

Uso de dispositivos digitales, acceso a redes sociales e interés por ser influencer. Un estudio en menores de 8 a 12 años por niveles y sexo

Use of digital devices, access to social networks and interest in being an influencer. A study of children aged 8 to 12 by level and gender

Pablo Dúo Terrón 

Universidad de Granada (España)
pabloduo@ugr.es

Antonio José Moreno Guerrero 

Universidad de Granada (España)
ajmoreno@ugr.es

José Antonio Marín Marín 

Universidad de Granada (España)
jmarin@ugr.es

Jesús López Belmonte 

Universidad de Granada (España)
jesuslopez@ugr.es

Recibido: 12/12/2024

Aceptado: 12/05/2025

Publicado: 01/06/2025

RESUMEN

En la sociedad actual el uso de dispositivos conectados a Internet y el acceso a redes sociales por parte de menores es cada vez mayor desde edades tempranas, esto conlleva ventajas y riesgos. Esta investigación analiza el uso de dispositivos digitales, el acceso a redes sociales y el interés por ser *influencer* en menores de 8 a 12 años por nivel educativo y sexo. El método de estudio es descriptivo, comparativo y correlacional basado en análisis cuantitativos. La muestra la conforman 2.762 estudiantes entre 8 y 12 años, correspondiente a 4.º, 5.º y 6.º de Educación Primaria. El instrumento empleado fue un cuestionario anónimo *ad hoc* donde se formularon las preguntas en relación con las variables nivel educativo, sexo, recursos o dispositivos que los estudiantes utilizan en sus hogares, acceso a redes sociales que utilizan y el interés por ser *influencer*. Las conclusiones muestran un alto índice de menores de 8 a 12 años que utilizan dispositivos digitales y electrónicos conectados a Internet, un acceso generalizado a redes sociales y un alto nivel de significatividad por ser *influencer* entre las variables curso escolar y las redes sociales *Instagram* y *Youtube*, con variantes dependiendo del sexo. A raíz de los resultados se discuten los posibles efectos positivos y los riesgos del uso de dispositivos y acceso a redes sociales en Educación Primaria desde diferentes ámbitos como el familiar y el educativo.

PALABRAS CLAVE

Redes Sociales; Educación Primaria; dispositivos electrónicos; Internet; influencer.

ABSTRACT

In current society, the use of Internet-connected devices and access to social networks by children is increasing from an early age, and this entails both advantages and risks. This research analyses the use of digital devices, access to social networks and interest in being an influencer in children aged 8 to 12 by educational level and gender. The study method is descriptive, comparative and correlational based on quantitative analysis. The sample consisted of 2,762 students between 8 and 12 years of age, corresponding to 4.º, 5.º and 6.º years of Primary Education. The instrument used was an anonymous ad hoc questionnaire where questions were formulated in relation to the variables educational level, gender, resources or devices that students use at home, access to social networks they use and interest in being an influencer. The conclusions show a high rate of children aged 8 to 12 who use digital and electronic devices connected to the Internet, widespread access to social networks and a high level of significance for being an influencer among the variables school year and the social networks Instagram and Youtube, with variants depending on gender. Based on the results, we discuss the possible positive effects and risks of the use of devices and access to social networks in primary education from different spheres such as the family and education.

KEYWORDS

Social networks; Primary education; electronic devices; Internet; influencer.

CITA RECOMENDADA:

Dúo, P., Moreno, A.J., Marín, J.A. y López, J. (2025). Uso de dispositivos digitales, acceso a redes sociales e interés por ser influencer. Un estudio en menores de 8 a 12 años por niveles y sexo. *RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, 18, 166-187. <https://doi.org/10.6018/riite.641881>

Principales aportaciones del artículo y futuras líneas de investigación:

- Alto índice de menores de 8 a 12 años que utilizan dispositivos digitales y electrónicos conectados a Internet.
- La red social *Tik-Tok* es la más empleada por los menores, especialmente en chicas.
- Altos niveles de significatividad entre los cursos y las redes sociales *Instagram* y *Youtube* por querer ser influencers. Entre las chicas destacan *Tik-Tok*, *Snapchat* e *Instagram* y entre los chicos *YouTube* e *Instagram*.
- Conocer qué *influencers* y temáticas son las más visitadas por los menores.

1. INTRODUCCIÓN

El uso de dispositivos digitales con conexión a Internet, el acceso a redes sociales y el interés por ser *influencer* es cada vez más frecuente entre los menores desde edades tempranas (Dúo-Terrón y Moreno-Guerrero, 2024; Ramos et al., 2018). Las necesidades de comunicación provocada por la pandemia de la COVID-19 entre las personas para participar en las actividades de aprendizaje en línea aceleró el uso de estos dispositivos (Carrera et al., 2024; Pedraza, 2021). Sin embargo, el acceso a Internet y redes sociales tienen sus beneficios (Espinosa, 2023; Roldán-Ramírez et al., 2016) como la conectividad a nivel global, la comunicación instantánea y el acceso a información y recursos educativos. Pero, también conlleva riesgos que plantean desafíos considerables para los menores y su bienestar (Fernández et al., 2024; Gallego-Arrufat et al., 2024).

