones de dólares**.

A lo largo del debate, **Javier Moreno**, por su parte, destacó que “las redes sociales y la telefonía móvil son los dos elementos de la modernidad, cuya conjunción define nuestra era”, cuestión que analizaron los ponentes.

Nuevarevista.net

Nuevarevista.net



Javier Moreno.

## TWITTER, EL SOFÁ MÁS GRANDE DEL MUNDO

**Beatriz Arias**, subrayó la relevancia de Twitter, al indicar que es la plataforma que **refleja “lo que está pasando y de lo que la gente está hablando”**. Cuenta con 229 millones de usuarios monetizables; el 69% de los usuarios activos la toman como referencia para estar informados, y el 68% la usa para seguir acontecimientos en tiempo real.

*Nuevarevista.net*

SIDAD

ET

[Nuevarevista.net](http://Nuevarevista.net)

Beatriz Arias.

Respecto a los medios tradicionales, Arias afirma que son “aliados para la red social”: porque “el usuario encuentra en Twitter un altavoz de aquellos”; y porque “ha cambiado y optimizado las rutinas periodísticas: permite al periodista contactar, en tiempo real, con las fuentes o viralizar los contenidos”.

La misión de Twitter, al que califica como “el sofá más grande del mundo”, es “servir a la conversación pública”.

**Elena Pozuelo**, afirmó que **Google ha alcanzado una cobertura en España del 78% de la población**. “Las nuevas generaciones -explicó- buscan nuevas plataformas para consumir información y entretenimiento y también para compartir, siendo parte de las noticias”. Todo ello ha supuesto “una evolución de la forma de interactuar”; y “nos ha cambiado para bien, con más libertad para elegir plataformas y soportes”.

Elena Pozuelo: “El conocimiento del perfil del usuario, permite a Google apoyar al anunciante para definir el target en su estrategia de comunicación”

Por otro lado, “el conocimiento del perfil del usuario, permite a Google apoyar al anunciante para definir el target en su estrategia de comunicación”. La plataforma, recordó Pozuelo, cuenta con “Google Ads, que usa *machine learning*”, para ofrecer publicidad patrocinada a los anunciantes.



Elena Pozuelo.

Respecto a la proyección social de las redes, Pozuelo resaltó la necesidad de “ser responsables” y

puso el ejemplo de «**los filtros que usa YouTube para evitar informaciones falsas**, o las que puedan incitar al odio o la violencia».

Marcet comparó a las redes sociales con “una autopista” pero “falta imponer cinturones de seguridad y ciertas normas”

Finalmente, **Isaac Marcet**, fundador y CEO de PlayGround, señaló que “la mayor parte del consumo de información de la gente joven es a través de las redes sociales”. Las comparó con “una autopista”, más ancha y con más contenidos que antes, pero “falta imponer cinturones de seguridad y ciertas normas”, pues “la información se contrasta menos, lo cual es un peligro para la democracia”.

Nuevarevista.net



---

Isaac Marcet.

Subrayó la novedad que suponen las redes para “alimentar y enriquecer la conversación pública”, y la posibilidad de **que “una pieza de redes pueda acabar en los telediarios”**. Aunque matizó que tienen carácter efímero, y que carecen de la “impronta social” de los grandes medios tradicionales.

## HA CAMBIADO EL MARKETING POLÍTICO

Coincidió con Andrés Cardó en recordar lo decisivas que “están siendo en el marketing político”. Las redes han sustituido a la radio o la televisión en los procesos electorales, **como se pudo comprobar en las campañas presidenciales de Obama y Trump**. Y añadió que “han servido como cauce del activismo, en causas como el Black Lives Matter”.

### Fecha de creación

19/05/2022

### Autor

Alfonso Basallo

Nuevarevista.net