



**LA GENERACIÓN  
QUE USA LAS REDES  
CON CABEZA**

**EFFECTOMIL.ORG** 

**BUSCA TU CAUSA Y DALE**  
**efecto** 

**fundación**   
ATRESMEDIA

Con la colaboración de:  
 **Fundación  
Telefónica**

# QUÉ ES EFECTO MIL



BUSCA TU CAUSA Y DALE   
efecto

**Efecto MIL** es una iniciativa que **impulsa el uso positivo de las Redes Sociales** entre los jóvenes. Para ello, utilizando su creatividad y sus habilidades de comunicación, elaboran **un vídeo** que **ayuda a visibilizar** en redes sociales uno de los **5 temas** propuestos por la **Fundación Atresmedia**.

**fundación**   
ATRESMEDIA

En la **Fundación Atresmedia** creemos que las redes sociales, gracias al espíritu crítico, creativo y solidario de los jóvenes, también son una herramienta para dar a conocer los riesgos y oportunidades de los entornos digitales

[EFECTOMIL.ORG](http://EFECTOMIL.ORG) 



# TE PRESENTAMOS LOS RIESGOS DIGITALES QUE PUEDES ESCOGER



Adicción a las RRSS

El uso intensivo y problemático de Internet y redes sociales entre los jóvenes está en aumento, según la OMS. Un 32% de ellos se conecta casi todo el tiempo a lo largo del día, mientras que un 11% presenta un “uso problemático” con síntomas similares a los de una adicción. Estos incluyen la incapacidad de controlar el uso, síntomas de abstinencia al no utilizarlas, descuido de otras actividades y consecuencias negativas en la vida diaria. Fomentar un uso responsable es esencial para evitar estos riesgos y promover un equilibrio saludable en su interacción con estas plataformas.



Peligros de los retos virales

Según un estudio de la Universidad Internacional de La Rioja, el 80% de los jóvenes participa en retos que no representan peligro, como bailes o bromas, pero un 15,3% combina estos con retos peligrosos, poniendo en riesgo su salud.

La razón detrás de estos retos arriesgados suele ser la búsqueda de aceptación, la emoción de experimentar algo nuevo, la presión social y una baja percepción del riesgo. Es importante tener cuidado y pensar en las consecuencias antes de participar.



Fake News

El estudio sobre el ‘Impacto de las Fake News en España’, muestra que 6 de cada 10 españoles creen saber identificar noticias falsas, pero en realidad el 86% se confunde.

La facilidad de edición y la rapidez en la difusión de contenidos hacen de las redes sociales un terreno ideal para las fake news. A nivel mundial, un 56,4% de los usuarios de Internet expresa preocupación sobre la dificultad de distinguir qué es cierto y qué no en línea.



Discurso de odio

Internet y las rrs se han convertido en grandes plataformas para el discurso de odio, con amenazas y ataques dirigidos a personas o grupos por características como raza o género. Este fenómeno es especialmente dañino en redes, donde los mensajes se viralizan y permanecen, y el anonimato facilita su expansión. Las consecuencias son graves: afectan emocionalmente a las víctimas y dañan su dignidad y reputación, impactando también en la paz social.



Ciberacoso

El ciberacoso es un problema en aumento. Según Ipsos, casi el 60% de los padres de adolescentes dicen que sus hijos han sufrido acoso, siendo el ciberacoso la segunda forma más común después del físico en la escuela. Redes sociales (20%), mensajes de texto (11%), videojuegos (8%) y otros sitios (7%) son los principales canales, y en la mitad de los casos, el acosador es un compañero de clase. Es clave estar atentos y apoyar a quienes lo enfrentan.