El centro de interés de esta investigación es descubrir la pertenencia de los tipos de dispositivos digitales, el acceso a redes sociales y el interés por ser *influencer* entre jóvenes de 8 a 12 años en el

contexto español, es decir, correspondiente a los niveles 4.º, 5.º y 6.º de Educación Primaria. Además, averiguar la significatividad en función del sexo y curso de estos jóvenes por su interés en ser influencers.

1.1. Uso y gratificaciones de las redes sociales en menores

Katz et al. (1973) abordaba el siglo pasado una teoría de usos y gratificaciones sobre por qué los individuos eligen exponerse a determinados medios de comunicación, como la televisión o la radio, en función de motivaciones particulares para satisfacer necesidades y obtener gratificaciones. Actualmente la conexión a Internet ofrece una multitud de posibilidades y temáticas que deriva a una sociedad dependiente y a la vez más aislada por el uso de redes sociales (Kuz et al., 2016; Torres-Núñez et al., 2023). El uso de la tecnología varía en función de la edad, por ejemplo, en el caso de España el 89,2% de los menores de 10 años usa ordenador desde su hogar y el 54,2% desde otros lugares, el 92,5% navega por Internet en sus casas y el 61,2% desde otros lugares. Por último, el 21,6% dispone de móvil (INE, 2024). Estos datos establecen que la edad media para tener dispositivos móviles en España se sitúa a los 11 años (Consejo Ministros, 2025).

El uso y pertenencia de dispositivos conectados a Internet es la llave para acceder a las redes sociales. Es incuestionable que las redes sociales ofrecen a los menores de edad oportunidades excepcionales para trabajar, aprender y conectarse con amigos, familiares y compañeros de todo el mundo (Torres et al., 2024). Estas plataformas brindan la posibilidad de compartir vivencias, intereses y conocimientos, estimulando la creatividad y la expresión escrita (Gallego-Rodríguez, 2022). Pero estas plataformas con una amplia variedad de objetivos para los menores no sólo modulan la forma de relacionarse, sino que trascienden en la manera de comportarse y la forma de emplear el tiempo libre (Sánchez y Benítez, 2022).

En la etapa de Primaria el uso de plataformas, en ocasiones, procede de la presión del grupo de iguales, los desafíos virtuales que enfrentan entre ellos o por los retos vistos en otros influencers para que sean virales, divertidos y que les permitan conseguir seguidores y aprobación de los pares (me gusta) que son parte de su entretenimiento (Pérez-García et al., 2024). Por tanto, las principales gratificaciones en estas edades giran en torno a consumir o producir contenidos que generan fenómenos de popularidad, me gusta, comentario, compartido y viralidad (López-Navarrete et al., 2023). También la posibilidad de recibir obsequios de marcas y tener diferentes beneficios (Gutiérrez-Arenas y Ramírez-García, 2021), es decir, el *engagement* entendido como una medida del éxito de las publicaciones, aceptadas y valoradas por los usuarios (Ure, 2018).

1.2. Acceso a Internet y redes sociales

El acceso a Internet se ha convertido en una parte esencial de la rutina diaria de muchas personas, incluyendo a los menores de edad (García-Galera et al., 2018) debido a que son una herramienta valiosa al proporcionar acceso a recursos educativos en línea, facilitar la colaboración y el aprendizaje grupal (García, 2022). Además, la diversidad de temáticas que ofrecen Internet y las redes sociales se convierte en un reto crucial desde edades tempranas para ser críticos y saber diferenciar, identificar y seleccionar contenidos y fuentes fiables (Feijoo et al., 2025). Paralelamente, su uso conlleva compartir una huella digital (López, 2018), un imán para los denominados grupos vulnerables como los menores (Feijoo et al., 2025) debido a que numerosas actividades cotidianas nos obligan a interactuar con Internet y sus diversas formas de participación, moldean la presencia digital con repercusiones tanto favorables como

desfavorables (Sánchez, 2024). Las familias de los menores en la etapa de Educación Primaria tienen un rol clave a la hora de acompañar los procesos de aprendizaje de sus hijos e hijas, así como mediadores en el uso de plataformas digitales con o sin fines educativos (Goodall, 2020; Greenhow et al., 2021).

