



Granfluencers: empoderamiento y envejecimiento activo de prosumidores seniors

Sender Godoy y Paloma Contreras-Pulido

Línea temática: Análisis de la sociedad multimodal

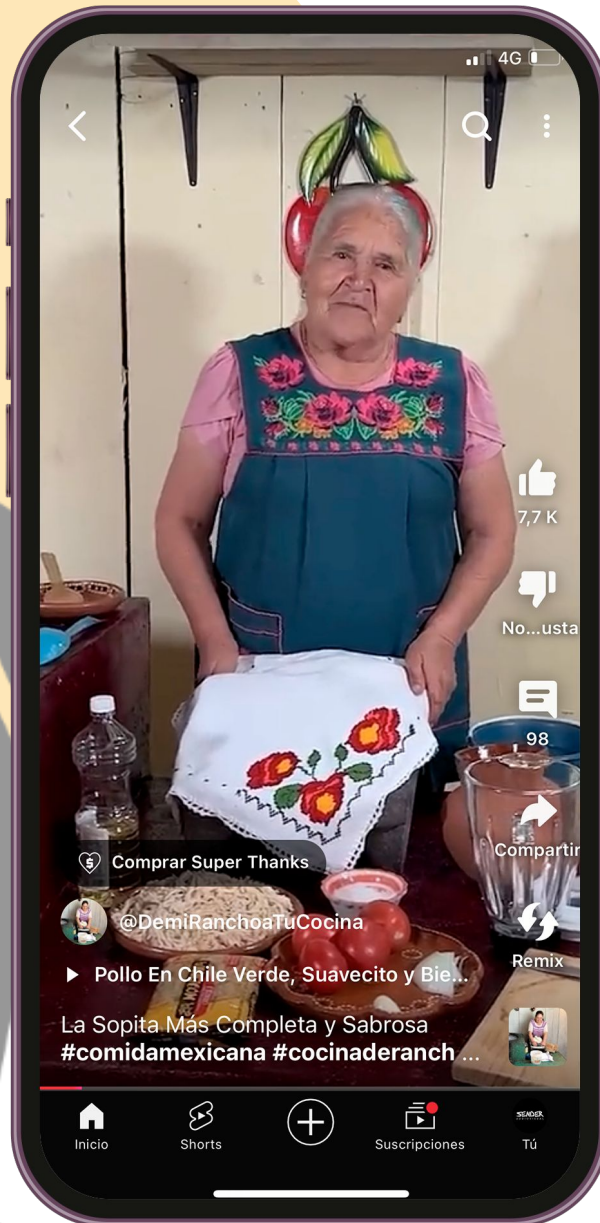
Introducción

Para el 2050 se prevé que el número total de personas mayores de 65 años en los países menos desarrollados casi se triplique, mientras que en otros en desarrollo será más del doble.

Naciones Unidas (2024)

Para algunos adultos mayores, Internet y las redes sociales son herramientas poderosas para expresarse y conectarse.

Antunes et al. (2022)



e-mentores

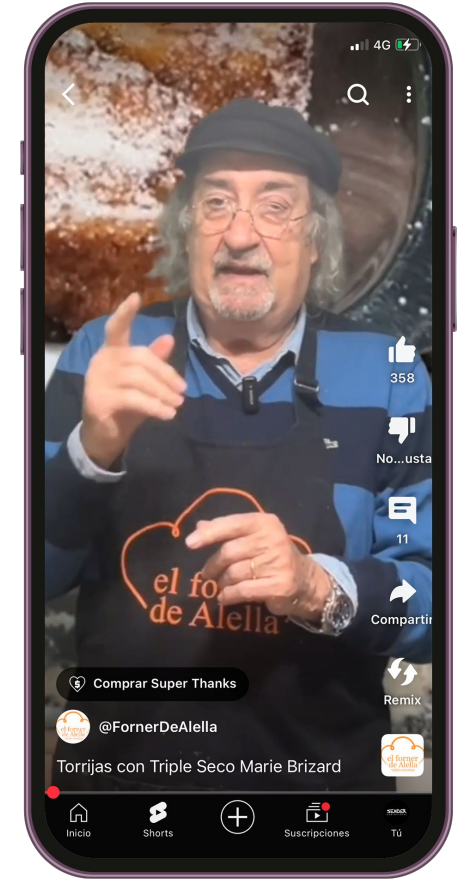
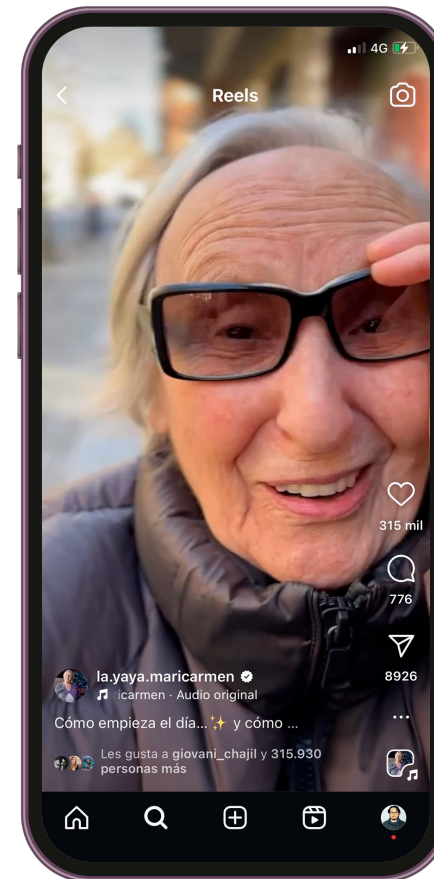


I+d+i TED 2021-129253-100 Financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la "Unión Europea "NextGenerationEU/PRTR"



