

XXIX SIMPOSI SOCIETAT CATALANA DE CONTRACEPCIÓ

13 de març de 2025

Homonofobia en redes sociales: ¿está justificada?

Marian Obiol Saiz.

C.S.S.R Fuente de San Luis. Valencia.





Google™





“ Las redes sociales le dan el derecho de hablar a legiones de idiotas que primero hablaban sólo en el bar después de un vaso de vino, sin dañar a la comunidad.

Ellos eran silenciados rápidamente y ahora tienen el mismo derecho a hablar que un premio Nobel.






Es la invasión de los idiotas”

Umberto Eco.



How TikTok Compares to Other Social Media Platforms

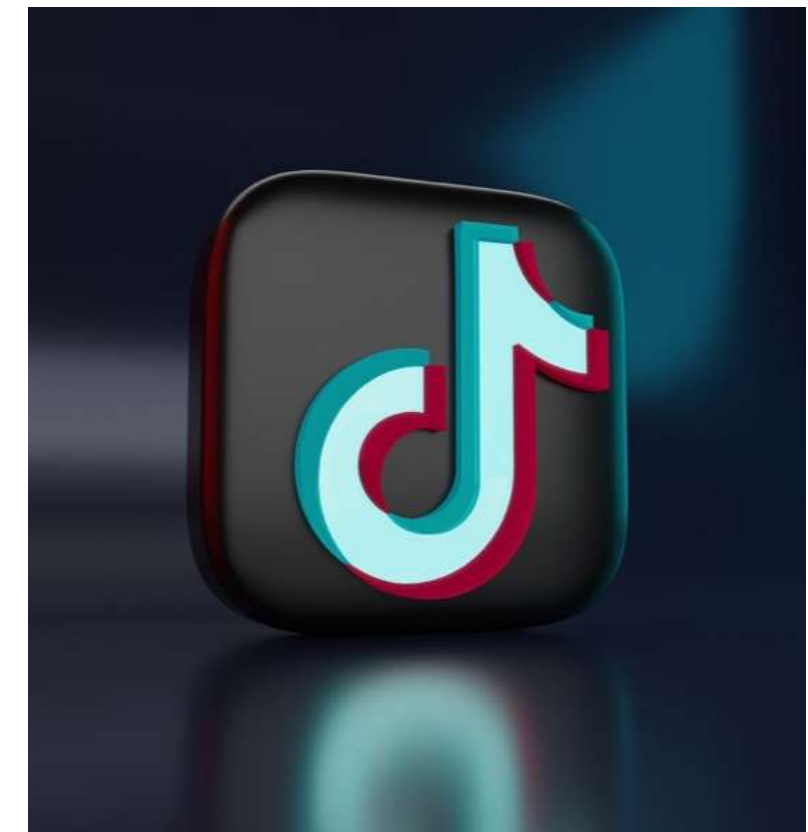
No two social media platforms are the same, not only in how they look, but also in terms of their user demographics, the ways users engage with one another, the types of content they support, and more. Here are some of the major differences between Tiktok, Youtube, Instagram, Linkedin, and Facebook.

	 TikTok	 YouTube	 Instagram	 LinkedIn	 Facebook
Algorithm Priorities	Watch time, engagement, and retention	Click-throughs and watch time	3-second views, engagement, and retention	Getting likes, comments, and engagement	3-second views and retention
Audience	Ages 16 to 44, 60:40 female to male	Mid-20s, 54:46 male to female	Mostly under 34, 68:32 female to male	Mostly 25 to 34, but 30% are 35 to 54, 57:43 male to female	Skews older, 25 to 40, 54:46 female to male
Content Type	Short videos, live streams, playlists, sounds, filters, store	Short or long videos, live streams, playlists, marketplace	Posts, images, short videos, live streams, filters, online store	Posts, images, videos, blogs, job listings	Short to long posts, images, videos, polls, online store
Engaging With Followers	Views, gifts, comments, likes, shares, duets, stitches, video reply, favorites, messaging, hashtags, sounds	Views, likes, comments, shares, tagging, hashtags	Views, likes, comments, shares, tagging, hashtags	Likes, shares, comments, reposts, messaging, hashtags	Views, likes, comments, shares, tagging, hashtags
Post Frequency	3-5 a week (daily is best)	2-3 times per month	Daily	Daily	Daily
Creator's Fund (earns money)	Yes	Yes	Sort of	Sort of	Not Yet

IMG-SocialChart



Find Out More at [InsightMG.com](https://www.insightmg.com)