La normativa de Protección de Datos Personales en el contexto español, en la cual está basado este estudio, requiere que los adolescentes tengan al menos 14 años para poder ingresar y crear cuentas en redes sociales (Padilla-Castillo y Oliver-González, 2018). Solo a partir de esta edad los menores pueden registrarse con la autorización de los responsables legales, ya sea los titulares de la patria potestad o los tutores (LPDP, 2018). Uno de los objetivos de esta ley es evitar alojar datos personales en base de datos de acceso público a Internet que puedan ser empleados de forma dañina para el usuario (Puccinelli, 2016). A pesar de esta normativa, existen preocupaciones significativas acerca del uso de las redes sociales por parte de los menores (Sánchez y Benítez 2022) debido a la vulnerabilidad cuando no se utilizan adecuadamente (Sánchez y Álvarez, 2017).

Diversas investigaciones indican que un uso prolongado de las redes sociales se vincula con mayores niveles de distracción, dificultades en la atención sostenida y un deterioro en el desempeño académico (Boer et al., 2020). Asimismo, la dedicación excesiva a estas plataformas digitales se asocia con la aparición de dificultades emocionales, tales como ansiedad, disminución de la autoestima y aislamiento social, factores que inciden en la reducción de la concentración y la eficacia en las actividades académicas (Arab y Díaz, 2015). En particular, plataformas como *Instagram* y *Tik-Tok*, cuando se utilizan por más de dos horas diarias, pueden distraer de las responsabilidades académicas e influir de manera negativa en el rendimiento escolar de los estudiantes y sufrir problemas de sueño (Mamani-Marón et al., 2024; Muñoz-Franco et al., 2023; Rojí, 2024).

Otra inquietud está relacionada con la exposición inconsciente de los menores de los riesgos que conlleva el uso temprano a contenido inapropiado o perjudicial a pesar de las medidas de seguridad y las restricciones de edad implementadas por las plataformas de redes sociales (García-Rojas et al., 2023). Según Andrade et al. (2021) el 68 % de los menores entre 8 y 12 años ingresa a plataformas de redes sociales sin la autorización de sus tutores legales. Además, el 35 % de los menores ha tenido contacto con material inapropiado antes de cumplir los 12 años. Garantizar que los menores no encuentren contenido inapropiado como imágenes violentas, lenguaje ofensivo, información errónea, contenido sexual o ciberacoso sigue siendo un desafío (Fernández-Herrerías et al., 2023). La exposición, en ocasiones involuntarias, a estos contenidos puede tener consecuencias negativas para la salud mental y emocional de los menores (Besschetnova et al., 2021; Zhu et al., 2021), incluso con una relación existente entre la dependencia de Internet y el ciberbullying (Yudes-Gómez et al., 2018)

Por último, otro desafío asociado es el riesgo de adicción y dependencia (Tejada et al., 2023). Las características adictivas de las redes sociales como las notificaciones constantes, la validación social y la búsqueda de gratificación instantánea pueden llevar a los menores a pasar largas horas frente a las pantallas, descuidando actividades importantes como el estudio, el ejercicio físico y las interacciones con sus iguales (Amador-Ortíz, 2021), esto podría afectar negativamente su desarrollo personal, habilidades sociales y bienestar general (Arhuis y Ipanaque, 2021).

1.3. El papel de los influencers

La popularidad de los *influencers* ha experimentado un notable aumento entre la juventud, especialmente entre los menores (Rico, 2021). Las plataformas y temáticas que los menores emplean para visualizar o producir contenido dependen de factores como el contexto, el género o la edad (Cebollero-Salinas et al., 2021). Según el informe Qustodio (2025) *Tik-Tok* es la plataforma social donde los menores pasaron mayor tiempo en todos los países estudiados en el año 2024 (Reino Unido, Francia, España, Australia y EE.UU.). Los contenidos consumidos entre menores de 5º y 6º de Primaria por orden de interés son; música, videojuegos (*gamers*), retos (*challenges*), deportes, memes, mascotas, belleza y moda, viajes, etc (Gutiérrez-Arenas y Ramírez-García, 2021).

Estos personajes en línea se han convertido en modelos a seguir para muchos espectadores, creando contenido que entretiene, educa e incluso motiva a sus seguidores (Viteri y Pérez, 2022). No obstante, este fenómeno también ha suscitado preocupaciones respecto al impacto que podría tener en los menores. Es innegable que los *influencers* poseen la capacidad de llegar a un público extenso y captar la atención de los menores (Rodrigo-Martín et al., 2021) mediante una interacción corta de tiempo mediante un *videoselfie*, *imagen o texto* a través de las redes sociales (López-Navarrete et al., 2023).