REC ●

**SI**  
QUEREMOS

VÍDEOS  
**EJEMPLO**  
BUEN USO DE  
**REDES**  
**SOCIALES**

MENSAJE CON UNA  
**CAUSA**  
PROPUESTA POR  
**EFFECTO MIL**

FORMAR  
**MOVIMIENTO**  
POSITIVO EN REDES  
CON ESTAS  
**CAUSAS**

PIENSA EN  
**SOLUCIONES**  
Y DA LA VUELTA A LOS  
**PROBLEMAS**  
EN LA REDES

LENGUAJE DE  
**JÓVENES**  
PARA  
**JÓVENES**

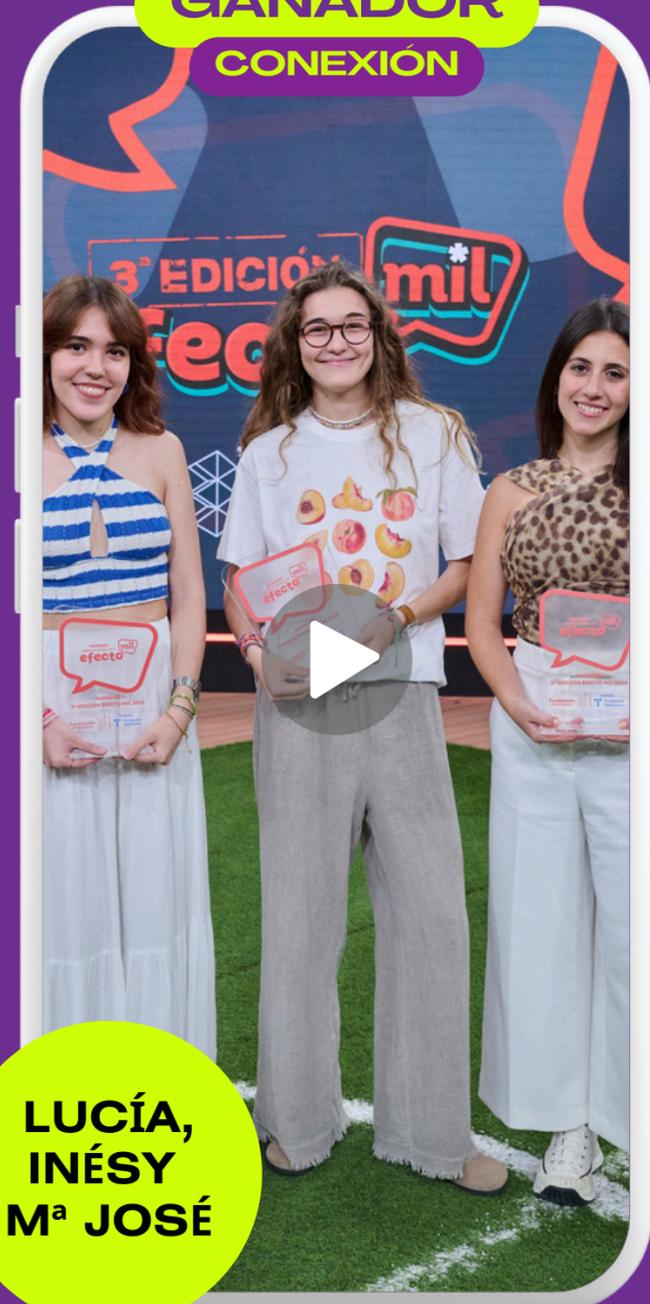
**NO**  
QUEREMOS

NO QUEREMOS  
UN **CANAL** DE  
**DENUNCIAS**

NO QUEREMOS SABER  
**LAS** QUÉ SON  
**CAUSAS**

# GANADORES 3ª EDICIÓN

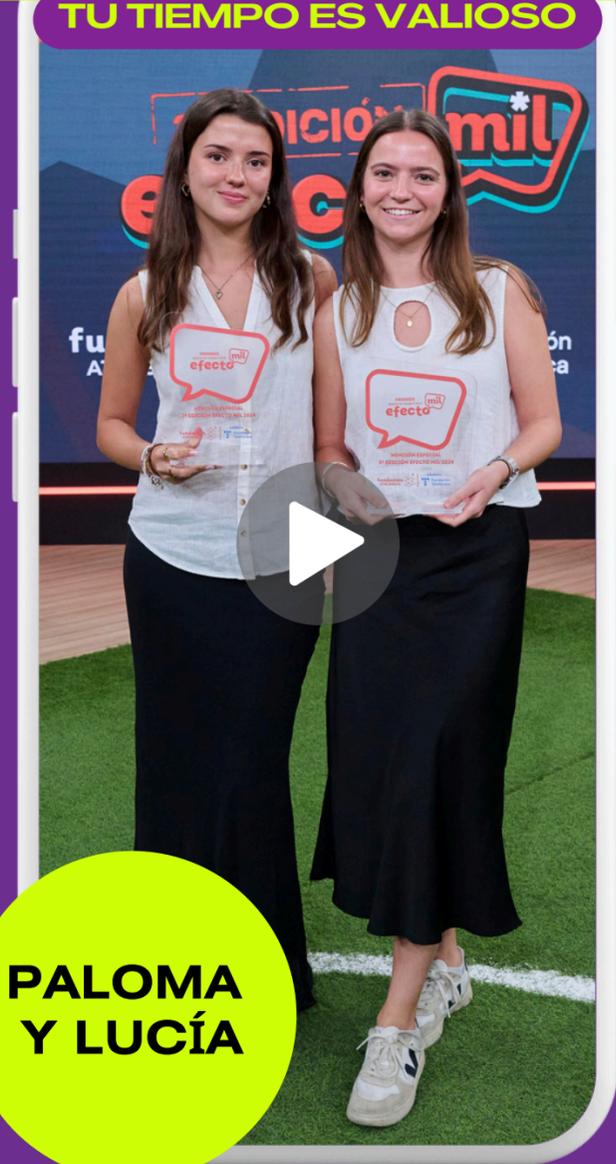
**GANADOR  
CONEXIÓN**



**LUCÍA,  
INÉSY  
Mª JOSÉ**

**MENCIÓN ESPECIAL**

**TU TIEMPO ES VALIOSO**



**PALOMA  
Y LUCÍA**



**¡MANDA TU  
VÍDEO!**

**EFFECTOMIL.ORG**

**fundación  
ATRESMEDIA**



Con la colaboración de:

**Fundación  
Telefónica**

# ¿CÓMO PARTICIPAR?



① Si tienes entre 16 y 25 años, elige un tema de los que te proponemos



② Crea un vídeo para redes sociales donde hables sobre el tema escogido



③ Envía tu vídeo antes del 28 de febrero a través de **EFFECTOMIL.ORG**

PUEDES HACERLO SOLO O EN EQUIPO (MAX.3 PERSONAS)

SOLO PUEDE DURAR



**Usa tu creatividad y tus propias herramientas. Planta cara a los problemas propuestos: conciencia a tu entorno sobre el problema y, si tienes una solución, ¡compártela!**



# CALENDARIO



**CONVOCATORIA  
Y PRESENTACIÓN  
DE LOS VÍDEOS**

**02/12/2024  
HASTA EL  
28/02/2025**



**FORMACIÓN CON  
PROFESIONALES  
