

1 de cada 3 menores quiere ser influencer: los peligros de que los niños se expongan en internet

[Multimedia](#)

Los niños pasan de media 4 horas al día ante pantallas, de las cuales 80 minutos son en redes sociales y plataformas de vídeo, según un estudio de Qustodio. España tiene casi 10.000 creadores profesionales de contenido online. La pérdida de privacidad, el ciberbullying o la inseguridad que genera a los menores, entre los principales riesgos de subir contenido a redes

'¿Qué quieres ser de mayor?' Futbolista, profesora, cantante, policía... e influencer. Las pantallas han cambiado los referentes profesionales de los menores españoles. Según un estudio del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, 1 de cada 3 menores quiere ser influencer. Y las alternativas para serlo cada vez son mayores: YouTube, Instagram, TikTok, Twitch... Los niños españoles pasan de media 4 horas al día ante pantallas, de las cuales 80 minutos las dedican a redes sociales o plataformas de vídeo online, según el último informe de [Qustodio](#), la plataforma de seguridad y bienestar digital para familias.

Actualmente, en España hay 134.000 creadores de contenido online amateurs y más de 9.000 influencers con más de 100.000 seguidores, según un análisis de 2btube. Ibai, Dulceida y TheGrefg están entre los más conocidos. Pero, Las Ratitas, TeamNico o Los Juguetes de Arantxa no son las últimas series de televisión infantiles, sino canales de YouTube realizados por niños que cuentan con millones de seguidores.

El "boom del influencer" ha llegado a todos los rangos de edad. El estudio de Qustodio, *'Del cambio a la adaptación: viviendo y aprendiendo en un mundo digital'*, revela que cada vez hay más menores con presencia en redes sociales y plataformas de vídeo: TikTok, Instagram, Snapchat y Twitch han aumentado su tiempo de uso en 76 minutos al día en los últimos dos años. Además, el estudio del Centro Reina Sofía señala que 1 de cada 10 adolescentes sube contenido online para intentar convertirse en influencer. Sin embargo, ¿las familias españolas están preparadas para que sus hijos triunfen en internet? ¿Qué riesgos conlleva que los niños suban contenido a redes?

Qustodio señala algunos de los principales peligros de que los niños se conviertan influencers:

1. Privacidad. Al crear un perfil en cualquier red social, los usuarios se ven obligados a facilitar una serie de datos personales. Sin embargo, esta información puede ir a más a medida que el influencer va creciendo en

popularidad. Los seguidores quieren empatizar y conocer más datos de la persona a la que siguen y es fácil que el propio menor revele información privada: dónde vive su familia, a qué se dedican sus padres, problemas personales...

2. Intimidad. Se trata de un tema especialmente sensible en las plataformas de vídeo como YouTube o Twitch. Los *streamers* exponen su intimidad mostrando su rostro o parte de su físico. Pero, sobre todo, hay que tener especial cuidado con los lugares donde graban el contenido para no exponer completamente su vida privada y la de su familia.
3. Vida social: subir contenido de manera periódica exige tiempo y dedicación. Y si el menor ha adquirido relevancia en alguna plataforma seguramente se vea obligado a dedicar una gran parte de su tiempo a actualizar su perfil, lo que puede reducir sus amistades y su vida social.
4. Inseguridades: el influencer está expuesto a comentarios, críticas, faltas de respeto... Y la negatividad es muy difícil de aceptar para un menor ya que le genera una inseguridad excesiva para su edad. Además, los niños extrapolan el ciberbullying a su vida real, por lo que una crítica severa vía online puede generarles sufrimiento en el día a día.

Responsabilidad familiar

Para controlar alguno de estos riesgos, Francia ya cuenta con una ley para proteger a los menores de 16 años que son influencers. Se trata de un proyecto pionero a nivel global que regula las horas que trabajan los niños que publican contenido en internet y guarda los beneficios económicos que generan en una cuenta bancaria a la que no tienen acceso hasta los 16 años. Además, las empresas que quieren contratar a estos influencers deben solicitar permiso a las autoridades locales.

Sin embargo, en España la responsabilidad recae completamente sobre la educación familiar. La edad mínima para tener un perfil social es de 14 años. Hasta ese momento, son los padres los que han de vigilar que sus hijos no utilizan estas plataformas. Sin embargo, algunas como TikTok, YouTube o Snapchat permiten crear un perfil a los 13 años siempre y cuando exista un permiso paterno.

Eduardo Cruz, CEO y co-fundador de Qustodio, señala que "un uso abusivo de las redes sociales y las plataformas de vídeo no solo genera adicción en los menores, sino que también los expone a una serie de riesgos innecesarios a su edad. Además de mostrar su identidad física, es muy fácil que acaben revelando datos personales como cuál es su colegio, dirección, información familiar... Por ello, las familias deben estar atentas para conseguir un equilibrio digital en la vida de sus hijos y evitar una fijación excesiva con convertirse en influencers".