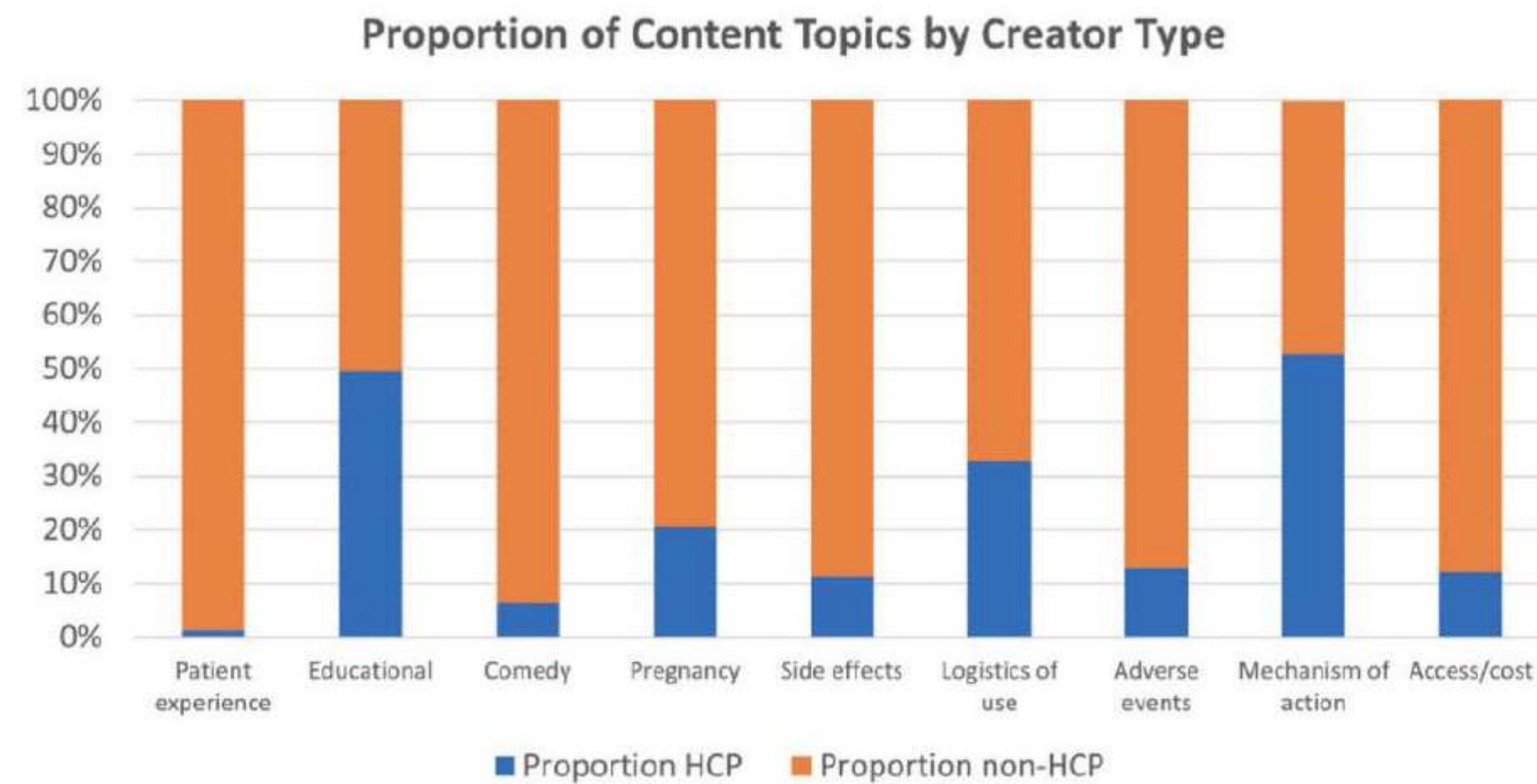


En 2021 el 83% de los adultos estadounidenses entre 18 y 49 años utilizaban las redes sociales.

Tik Tok es la aplicación que mas crece, siendo las mujeres entre 10-19 años el grupo demográfico mas importante.

El contenido que Tik Tok presenta a un usuario está personalizado, viene determinado por un algoritmo basado en:

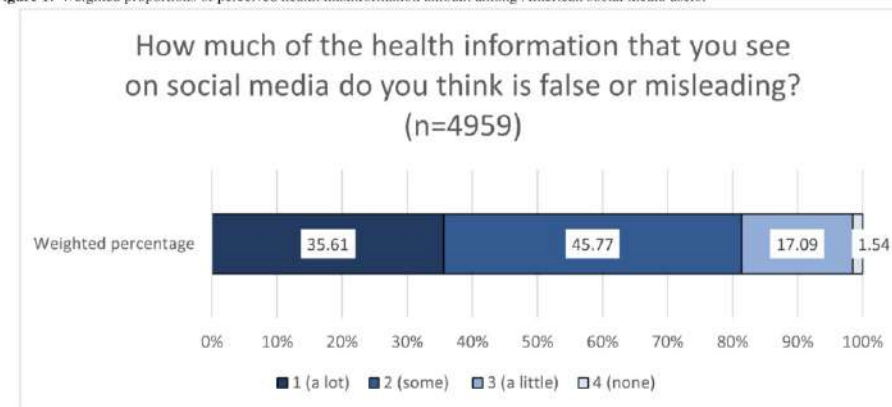
- like, visualizaciones, comentarios
- tiempo dedicado a ver ciertos videos
- videos compartidos con anterioridad
- parámetros demográficos del usuario.



El 92,40% de las usuarias recibe información relacionada con la salud sin ser buscada..
Las mujeres creen que la desinformación es prevalente en TikTok, pero se definen como menos susceptibles a la desinformación.

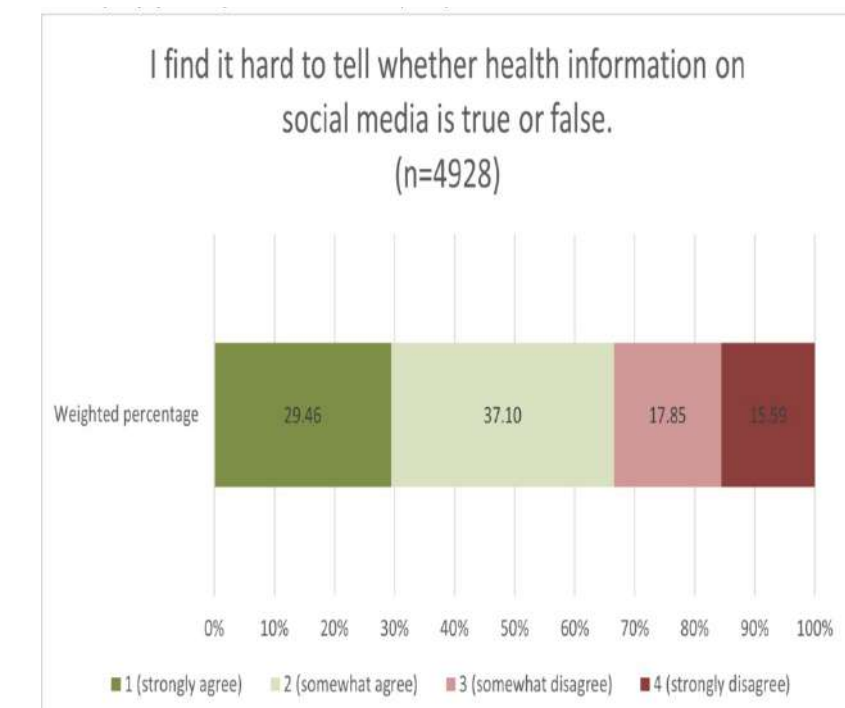
JMIR INFODEMOLOGY Gaysynsky et al

Figure 1. Weighted proportions of perceived health misinformation amount among American social media users.