DE ATRESMEDIA**

**DEL 31/04 AL  
16/05/2025**



**DIFUSIÓN DE LOS  
VÍDEOS FINALES**

**DEL 30/05 AL  
13/06/2025**



**ENTREGA DE  
PREMIOS**

**26 DE JUNIO**



# FORMACIÓN CON PROFESIONALES DE ATRESMEDIA



**Joana San Román**  
Gestión de redes sociales



**Alfonso Buenavista**  
Guion



**Pedro Ramírez**  
Ciberseguridad



**Tutor**

**Jaime López-Amor**  
Branded Content



**Jose Javier Baquedano**  
Design thinking



**Arantxa Vizcaino**  
Alfabetización Mediática e  
Informativa

# TÚ PUEDES SER UNO DE ELLOS



# PREMIOS

## 1º PREMIO

### PACK TECNOLÓGICO

valorado en 3.000€

### VIVE ATRESMEDIA DESDE DENTRO

el grupo de comunicación líder en nuestro país. Descubre cómo trabajan los informativos más vistos de la TV en Antena 3, conoce la redacción de los programas de La Sexta y adéntrate en los estudios de Onda Cero.

## 2º PREMIO

### VISITA CAMPUS 42 MADRID

Los finalistas conocerán 42 Madrid, uno de los campus de programación gratuitos más innovadores del mundo.

### ¡SI ERES UNO DE LOS CREADORES DE LOS 10 VÍDEOS FINALISTAS!

Recibirás una formación exclusiva con expertos de Atresmedia en creatividad, redes sociales, marketing o ciberseguridad. Y, además, una suscripción gratuita a Atresplayer.



fundación  
ATRESMEDIA



Con la colaboración de:  
Fundación  
Telefónica

**BUSCA TU CAUSA Y DALE**  
**efecto** **mil**

**fundación**  
ATRESMEDIA 

Con la colaboración de:  
 **Fundación**  
Telefónica