A través de sus plataformas en línea los *influencers* pueden difundir mensajes positivos, estimular la creatividad y la expresión personal, así como fomentar habilidades como la comunicación y el pensamiento crítico (Cerdas-Aguero et al., 2022; Durazo et al., 2023). Muchos de ellos también abordan temas relevantes para la juventud como el empoderamiento, la diversidad y la conciencia social (Gavilán et al., 2017) generando un impacto positivo en la formación de valores y actitudes de los menores. Por consiguiente, los *influencers* pueden desempeñar el papel de modelos a seguir para los menores. Muchos de ellos han alcanzado el éxito mediante el esfuerzo, la dedicación y el talento en sus respectivos campos (Simón et al., 2021). Esto puede motivar a los menores a perseguir sus propias pasiones, perfeccionar sus habilidades y cultivar una mentalidad emprendedora. Además, algunos *influencers* utilizan sus plataformas para respaldar causas benéficas y sensibilizar sobre problemas sociales (García-Galera, 2018), involucrando a los menores en acciones solidarias y actividades positivas.

Por el contrario, existen inquietudes y desafíos sobre el interés de los *influencers* en los menores. Una de las principales preocupaciones radica en la ausencia de regulación y supervisión en el contenido presentado (Martínez-Maruri, 2022). Algunos *influencers* pueden promover productos o estilos de vida perjudiciales como el consumo excesivo de alimentos no saludables (Martínez y Vizcaíno, 2022), la adicción a los videojuegos (Rivera-Herrera, 2023) o la búsqueda obsesiva de la perfección física (García-Puertas, 2020). Esto puede tener efectos negativos en la salud física y mental de los menores, así como en su autoestima y percepción del cuerpo (Ramírez-Plascencia et al., 2022).

Además, el interés por los *influencers* en los menores también ha suscitado preocupaciones acerca de la comercialización y la influencia materialista (Digón-Regueiro et al., 2023), ya que muchos *influencers* colaboran con marcas y promocionan productos a través de sus plataformas en línea a cambio de ingresar dinero. Esto podría dar lugar a una sobreexposición de los menores a mensajes publicitarios y a la presión para consumir ciertos productos o adoptar determinados estilos de vida (Cervilla-Fernández y Marfil-Carmona, 2020) que no son reales. Los menores podrían ser fácilmente influenciados por estas estrategias de *marketing*, lo que podría fomentar una cultura de consumo insostenible y perpetuar una insatisfacción constante con sus posesiones (Casares-Ávila et al., 2017; Feijoo et al., 2025).

1.4. Justificación y objetivos

Es un hecho normalizado en esta sociedad ver a menores de cualquier edad acceder a Internet, bailar en medio de la calle con sus dispositivos electrónicos y hacer uso de redes sociales, aunque no tengan la edad recomendada. Además, surgen nuevas profesiones como la de *influencer*. Pero existen pocas investigaciones sobre el tipo de dispositivos y redes sociales que emplean estos menores, donde las familias son quienes proporcionan estos recursos y facilitan el acceso a estas plataformas que, en ocasiones, genera dependencia y adicción (Palmero et al., 2021; Pedrouzo y Krynski, 2023). Algunos países como Francia, Suecia o España prohíben o limitan el uso de móviles en las aulas en las etapas de Educación Primaria y Secundaria (González-Botija, 2019; MEFPD, 2024).

Por este motivo, este estudio tiene como objetivo principal averiguar la pertenencia a dispositivos electrónicos, el acceso a redes sociales y el interés por ser influencers que tienen 2762 menores en estudiantes de 4.º, 5.º y 6.º de Educación Primaria. Para alcanzar este objetivo, esta investigación tiene 3 propósitos:

- Conocer el tipo de dispositivo que emplean los menores de 8 a 12 años diferenciando por sexo y por niveles educativos.
- Examinar el uso de redes sociales que utilizan los menores de 8 a 12 años, diferenciando por sexo y por niveles educativos.
- Explorar el interés por ser *influencer* entre los menores de 8 a 12 años, diferenciando por sexo y niveles educativos.
- Averiguar la significatividad entre cursos y tipos de redes sociales en estudiantes con interés por ser *influencer*.

2. MÉTODO

Esta investigación está basada en estudio descriptivo, comparativo y correlacional con el cálculo de Chi-cuadrado de *Pearson* que permite conocer la asociación entre cursos educativos y tipos de redes sociales en el interés por ser influencer, además, el diseño de la investigación empleó métodos cuantitativos en el tratamiento de datos (Gertrudis, 2006; Inga-Paida et al., 2020).

2.1. Participantes

La muestra de este estudio fueron 2.762 estudiantes, lo que representa al 79% del total de estudiantes entre 8 y 12 años inscritos en 4º, 5º y 6º de Educación Primaria en la ciudad autónoma de Ceuta (España) en el momento del estudio según información proporcionada por la Dirección Provincial del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (MEFPD) de dicha ciudad. Ceuta cuenta con una población que supera los 83.000 habitantes y destaca por su diversidad lingüística y cultural. Según el informe del Consejo Escolar del Estado de 2019, el 32% de la población de esta ciudad tenía como lengua materna el *Dariya*, un dialecto coloquial del árabe utilizado exclusivamente de forma oral y que no cuenta con reconocimiento oficial (Consejo escolar del estado, 2019). En la Tabla 1 son detallados los datos de la muestra.