El 35.61% de los usuarios de redes sociales percibe niveles altos de desinformación.

El 66.56% refiere dificultad para detectar la información falsa.





Las preguntas sobre DISCERN se organizan en tres secciones:

Preguntas 1-8 dirigidas a la ***fiabilidad de la publicación***. Ayuda a considerar si se puede confiar en esa información como fuente fiable sobre las opciones de tratamiento

Pregunta 9 - 15 se dirigen a los ***detalles específicos*** de la información del tratamiento.

La pregunta 16 es la ***puntuación global de calidad*** de la publicación como fuente de información después de calificar cada una de las 15 preguntas anteriores.



DISCERN

Anexo 1. DISCERN

1ª Parte: ¿ES LA PUBLICACIÓN FIABLE?

I. ¿Está claro su tema principal?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Busque una indicación clara al comienzo de la publicación de qué se trata lo que está destinado a cubrir (y qué temas están excluidos).

Si la respuesta a la pregunta 1 es "No", pasar directamente a la pregunta 3.

II. ¿Alcanza sus objetivos?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Considerar si la publicación contiene la información que apuntaba en la pregunta 1.

III. ¿Es relevante?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Considerar si: la publicación aborda las preguntas que los lectores podrían hacer Las recomendaciones y sugerencias sobre las opciones de tratamiento son realistas o apropiadas.

VI. ¿Es proporcionado o imparcial?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Busque una indicación clara de si la publicación está escrita desde un punto de vista objetivo o evidencias de que se utilizó una variedad de fuentes de información para elaborar la publicación, por ejemplo, más de un estudio de investigación o prueba pericial de la evaluación externa de la publicación.

La información no debe presentarse de una manera emocional o alarmista.

IV. ¿Está claro qué fuentes de información se utilizaron para recopilar la publicación (además del autor o productor)?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Comprobar si los principales reclamos o declaraciones hechas sobre las opciones de tratamiento están acompañados por una referencia a las fuentes utilizadas como evidencia por ejemplo, un estudio de investigación u opinión experta.

Buscar un medio para comprobar las fuentes utilizadas, tales como una lista de bibliografía / referencia o las direcciones de los expertos y organizaciones citadas.

V. ¿Está claro de dónde proviene la información usada en la publicación?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar las fechas de las principales fuentes de información utilizadas (pero no las fechas de reimpresión) Fecha de publicación (fecha de copyright).

la enfermedad y la eliminación de la enfermedad, tanto a corto plazo como a largo plazo.sobre el cuerpo para lograr su efecto.

XI.¿Describe los riesgos de cada tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Los riesgos pueden incluir efectos secundarios, complicaciones y reacciones adversas al tratamiento, tanto a corto plazo como a largo plazo.

XII :Describe lo que ocurriría si no se utiliza ningún

VI. ¿Es proporcionado o imparcial?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Busque una indicación clara de si la publicación está escrita desde un punto de vista objetivo o evidencias de que se utilizó una variedad de fuentes de información para elaborar la publicación, por ejemplo, más de un estudio de investigación o prueba pericial de la evaluación externa de la publicación.

La información no debe presentarse de una manera emocional o alarmista.

VII.¿Proporciona detalles de fuentes adicionales de apoyo e información?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar sugerencias de lecturas adicionales o para obtener detalles de otros organizaciones que presten asesoramiento e información sobre las condiciones y opciones de tratamiento.

VIII.¿Hace referencia a áreas no fiables?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar las lagunas de conocimientos o las diferencias en la opinión de expertos relativa a las opciones de tratamiento.

Prestar atención si la publicación implica que una opción de tratamiento afecta a todos de la misma manera, por ejemplo, 100% de éxito con un tratamiento particular.

2ª Parte: ¿CÓMO DE BUENA ES LA CALIDAD DE INFORMACIÓN SOBRE LAS OPCIONES DEL TRATAMIENTO?

IX.¿Describe cómo funciona cada tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar una descripción de cómo un tratamiento actúa

la enfermedad y la eliminación de la enfermedad, tant a corto plazo como a largo plazo.sobre el cuerpo par lograr su efecto.

XI.¿Describe los riesgos de cada tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Los riesgos pueden incluir efectos secundarios, complicaciones y reacciones adversas al tratamiento, tanto corto plazo como a largo plazo.

XII.¿Describe lo que ocurriría si no se utiliza ningún tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar una descripción de los riesgos y beneficios de aplazamiento del tratamiento(es decir, el seguimiento de cómo avanza la enfermedad sin tratamiento).

XIII.¿Describe cómo las decisiones de tratamient afectan la calidad de vida en general?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar: descripción de los efectos de las opciones d tratamiento sobre la actividad diaria.

Descripción de los efectos de las opciones de tratamier to en las relaciones con la familia, amigos y cuidadore:

XIV.¿Está claro que puede haber más de una opción de tratamiento posible?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar lo siguiente: una descripción de quién tiene má probabilidades de beneficiarse de cada opción de trata miento mencionado, y en qué circunstancias.

Sugerencias de alternativas a considerar o investigar má (incluyendo las opciones que no se describen completa mente en la publicación) antes de decidir si se debe se leccionar o rechazar una opción de tratamiento particula

XV :Proporciona soporte para la toma de decisiones

2ª Parte: ¿CÓMO DE BUENA ES LA CALIDAD DE INFORMACIÓN SOBRE LAS OPCIONES DEL TRATAMIENTO?

