

La profesión de youtuber o influencer se cuela entre las favoritas de los niños

Una consulta realizada por Lingokids entre 400 familias con hijos de 2 a 8 años sitúa esta nueva profesión como la quinta más atractiva, elegida por un 16%. Ver vídeos de YouTube es la actividad de Internet más frecuente para un 29% de los menores de esa franja de edad que utilizan dispositivos electrónicos

Con motivo del Día Internacional de la Infancia, Lingokids, plataforma digital especializada en el aprendizaje de inglés para niños de 2 a 8 años, ha formulado la pregunta '¿Qué quieres ser de mayor?' a una muestra de 400 familias de toda España con hijos de esa edad. Los menores podían elegir hasta tres opciones, entre un total de 14 propuestas, con el objetivo de analizar las preferencias de los niños de hoy día respecto a lo que les gustaría dedicarse en la edad adulta.

Entre los resultados aparecen algunas de las profesiones que para los niños de todas las épocas han resultado las más atractivas. Así, un 26% respondió que quería ser deportista, un 22% eligió ser médico y otro 22% policía, mientras que un 18% se decantó por las actividades artísticas (actor, músico, pintor, escritor, bailarín, fotógrafo, etc.). Sin embargo, llama la atención la entrada de la profesión de youtuber o influencer entre las cinco favoritas de los más pequeños, elegida por un 16% de los consultados.

"A edades tempranas, las respuestas de los niños acerca de qué quieren ser de mayores vienen condicionadas por el imaginario infantil, por lo que ven en el cine o la televisión o por sus propios gustos o aficiones. Por eso es frecuente que quieran ser futbolistas, bomberos, veterinarios, profesores etc. La elección de la profesión de youtuber denota, por un lado, la influencia que comienza a ejercer Internet y las redes desde el inicio de nuestra vida, y por otro, los hábitos de consumo de los más pequeños respecto a los contenidos que ven en los dispositivos electrónicos", afirma Natalia Sepúlveda, directora de Comunicación de Lingokids.

Según un reciente estudio de la compañía, el 64% de los niños españoles entre 2 y 8 años cuenta con su propia tablet o smartphone, y un 52% lo utiliza a diario. En cuanto al tiempo que dedican en cada sesión, el 54% de los niños emplea entre 30 y 60 minutos, y un 32% afirma destinar más de una hora, e incluso más de dos, lo que se traduce en que un 43% de estos menores pasa más de 6 horas a la semana con dispositivos móviles, y un 32% entre 4 y 6 horas semanales.

Por tipo de contenidos, entre los que podían elegir varias opciones, la más votada fue precisamente la visualización de vídeos de YouTube: un 29% afirma ser la actividad principal de sus hijos cuando se conecta a Internet. Por detrás quedan las películas y dibujos animados (23%), las aplicaciones educativas (21%), los videojuegos (21%) y las redes sociales (6%).

Desde Lingokids se recuerda la importancia de que los padres estén atentos a los contenidos que consumen sus hijos en los dispositivos electrónicos, y que se aseguren de utilizar los sistemas de

seguridad y herramientas de control parental adecuados.

Datos de contacto:
LINGOKIDS

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Idiomas](#) [Educación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>