Tabla 1.*Muestra por niveles educativos, edad y sexo*

Nivel educativo	Edades (n)	Total (n)	Masculino (n)	Femenino (n)
4.º Primaria	8 y 9	870	440	430
5.º Primaria	10 y 11	968	504	464
6.º Primaria	11 y 12	924	460	464
4.º, 5.º y 6.º Primaria	8 a 12	2762	1404	1358

2.2. Instrumento

Para obtener los resultados del estudio, se diseñó un cuestionario *ad-hoc* con el objetivo de identificar el tipo de pertenencia de dispositivos digitales y el uso de redes sociales entre los estudiantes. Al no encontrar un cuestionario actualizado y validado en investigaciones previas con esta temática (Suárez y Álvarez, 2024) y con el fin de garantizar la validez y confiabilidad del cuestionario, se realizó una prueba piloto con un grupo reducido de estudiantes (n=14), quienes proporcionaron retroalimentación sobre la claridad y comprensión de los ítems. A partir de sus comentarios, se realizaron ajustes menores en la redacción de algunas preguntas para evitar ambigüedades. Adicionalmente, se calculó el coeficiente *Alfa de Cronbach* para medir la consistencia interna del cuestionario, obteniéndose un valor de 0.81, lo que indica una fiabilidad adecuada.

Este cuestionario anónimo se administró en formato impreso debido a las restricciones existentes para el uso y compartición de dispositivos digitales tras la pandemia. El cuestionario incluía preguntas sobre variables sociodemográficas como edad, nivel educativo y sexo. En cuanto a la disponibilidad de dispositivos y el uso de redes sociales, se formularon preguntas de respuesta cerrada con opciones "Sí", "No" o "No contesto". Los dispositivos analizados incluían conexión a Internet/Wifi, ordenador de escritorio, ordenador portátil, tablet, teléfono móvil, reloj inteligente o la opción de no disponer de ninguno de ellos. Respecto a las redes sociales, se evaluó la presencia en *TikTok*, *YouTube*, *Instagram*, *Snapchat*, *Facebook*, *X* (anteriormente *Twitter*) y correo electrónico propio distinto al del centro educativo, además de la opción de no tener redes sociales.

Para explorar el interés por ser *influencer*, se incluyó una pregunta específica en la que los estudiantes debían seleccionar si les gustaría dedicarse a esta actividad en el futuro, utilizando un tipo de respuesta cerrada. También se les consultó sobre sus motivaciones, como la posibilidad de obtener ingresos, alcanzar reconocimiento social o compartir contenido de interés.

2.3. Procedimiento

La primera fase de la investigación se produjo durante el curso escolar 2021-2022. En primer lugar, fue organizado un seminario organizado por la Dirección Provincial de Educación de Ceuta. Posteriormente, todos los centros educativos de la ciudad de Ceuta (España), con una excepción, dieron su aprobación para llevar a cabo el seminario. En una fase posterior, los investigadores recopilaron datos a través de un cuestionario voluntario impreso distribuido entre los estudiantes de 4.º, 5.º y 6.º nivel de Educación Primaria. Por último, una vez recopilados los datos, se procedió a introducir los datos en el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSSv28) para extraer los resultados de las medias. Para la extracción de los resultados en relación con la significatividad de las variables cursos y el uso de las redes

sociales de la muestra por el interés de ser *influencer*, se realizó un análisis estadístico descriptivo con tablas cruzadas donde se insertaron los diferentes cursos y redes sociales analizados con la muestra total y diferenciada por sexo, posteriormente, se procedió al cálculo de correlación de *Pearson* para identificar las correlaciones entre las variables.

3. RESULTADOS

Los resultados de la Tabla 2 muestran que el uso de dispositivos digitales conectados a Internet entre los menores de 8-12 años es elevado, especialmente el teléfono móvil, donde el 86.2% confirma el uso del móvil en los hogares a pesar de que tienen acceso a Internet o Wifi un 78% de los menores. El reloj inteligente es el dispositivo con un porcentaje más bajo (27.6%). Solo un 2% de la muestra asegura no tener acceso a ningún dispositivo digital. El siguiente dispositivo más frecuentado por los menores en los hogares es la tablet (61,7%). Observando las diferencias de sexos, el sexo femenino confirma tener un mayor acceso a los teléfonos móviles que el sexo masculino. Sin embargo, el sexo masculino tiene mayor acceso a Internet o Wifi.

Tabla 2.