IX.¿Describe cómo funciona cada tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar una descripción de cómo un tratamiento actúa sobre el cuerpo para lograr su efecto.

X.¿Describe los beneficios de cada tratamiento?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Los beneficios pueden incluir el control o la eliminación de los síntomas, la prevención de la recurrencia de

SUGERENCIA

Buscar lo siguiente: una descripción de quién tiene más probabilidades de beneficiarse de cada opción de tratamiento mencionado, y en qué circunstancias.

Sugerencias de alternativas a considerar o investigar más (incluyendo las opciones que no se describen completamente en la publicación) antes de decidir si se debe seleccionar o rechazar una opción de tratamiento particular.

XV.¿Proporciona soporte para la toma de decisiones compartida?

No	Parcialmente			Si
1	2	3	4	5

SUGERENCIA

Buscar sugerencias de cosas que discutir con la familia, los amigos, los médicos u otros profesionales de la salud en relación con las opciones del tratamiento.

3ª Parte: CLASIFICACIÓN GENERAL DE LA PUBLICACIÓN

XVI. Con base en las respuestas a todas las preguntas anteriores, evaluar la calidad general de la publicación como fuente de información sobre las opciones de tratamiento.

BAJO: Serios defectos	MODERADO: potencialmente importante pero sin serios defectos			ALTO: Mínimos defectos
1	2	3	4	5



Cada pregunta se califica en una escala de 5 puntos que va de No a Sí.

La escala de calificación se ha diseñado para ayudarle a decidir si el criterio de la calidad en cuestión está presente o ha sido "cumplido" por la publicación:

- La puntuación 5 es un rotundo "sí" - el criterio de calidad se ha cumplido por completo.
- Parcialmente (2-4) si la publicación cumple el criterio de que se trata, en cierta medida.
- Una puntuación de 1 se debe dar si la respuesta a la pregunta es un rotundo "no" el criterio de calidad no se ha cumplido en absoluto.

Calidad del contenido en redes.

BM Sütcüoğlu y M. Güler/ J Pediatr Adolesc Gynecol 37 (2024) 39–44

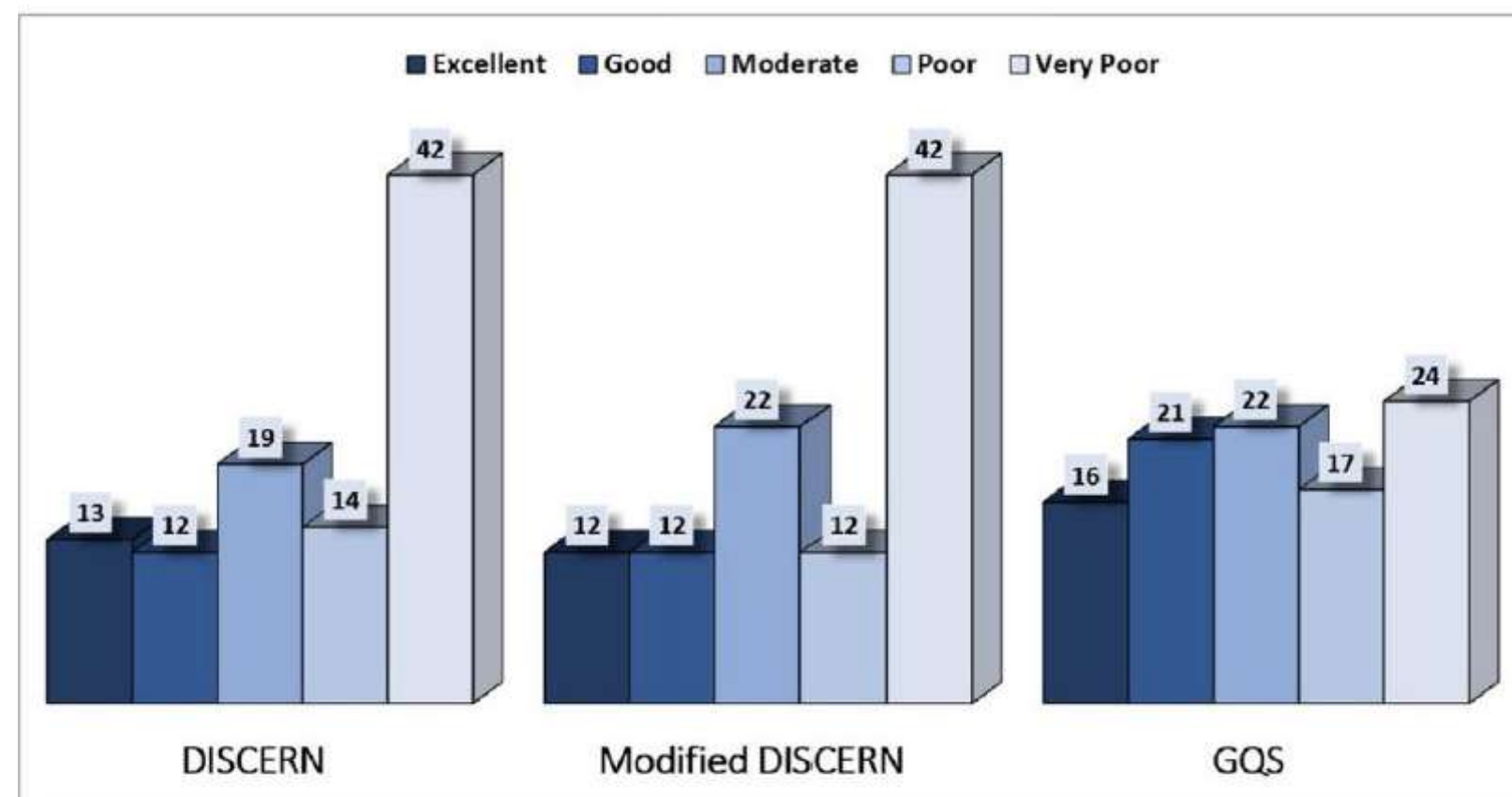


Fig. 1. Calidad y fiabilidad de los vídeos según los diferentes sistemas de puntuación.