Descubrir las temáticas
recurrentes de
granfluencers y analizar
cómo participan
en el ecosistema digital
actual

Objetivo

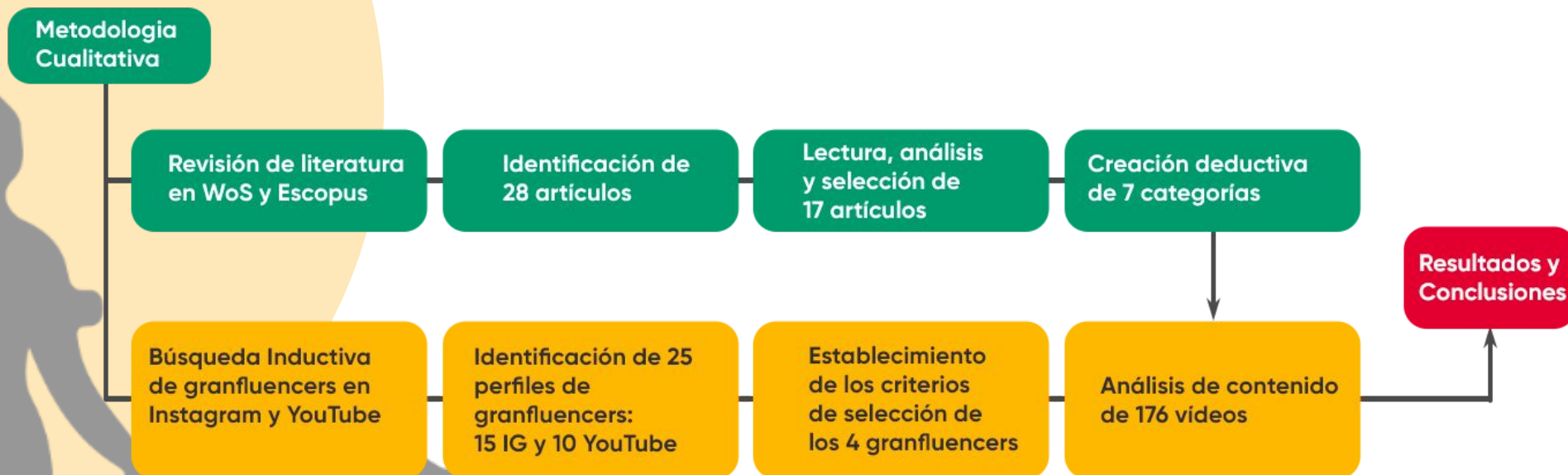


e-mentores



I+d+i TED 2021-129253-100 Financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033
y por la "Unión Europea "NextGenerationEU/PRTR"

Método



e-mentores



I+d+i TED 2021-129253-100 Financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033
y por la "Unión Europea "NextGenerationEU/PRTR"

Resultados

7 CATEGORÍAS

Autorepresentación (AUT)

Ng e Indran, 2022
Ng e Indran, 2023a
Metzger, 2023
Schroeder et al., 2023
Varjakoski, 2023

Edadismo (EDD)

Amaral and Daniel 2018
Antunes et al., 2022
Givskov e Deuze, 2018.
McHugh, 2003
Ng e Indran, 2022

Estereotipos de Género (EDG)

Amaral e Daniel, 2018
Amaral et al., 2021
Ng e Indran, 2022
Ng e Indran, 2023b
Varjakoski, 2023

Marketing Sénior (MKS)

Antunes, et al., 2022
Nadia et al., 2022
Varjakoski, 2023

Entretenimiento (ENT)

Ferreira et al., 2017
Martín et al., 2023

Actividades Cotidianas (ACC)

Ferreira et al., 2017
Jarrar, 2023
Ng e Indran, 2023b
Vroman et al., 2015

Salud y Emociones (SYE)

Ferreira et al., 2017
Jarrar, 2023
Metzger, 2023
Schroeder et al., 2023
Vroman et al., 2015



e-mentores



I+d+i TED 2021-129253-100 Financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033
y por la "Unión Europea "NextGenerationEU/PRTR"

Resultados

Red Social	Usuario	Edad	Sexo	País	Seguidores	Categorías
	 @la.yaya.maricarmen	84	M	 ESPAÑA	228 K	AUT, EDD, MKS, ENT, ACC, SYE.
	 @pachoodonnell	82	H	 ARGENTINA	74,4 K	AUT, EDD MKS, ACC, SYE.
	 @DemiRanchoaTuCocina	74	M	 MÉXICO	4,39 M	AUT, EDG ENT, ACC SYE.
	 @FornerDeAlella	sin edad	H y H	 ESPAÑA	489 K	AUT, MKS, ENT, ACC, SYE.

Autorepresentación (**AUT**), Edadismo (**EDD**), Estereotipos de Género (**EDG**), Marketing Sénior (**MKS**)
Entretenimiento (**ENT**), Actividades Cotidianas (**ACC**), Salud y Emociones (**SYE**)



e-mentores



I+d+i TED 2021-129253-100 Financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033
y por la "Unión Europea "NextGenerationEU/PRTR"

Conclusiones



- La **deconstrucción de estereotipos** sobre la vejez, como proponen Amaral y Daniel (2018), es crucial.
- Entre los cuatro perfiles analizados, @la.yaya.maricarmen destaca por **desafiar la imagen de inactividad y dependencia**, y por abordar temas como el amor y la libido.
- Tres de los cuatro perfiles han hecho publicidad, destacando a algunos adultos mayores como “granfluencers” (Antunes et al., 2022).
- El estudio resalta el activismo de los adultos mayores en desmitificar estereotipos y su contribución a **la diversidad temática y al diálogo en línea**.



XXVII CONGRESO
EDUTEC'24
S E V I L L A