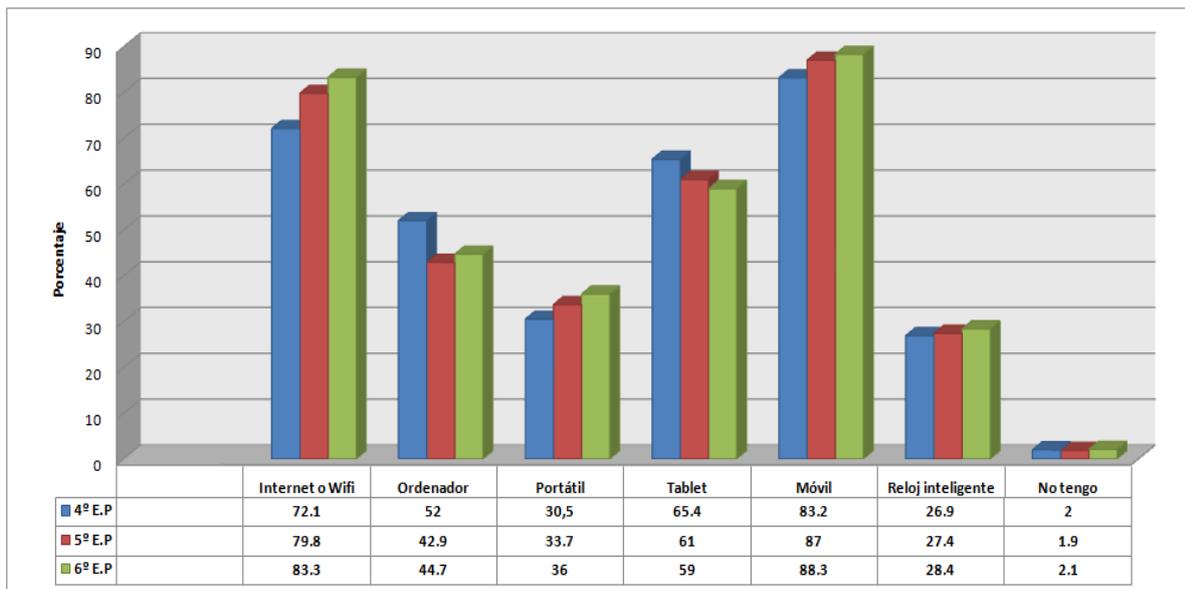
Dispositivos digitales de menores de 8 a 12 años

Dispositivos	Sí	%	No	%	Masculino %	Femenino %
Internet o Wifi	2170	78.5	592	21.4	80.0	77.0
Ordenador	1280	46.3	1482	53.7	49.1	43.4
Portátil	924	33.5	1838	66.5	35.4	31.4
Tablet	1704	61.7	1058	38.3	60.0	63.4
Móvil	2382	86.2	380	13.8	84.3	88.2
Reloj inteligente	761	27.6	2001	72.4	29.8	25.2
No tengo	54	2.0	2708	98.0	2.1	1.8

En la Figura 1, atendiendo a los diferentes niveles educativos, se observa como el uso de Internet/Wifi, móvil y reloj inteligente aumenta según la edad. Esto no ocurre con la tablet que es más frecuentada por los estudiantes más jóvenes de 4º de Educación Primaria y conforme aumenta la edad disminuye su uso. El mayor valor se aprecia en el uso de teléfonos móviles en 6º de Educación Primaria con un 88.3%.

Figura 1.

Uso de dispositivos electrónicos por niveles educativos



En relación al uso de dispositivos por niveles educativos y sexos, se observa en la Tabla 3 que el teléfono móvil es el dispositivo más empleado entre los menores, pero las chicas de 6º de Educación Primaria (90.1%) y 5º de Primaria (89%) son los que más uso realizan de este dispositivo en relación con el sexo. A Internet o Wifi tiene más acceso el sexo masculino de 6º de Educación Primaria. En relación con el ordenador (57.3%) y reloj inteligente (32.7%) el sexo masculino de 4º de Educación Primaria son quienes admiten tener más dispositivos. Existe una mayor diferencia de 11.8, 10.8 y 7.8 puntos mayor en el sexo masculino que el femenino en relación al uso de reloj inteligente, ordenadores y portátiles respectivamente en el nivel de 4.º de Educación Primaria.

Tabla 3.