El hashtag #cyclesyncing obtuvo 285 millones de visitas en 2023.

El cyclesyncing se percibe como:

beneficio para reducir los síntomas menstruales y otros de forma natural

recuperación de la autonomía corporal

facilitar la auto aceptación

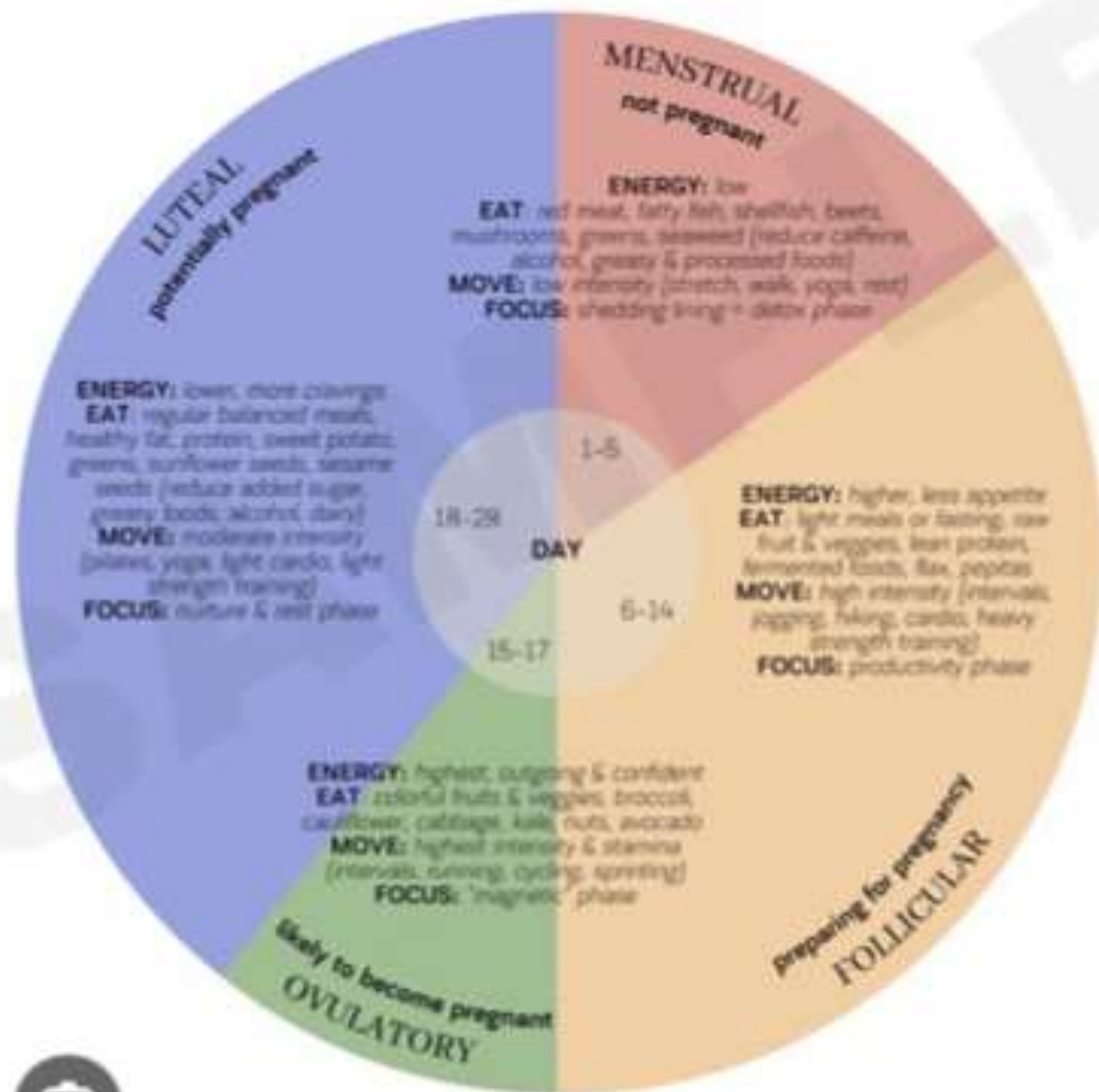


Resistencia a la medicalización

El uso de la anticoncepción hormonal impide participar en el cyclesyncing, se alienta a suspender los tratamientos hormonales y buscar alternativas naturales incrementándose el discurso homofóbico en las redes sociales

Cycle Syncing

making lifestyle choices to support your monthly hormone cycle



© Made Whole Nutrition

Menstrual Health (handout bundle)

\$120.00 ~~\$160.00~~

SALE

Follicular Phase CYCLE SYNCING GUIDE

BODY'S MESSAGE:
"Preparing for pregnancy."

FOCUS:
productivity phase

ENERGY:
higher, less appetite

PHYSIOLOGY:
ovaries preparing to release an egg, uterus lining re-growing

HORMONES:
estrogen levels rise in preparation for ovulation

WORK:
create, brainstorm, and start projects

MOVE:
high intensity (intervals, jogging, hiking, cardio, heavy strength training)

NUTRITION:
raw foods, light meals, or gentle fasting

If possible, schedule big projects & creative tasks during this phase of your monthly cycle.

Flaxseed & peptides support estrogen production.



LEAN MEAT



RAW VEGGIES



RAW FRUIT



FERMENTED FOODS



BEANS & LEGUMES



WHOLE GRAINS

DAY 6-14

© Made Whole Nutrition

Follicular Phase Cycle Syncing Guide

\$16.00

SOCIETAT CATALANA DE
CONTRA
CEPCIÓ

L'Acadèmia

Acadèmia de Ciències Mèdiques i de la Salut de Catalunya i de l'altres d'importància al Objectiu de Desenvolupament Sostenible

No hay consenso sobre el efecto de las diferentes fases del ciclo menstrual en el ejercicio físico.

