

Andalucía Influye acerca a la universidad a influencers andaluces

En la 4ª edición de la **jornada sobre influencia responsable**, ha participado la influencer Laura Baena, fundadora del @Clubmalasmadres.

Jaén, 22 de febrero de 2024. Influencers, expertos en comunicación digital y creadores de contenido se han mostrado partidarios de una actividad en las redes sociales que sea ética, responsable, transparente, comprometida y regulada. El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) e iCmedia (federación de asociaciones para la calidad de los medios) han analizado hoy en el Aula Magna de la Universidad de Jaén (UJA), el cada vez más relevante fenómeno de los influyentes.

El acto de celebración de la cuarta edición de **Andalucía Influye** estuvo conducido por la periodista Olivia Aranda. En la apertura, el rector de la UJA, Nicolás Ruíz ha destacado "la necesidad de organizar una jornada como esta para el mundo de hoy por el impacto que los influencers tienen en los jóvenes. En la última década ha surgido un nuevo perfil de los creadores de contenidos digitales que han buscado un espacio social bien identificado llegando a convertirlo en una profesión".

Por su parte el presidente del CAA, Domi del Postigo, ha explicado que estas jornadas se celebran desde que la pandemia convirtió Internet en el gran protagonista de la cotidianidad para "fomentar la influencia responsable, la que ejerce gente que demuestra que se puede tener éxito en Internet, con responsabilidad". Además, se ha referido a la Ley General de Comunicación Audiovisual de julio de 2022 por la que "ya está siendo observado desde la legalidad, todo aquel que ejerce como influencer, por tanto, empezamos a poner puertas al campo en la medida de las posibilidades del estado de derecho, en este caso en el ámbito de los influencers, que son usuarios de especial relevancia según la ley". Del Postigo se ha dirigido a los jóvenes estudiantes participantes en el foro, con el ánimo de despertar en ellos el espíritu crítico "que os haga saber discriminar quien os quiere de quien quiere aprovecharse. La niñez se pasa y el tiempo es oro, aprovechadlo y sacadle el máximo partido a la vida real".

El presidente de iCmedia Andalucía, Enrique Pariente, destacó "el servicio que ofrecen a la ciudadanía en cuanto a críticas de cine, series de tv y ahora, desde hace unos años, más volcados en el entorno digital, que ayude a los ciudadanos a elegir contenidos audiovisuales de calidad".

Recomendaciones para una influencia responsable

La jornada que ha estado conducida por la periodista, Olivia Aranda, ha comenzado con la intervención de Marta Pellico, experta en Comunicación y coordinadora del '**Libro Blanco de la Influencia Responsable**', estudio que recoge los resultados de un trabajo de investigación basado en la realización de más de 40 entrevistas con los representantes más destacados del ámbito de la influencia digital. Pellico ha hecho hincapié en que "la influencia responsable depende de todos: consumidores, ciudadanos, *influencers*, medios de comunicación, reguladores, marcas, agencias y representantes e instituciones".

La comunicadora ha explicado que los principales retos a los que se enfrenta la actividad de los influyentes son "la novedad e inmediatez de la profesión; la ética, compromiso y transparencia en las relaciones; y una regulación laxa", que se verá en breve modificada con la nueva legislación audiovisual en tramitación parlamentaria. A este respecto, Marta Pellico ha pedido a los *influencers* "ser responsables con los contenidos que se generan, alfabetizarse mediáticamente e ir por delante de la ley".

También ha tratado la experta sobre los riesgos, el peligro de las enfermedades mentales que afectan tanto a usuarios/consumidores como a influyentes, y su fuerte poder de la influencia, en la que los niños de 7 a 12 años son los más vulnerables. El Libro Blanco contiene así más de 100 recomendaciones y diez claves para conseguir un entorno de influencia responsable: transparencia, confianza, integridad, respeto, honestidad, responsabilidad, privacidad, autenticidad, discriminación y protección al menor.

Diálogo con influencers

La jornada ha continuado con una mesa redonda en la que se ha tratado sobre la figura del influencer como agente del cambio y como figura que influye en el comportamiento y pensamiento de los más jóvenes. Se ha resaltado el cómo influir de una forma responsable y crítica ante las noticias falsas, la publicidad engañosa o los mensajes perjudiciales.

Algo que han demostrado tener en común los tres influencers invitados es que son apasionados de su trabajo y los tres nos cuentan que llegaron a las redes sociales de forma accidental movidos por la ilusión y el entusiasmo de quien se dedica a lo que le gusta.

Fran Tejera, conocido como **@screwman**, ha afirmado que éstas "sirven para mucho, y una de las cosas es, sin duda, dar a conocer un talento y compartir conocimiento", algo que él se empeña en contribuir cuando graba vídeos tutoriales dónde explica cómo aprender a utilizar y sacar el mayor rendimiento a las herramientas que vende.



Nota de prensa

La publicista y fundadora del **@clubmalasmadres**, Laura Baena, quien ofrece desde internet un discurso activista sobre la conciliación de la vida laboral y familiar ha señalado que “a las mujeres nos han vendido la moto de que llegamos a todo, que podemos ser *superwoman* cuando la realidad nos muestra unos niveles de exigencia muy altos para quien quiera ser emprendedora y madre”.

Como representante local, el profesor de Andújar Ginés Ciudad Real, quien cuenta en su haber con más de dos millones de seguidores tanto en el blog como el canal de YouTube **@orientacionandujar** que creó hace unos años junto a su mujer Maribel, también maestra de profesión, ante la falta de recursos y materiales pedagógicos que sufrían en el desarrollo de la enseñanza diaria en el aula. Se confiesa un verdadero apasionado de su trabajo y dice que “cuando no te centras en buscar retorno económico en lo que haces, si no que persigues una finalidad o un buen mensaje que trasladar, el éxito te encuentra”.

El debate continuó tratando el asunto de la evolución que se está produciendo en la figura del influencer. “Jornadas como las de hoy son muy importantes porque ayudan a redefinir el concepto de influencer, una etiqueta con la que no nos sentimos muy identificados quienes generamos contenido, porque no se le ha dado un valor”, ha afirmado Laura Banea, quien además ha recalcado que “no solo necesitamos una regulación y un control, sino también una implicación por parte de la industria y de las plataformas donde están los contenidos, porque no están asumiendo la responsabilidad que debieran”.

Para más información:

Ana Millán Muñoz
Responsable de Comunicación
Tfno. 600 955 880
ana.millan.munoz@juntadeandalucia.es
<https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/>
@CaudiovisualAnd