Dispositivos digitales en función del nivel educativo y el sexo

Dispositivos	4.º E.P.	4.º E.P.	5.º E.P.	5.º E.P.	6.º E.P.	6.º E.P.
	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.
Internet o Wifi	72.5	71.6	81.9	77.4	85.0	81.7
Ordenador	57.3	46.5	44.6	40.9	46.3	43.1
Portátil	34.3	26.5	34.9	32.3	37.0	35.1
Tablet	65.2	65.6	57.1	65.1	58.3	59.7
Móvil	81.1	85.3	85.1	89.0	86.5	90.1
Reloj inteligente	32.7	20.9	28.4	26.3	28.7	28.0
No tengo	2.0	1.9	2.2	1.5	2.2	1.9

Nota. Masc.: Masculino; Fem.: Femenino

Los resultados obtenidos en relación a las redes sociales se muestran en la Tabla 4 y posiciona a la red social *Tik-Tok* como la más usada entre los jóvenes de 8-12 años con un 62.6%, aunque existe una diferencia de 19.9 puntos más a favor del sexo femenino que emplea más esta red que el masculino. La siguiente red social más empleada es *Youtube* con un 52.6% de uso entre los jóvenes, esta vez es el sexo

masculino quien más emplea esta red con 11.2 puntos más que el sexo femenino. Un 7.3% de la muestra afirma no tener redes sociales, sin embargo, un 8.3% del sexo masculino asegura no tener redes sociales frente al 6,3% del sexo femenino. Además, en la Figura 2 se muestra el uso de redes sociales por niveles educativos.

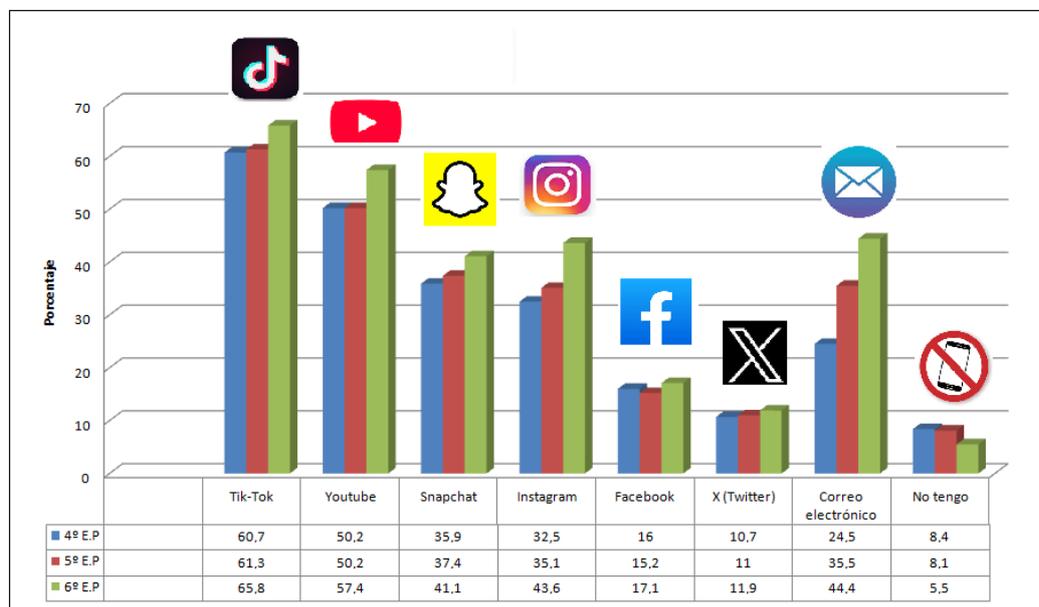
Tabla 4

Uso de redes sociales en jóvenes de 8-12 años y por sexo

RRSS	Sí	%	No	%	Masculino %	Femenino %
Tik-Tok	1729	62.6	1033	37.4	52.8	72.7
Instagram	1026	37.1	1736	62.9	42.0	32.2
Facebook	444	16.1	2318	83.9	19.4	12.7
X (Antiguo Twitter)	309	11.2	2453	88.8	14.2	8.1
Youtube	1453	52.6	1309	47.4	58.1	46.9
Correo electrónico	967	35.0	1795	65.0	37.8	32.1
Snapchat	1054	38.2	1708	61.8	28.5	48.2
No tengo	202	7.3	2560	92.7	8.3	6.3

Figura 2.

Uso de redes sociales en menores de 8-12 años y por sexo



En relación a los resultados del uso de redes sociales por niveles educativos y sexos de la Tabla 5, el sexo femenino en 6.º de Educación Primaria (77.4%) admite tener un mayor uso, destacando la red social *Tik-Tok*. Esta red para el sexo femenino tiene un crecimiento de uso por cada nivel educativo. Hay un porcentaje menor en el sexo masculino que usan *Tik-Tok*, concretamente en 6º Educación Primaria con una diferencia de 23.3 puntos respecto al sexo femenino.