Los estudios sobre la energía, los micro y macronutrientes durante las fases del ciclo menstrual son escasos e inconsistentes.

El cyclesyncing carece de consenso científico y es susceptible a la desinformación.



¿Qué significa que el entrenamiento esté diseñado para la biología femenina?

Los factores que marcan una gran diferencia en nuestra biología son nuestro sistema hormonal cíclico y nuestro suelo pélvico. Por lo tanto, en todas las sesiones trabajamos y cuidamos nuestro suelo pélvico y respetamos el ciclo menstrual de cada mujer. No significa que nuestro entrenamiento tenga que ser más suave y delicado. Todo lo contrario. Entender y considerar nuestras diferencias biológicas te permite sentirte bien en todo momento y optimizar tus entrenamientos.

... respetamos el ciclo menstrual de cada mujer

... entrenamos teniendo en cuenta nuestra ciclicidad.

La fuerza de la biología femenina

Huimos de la percepción de debilidad asociada a la biología de la mujer.

Entrenamos teniendo en cuenta nuestra ciclicidad y el cuidado de nuestro suelo pélvico, factores cruciales que nos distinguen. Entendemos y experimentamos todo el potencial femenino para conseguir la constancia de un entrenamiento diseñado para sentirte bien en todo momento.

Las Lovas abrazan su biología y aman ser mujer.

La fuerza de ser mujer



Métodos basados en el conocimiento de la fertilidad



Jun 2018-May 2022: 400 post de Daysy :122 Instagramer publicaron post promocionales de Daysy.

Mención de inconvenientes: limitaciones de su uso 15.57%

severidad riesgos de embarazo no planeado 6.56%

Mención de beneficios de su uso 100% y severidad de riesgos asociados a anticoncepción hormonal 25.41%

1:3 post revela relación comercial con la marca Daysy

Anticoncepción hormonal y redes sociales

574 videos relacionados con la AHO publicados en TikTok de Dic 2022 a Mar 2023:

37.5% de los videos se referían a la píldora combinada

30% de los videos la píldora solo gestágeno y el

26% no se especifico.

La mayoría de los videos fueron

Educativos (62,9%)

Testimonio de usuarias o que buscan consejo (28,6%)

La mayoría fueron creados por mujeres (83,3%), caucásicas (58.7%) y eran usuarias NO profesionales sanitarios (65%)

Anticoncepción hormonal y redes sociales.

El tema más frecuente fue los ***efectos secundarios de la anticoncepción***.

Los ***profesionales de la salud***: mayor numero de videos educativos y con mayores puntuaciones DISCERN que los usuarios no profesionales sanitarios=. ***menos visualizaciones, menos likes y menos comentarios*** que los videos de contenido no educativo.

Los videos de ***usuario no sanitarios*** tratan experiencias o opiniones personales que contienen información de baja calidad, pero los usuarios ***interactúan mas*** que con videos de contenido educativo.

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

Mayo 2023 se evaluaron videos de TikTok :

#efectos secundarios de los métodos anticonceptivos

#métodos anticonceptivos no hormonales.

Se diferenció:

creadores de contenido cuando tenían mas de 10.000 seguidores (29%)

usuario habitual cuando tenían menos de 10.000 seguidores:

usuario NPS (32%)

usuario PS (26%)

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

La mayoría de los videos se centraban en la anticoncepción hormonal (71%)

57% de los videos no se especificaba el tipo de anticonceptivo hormonal

30% se refiere a la píldora

11,3% a los DIU hormonales.

Temática relacionada con la anticoncepción hormonal:

63% experiencias de la usuaria

26,8% impresiones generales

19% comentarios de interacción con profesionales sanitarios

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

Anticoncepción hormonal:

- 9.9% es un método efectivo para evitar el embarazo
- 81.7% de los videos no menciona ningún beneficio
- 5.6% motivos no anticonceptivos
- 5.6% mejoría en la piel
- 2.8% patrón de sangrado aceptable

Anticonceptivos NO hormonales

- 57.7% son métodos efectivos para evitar el embarazo
- 21.2% tienen menos efectos secundarios
- 17.3% menor frecuencia de usos
- 15.4% control del cuerpo por parte de la usuaria
- 9.6 % ayuda a planificar embarazo

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

Los videos inciden más en los *efectos secundarios* que en los beneficios :

24.3% problemas de salud mental

16.9% aumento de peso

16.9%cefalea

menor frecuencia el riesgo oncológico y cardiovascular

Fuentes de sus recomendaciones:

25,4 % de los creadores no citaron ninguna base

22,5 % evidencia externa estudios no especificados,

11,3 % una combinación de evidencia personal y externa.

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

El 33% de los videos relataban experiencias con efectos secundarios o miedo a tenerlos.

El 48,7% de los videos trataron del cese del uso del anticonceptivo y la mejoría mas citada después del cese fue la mejoría del estado mental (22,2%).

Después del cese del anticonceptivo hormonal solo el **38,9%** mencionan utilizar otro método y en un **50%** fueron métodos basados en el conocimiento de la fertilidad

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

El 5,6% de los creadores hicieron recomendaciones explícitas contra el uso de anticonceptivos hormonales basadas principalmente en la experiencia personal (40,9 %).



Anticoncepción hormonal y redes sociales II

El 33% de los videos relataban experiencias con efectos secundarios o miedo a tenerlos.

El 48,7% de los videos trataron del *cese del uso del anticonceptivo* y la mejoría mas citada después del cese fue la mejoría del estado mental (22,2%).

Después del cese del anticonceptivo hormonal solo el **38,9%** mencionan utilizar otro método y en un **50%** fueron métodos basados en el conocimiento de la fertilidad.

