



Ídolos Digitales

Objetivo general

Conocer los riesgos de vínculos afectivos establecidos de forma inmediata a través de la información que se recibe en las redes sociales, promoviendo una respuesta reflexiva y crítica desde una perspectiva de género.

Metodología de trabajo

Para identificar los mensajes erróneos que promueven las redes sociales a través de personas a las que siguen (llamadas coloquialmente "influencers"), así como de mensajes que reciben a través de personas que les siguen a ellos/as, estableceremos un criterio para seleccionar a tres personas sobre las que se realizará un análisis crítico desmitificando creencias erróneas que puedan transmitir y creando una respuesta alternativa crítica en formato breve y coloquial a modo de publicaciones de WhatsApp, TikTok, stories, Teniendo especialmente en cuenta la perspectiva de género.

Criterios de selección de personas a las que siguen

(3 personas a seleccionar)

- Si visitan su perfil diariamente o al menos varias veces a la semana
- Si le mandan comentarios cada vez que la persona publica algo.
- Si le dan likes a sus publicaciones siempre o casi siempre.
- Si leen sus historias.

Descripción de los contenidos que publican

Elegir aquellos contenidos que representan la mayoría de sus publicaciones:

- **Posesiones** (compras, ropa, viajes, comidas en restaurantes, regalos que reciben de determinadas marcas).
- **Relaciones** (novios, amigos, familia, planes compartidos con su círculo de relaciones).
- **Opiniones sobre temas de actualidad** (psicología, películas, cantantes, deportistas, política...)
- **Actividades que realizan** (formativas, culturales, artísticas, deportivas, cocina, manualidades, viajes, voluntariado, fiestas y celebraciones.).
- **Publicidad** (promocionar un producto, un hotel, un restaurante...).

Descripción de las principales creencias que transmiten las imágenes y mensajes

- **Porque yo lo valgo** (reafirmación y supuesta sinceridad exhibiendo conductas poco saludables: insultos, maltrato, obesidad, ...).
- **La inteligencia artificial como consejera fiable** sustituyendo al diálogo y la comunicación con los/as profesionales, confianza en algo creado artificialmente que te dice lo que quieres oír.
- **Filtros y retoques** para ser mejor (construir una imagen personal falsa).
- **Quien es quien:** Quien dice ser y quien es (currículos falsos y/o exagerados, alardear de cosas que no ha hecho...
- **La expresión natural** y la expresión cuando se utiliza una aplicación para comunicarse con personas cercanas (amigos, pareja, profesores...) frases hechas, palabras que no forman parte de nuestro vocabulario, mensajes impersonales, cortar y pegar para realizar trabajos escolares...
- **Existen recetas infalibles** para determinados comportamientos, problemas emocionales, trastornos mentales y verdades absolutas para analizar las opiniones de los demás.
- **Agresividad en las opiniones**, estereotipos, frases hechas (calificar una opinión contraria de envidia, etc.).
- **Diversión** unida a descontrol y consumo de alcohol y/o otras drogas.

Establecer la conversación en la que se desmitificara la creencia errónea que transmite

Por ejemplo imaginemos que uno habla de lo que tiene.

Lo que ha publicado	Que creencias transmite	Que le diría yo (whatsapp o tiktok)

Criterios de selección de las personas que les siguen

(3 personas a seleccionar)

- Si visitan su perfil diariamente o al menos varias veces a la semana.
- Si reciben comentarios cada vez que publican algo.
- Si le dan likes a sus publicaciones siempre o casi siempre.

Analizar el tipo de respuestas que recibe por parte de sus seguidores/as

Lo que he publicado (nombre de la red)	Que querida decir	Que me han respondido

Realizado



Financia

A Junta de Andalucía

Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias