



General | | Actualitzat el 25/05/2023 a les 07:30

El meu fill o filla vol ser influencer... Què li dic?

Parlem de l'anomenada generació Alfa, la primera 100% digital, hiperconnectada, neomaníaca i consumidora proactiva. Quins riscos tenen?

[inicicentrareport] Si tens criatures nascudes a partir del 2010 has de saber que formen part de l'anomenada **generació Alfa**, la primera **100% digital, hiperconnectada i neomaníaca** (addicta a les novetats). I que, segons el psicòleg i professor dels Estudis de Psicologia i Ciències de l'Educació de la UOC, Enric Soler, en el futur es convertiran en **consumidors proactius**.

[GotaVerdaPle] Què vol dir? "Un consumidor proactiu és algú que no es conforma a ser client d'una marca, sinó que també hi vol col·laborar proactivament. La importància de les avaluacions sobre els productes de consum adquirits digitalment podria ser l'embrió d'aquest augment del pes específic del client/a", explica Soler.

Això implica **un canvi de paradigma en el consum**. Per al psicòleg, aquest empoderament del consumidor/a no és negatiu, però adverteix del risc que suposa que els infants persegueixin objectius com ser **influenciadors** quan encara no tenen la maduresa suficient per gestionar tot el que implica.

"Seria lògic que fos en edat adulta, quan tenen la personalitat formada i amb l'objectiu de millorar els productes de consum, evitant llançar infants al **cerc de les grans empreses de màrqueting**", explica Soler.

Els experts en màrqueting saben que, com més forta és la **identificació de l'espectador** amb el personatge de l'anunci publicitari, **més credibilitat té el missatge**. Si una criatura veu un igual que es diverteix molt amb una joguina, voldrà el que li falta per divertir-se tant. D'aquesta manera, es desperta el desig de consum de la criatura, que, per descomptat, no és ni pot ser conscient que forma part d'una estratègia comercial.

"El més perillós és que siguin les famílies qui no tinguin aquesta consciència", alerta Soler. I és que **ens falta cultura de la privacitat**. "Els millennials, pares dels Alfa, encara no han assolit unes mínimes competències en el fet de protegir-se a ells mateixos, i encara menys en la privacitat dels seus fills. Si bé molts pares comencen a ser sensibles a la publicació d'imatges dels seus fills a la xarxa, no tenen prou coneixements tècnics per protegir la intimitat del menor", alerta el psicòleg.

Internet té memòria i compartir una gran quantitat de continguts protagonitzats per un menor determinarà la manera en què l'infant serà percebut en el futur en el seu entorn personal, social i, fins i tot, professional. L'infant no n'és conscient, però l'adult que n'és responsable sí que ho hauria de ser i obrar en conseqüència.

Cal evitar particularment **tot el que menystingui la dignitat de l'infant** i tenir sempre present que accions o conductes que ens poden semblar gracioses, tant com per exposar-les a les xarxes, poden ser objecte de befa sagnant fora de l'entorn familiar, ja sigui ara o en un futur pròxim.

Els **riscos** als quals es poden veure sotmesos els menors són molts, i greus:



[GotaVerdaPle] Pèrdua de la noció de privacitat

[GotaVerdaPle] Confusió d'identitat pel fet de no poder distingir la vida personal de la imatge projectada digitalment

[GotaVerdaPle] Obsessió patològica per ser acceptats pels altres fins al punt de deixar de ser ells mateixos

[GotaVerdaPle] Despersonalització

[GotaVerdaPle] Dificultats en la gestió de popularitat

[GotaVerdaPle] Desenvolupament de trets de personalitat narcisista

[GotaVerdaPle] Pèrdua d'autoestima a causa de la dictadura del like ('si no aconseguixo més likes que ahir, no tinc valor')

[GotaVerdaPle] Dol patològic per la pèrdua de la popularitat o el nivell d'ingressos, perquè resulta impossible ser un "etern influencer".

Malgrat tot, no cal arribar a ser influenciador per enfrontar-se als riscos de la pèrdua d'intimitat i privacitat. "Una mala gestió de les xarxes socials en una societat en què l'assetjament i el bullying són més violents que mai pot comportar conseqüències fatals", recorda Enric Soler.

[ficientreport]