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

El 52% de los videos mencionan los anticonceptivos no hormonales:

46%DIU de cobre (46%),

38.5%métodos basados en el conocimiento de la fertilidad (Natural Cycles el 50%)

19% espermicida

Inconvenientes de los anticonceptivos no hormonales:

1. Métodos basados en el conocimiento de la fertilidad:

constancia requerida en la gestión del método (15%)

pocos días seguros para tener relaciones sexuales sin riesgo de embarazo

2. DIU de cobre inserción dolorosa 9.6%

Anticoncepción hormonal y redes sociales II

A pesar de las desventajas el 19.2% de videos *recomendaron explícitamente* los anticonceptivos no hormonales.

La razón de su recomendación se basó en

- experiencia personal y evidencia de fuentes externas (30,8 %),
- solo fuentes externas (26,9 %)
- experiencia personal **(17.3%)**.

El 25 % de los videos no citó ninguna base para sus afirmaciones.

Bibliografia

1. Gaysynsky A, Senft Everson N, Heley K, Chou WYS. Perceptions of Health Misinformation on Social Media: Cross-Sectional Survey Study. JMIR Infodemiology. 30 de abril de 2024;4:e51127.
2. Kirkpatrick CE, Lawrie LL. TikTok as a Source of Health Information and Misinformation for Young Women in the United States: Survey Study. JMIR Infodemiology. 21 de mayo de 2024;4:e54663.
3. Shackleford M, Horvath A, Repetto M, Thi A, Twells R, Sanders M, et al. An analysis of oral contraceptive related videos on TikTok. AJOG Glob Rep. agosto de 2024;(3):100364.
4. Coleman JK, Haas-Kogan ME, Pelletier A, Stoddard RE, Johnson NR, Beatini JR, et al. Social media as health educator: An assessment of the understandability and accuracy of tiktok content about contraception. Contracept Reprod Med. 26 de noviembre de 2024;9(1):60.
5. Pfender EJ, Tsiandoulas K, Morain SR, Fowler LR. Hormonal Contraceptive Side Effects and Nonhormonal Alternatives on TikTok: A Content Analysis. Health Promotion Practice. 3 de enero de 2024;15248399231221163.
6. Pfender EJ, Kuijpers KL, Wanzer CV, Bleakley A. Cycle Syncing and TikTok's Digital Landscape: A Reasoned Action Elicitation Through a Critical Feminist Lens. Qual Health Res. 22 de noviembre de 2024;10497323241297683.
7. Nair I, Patel SP, Bolen A, Roger S, Bucci K, Schwab-Reese L, et al. Reproductive Health Experiences Shared on TikTok by Young People: Content Analysis. JMIR Infodemiology. 13 de noviembre de 2023;3:e42810.





73% ***mujer***, aspecto visual: 53% ***casual***:en residencia personal 57%

El ***tono y la emotividad*** aumenta la conexión con el publico.

Tono: 36% cómico, 28% entusiasta, 22% informativo .

El contenido : 40% solo música, 48% solo hablando, 12% música y oratoria.



El 88 % de usuarios considera que el ***audio es vital*** para la experiencia.

El recuerdo aumenta 8 veces cuando se utilizan sonidos distintivos

50% dice que la música hace el contenido mas atractivo.

98% usa una sola fuente de audio.

contenido del audio

22% no tiene relación

21 % cuenta una historia,

12% usaban audio tendencia



El 88 % de usuarios considera que el ***audio es vital*** para la experiencia.

El recuerdo aumenta 8 veces cuando se utilizan sonidos distintivos

50% dice que la música hace el contenido mas atractivo.

98% usa una sola fuente de audio.

contenido del audio

22% no tiene relación

21 % cuenta una historia,

12% usaban audio tendencia



El texto era para describir el audio o las imágenes (27%) o proporcionar información 11%

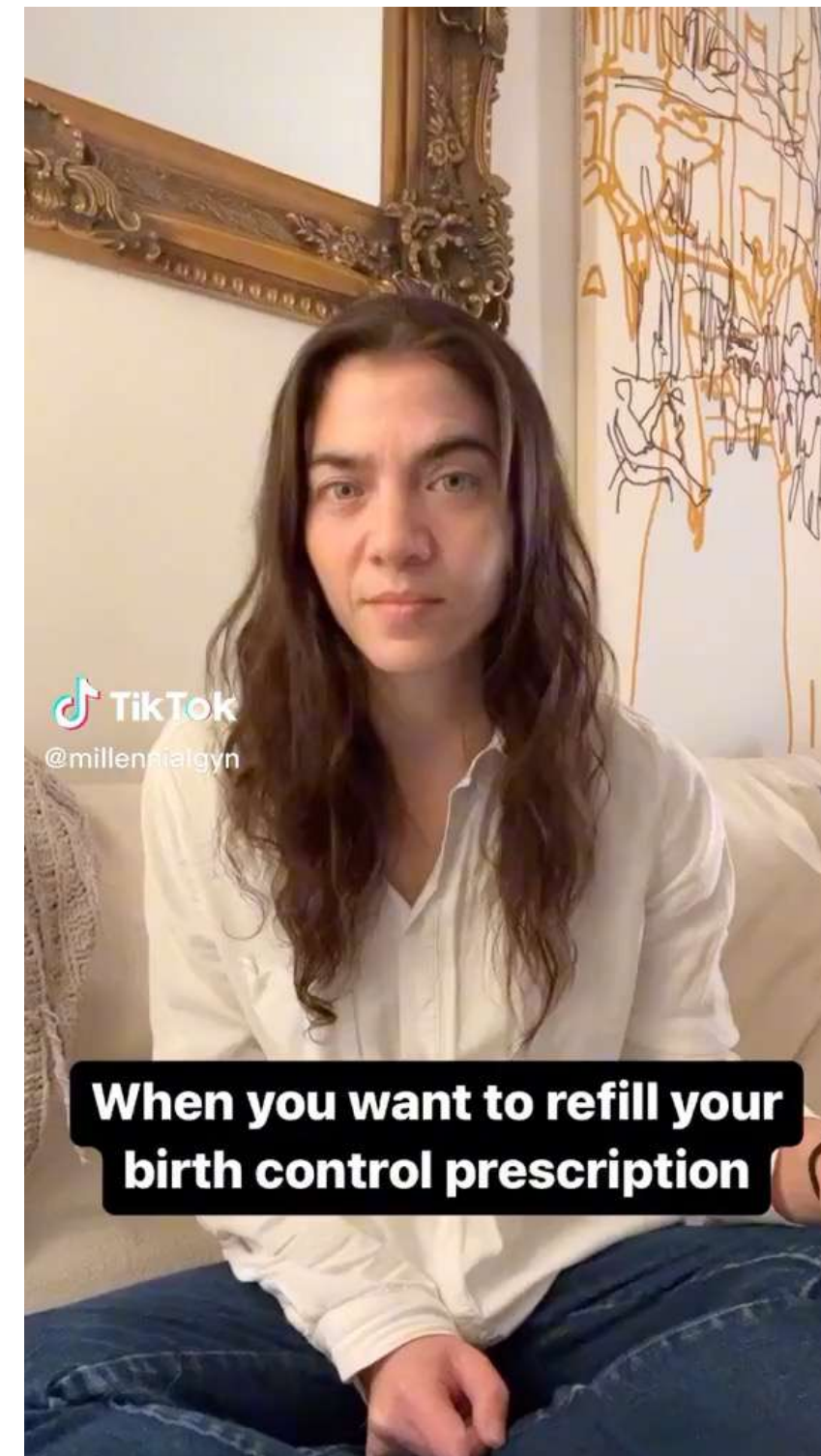
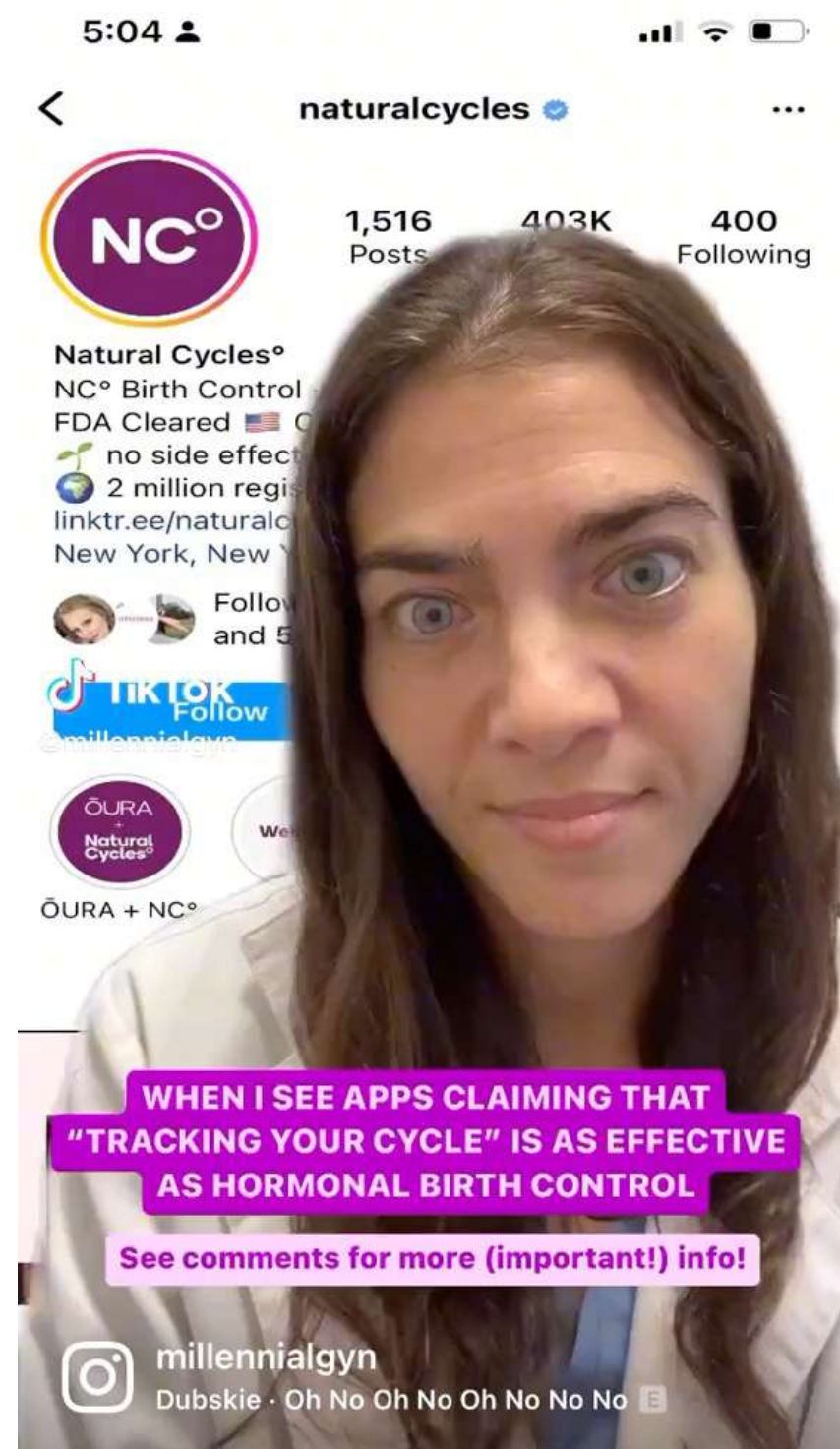
48% uso subtítulos para describir con mas detalle el contenido del video


Los hastags aparecen en el 92% de los videos

73% contenía mas de 5 hastags

28% relacionado directamente con su video

57% tenían hastags relacionados y no relacionados con el contenido





Almudena Grandes

«En estos tiempos de creaciones instantáneas
y satisfacciones fugaces donde el ingenio
suplanta tantas veces a la inteligencia, a la
brillantez y al talento, leer es un acto de resistencia.»

Gracias
por
vuestra
atención.

saludmujerymas
obiolma@gmail.com