Tabla 5.
Redes sociales por nivel educativo y sexo

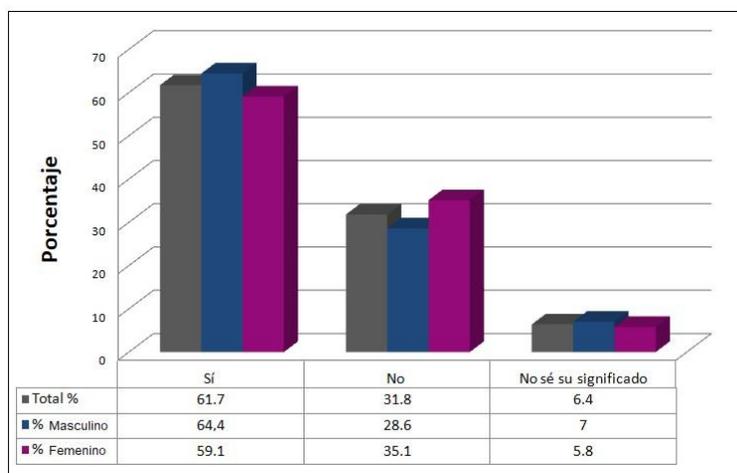
RRSS	4.º E.P.	4ª.º E.P.	5.º E.P.	5.º E.P.	6.º E.P.	6.º E.P.
	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.
Tik-Tok	52.0	69.5	52.4	70.9	54.1	77.4
Youtube	55.2	45.1	54.8	45.3	64.6	50.2
Snapchat	28.4	43.5	27.0	48.7	30.2	51.9
Instagram	38.6	26.3	39.7	30.2	47.6	39.7
Facebook	19.1	12.8	17.5	12.7	21.7	12.5
X (Antiguo Twitter)	13.6	7.7	12.9	8.8	16.1	7.8
Correo electrónico	25.2	23.7	37.5	33.4	50.2	38.6
No tengo	10.0	6.7	9.7	6.3	5.0	6.0

Nota. Masc.: Masculino; Fem.: Femenino

Para el sexo masculino la red más empleada es *Youtube* en el nivel de 6º de Educación Primaria con una diferencia en relación al sexo femenino de 14.4 puntos. *Instagram* es otra red con mayor uso por el sexo masculino. La red social *Snapchat* es la segunda más empleada por el sexo femenino y también con un crecimiento según aumenta de nivel educativo y con una gran diferencia con el sexo masculino de hasta 21.7 puntos en 5.º y 6.º Educación Primaria. El 10% del sexo masculino de 4.º de Educación Primaria asegura no utilizar ninguna red social, siendo el nivel educativo y sexo con una puntuación más alta. Las redes sociales *Facebook* y *X*, son las menos empleadas en estas edades. El correo electrónico aumenta su uso conforme aumenta el nivel educativo, aunque es más empleado entre el sexo masculino.

La Figura 3 muestra el interés de la muestra total por ser *influencer* y la diferencia entre sexos. El 61.7% de los jóvenes de 8-12 años admite querer ser *influencer*, de los cuales el sexo masculino tiene más interés (64.4%) que el femenino (59.1%). Solo un 6.4% de la muestra admite no saber que es el término *influencer*, existiendo mayor desconocimiento por el sexo masculino (7%) que el femenino (6.8%).

Figura 3.
Interés por ser influencers



En relación al interés por ser *influencer* por niveles educativos y sexos que se observan en la Tabla 6, el sexo masculino en 6º de Educación Primaria presenta unos valores más alto con un 65.9%. Sin embargo, en 4.º de Educación Primaria el sexo femenino presenta un mayor interés en 4º de Educación Primaria con respecto al masculino. En los 3 niveles del sexo masculino se produce un aumento del interés según aumentan de curso, al contrario que el femenino que disminuye. Además, se observa un mayor desconocimiento por ser *influencer* en el sexo masculino de 4.º de Educación Primaria, representando un 10.5%.

Tabla 6.
Interés por ser influencers por nivel y sexo

¿Te gustaría ser influencers?	4.º E.P.	4.º E.P.	5.º E.P.	5.º E.P.	6.º E.P.	6.º E.P.
	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.
Sí	61.8	64.9	65.1	56.7	65.9	55.8
No	27.7	29.3	28.0	35.8	30.2	39.9
No sé lo que significa	10.5	5.8	6.9	7.3	3.7	4.3

Nota. Masc.: Masculino; Fem.: Femenino

Finalmente, en la tabla 7 se muestran las relaciones estadísticas por cursos con las redes sociales de aquellos estudiantes con interés por ser *influencer*. Los resultados de *Pearson* $<0,05$ asumen la hipótesis afirmativa que determinan a nivel general de la muestra una relación estadísticamente significativa entre las variables cursos y las redes sociales *Youtube* con un p -valor=.005 (Sig.= .005) e *Instagram* con un p -valor=.000 (Sig.= 0.000) para aquellos estudiantes con interés en ser influencers. Sin embargo, diferenciando por sexo, el masculino tiene una relación significativa en las redes sociales *Youtube* (p =.003) e *Instagram* (p =.011) y el sexo femenino en las redes sociales *Tik-Tok* (p =.018), *Instagram* (p =.000) y *SnapChat* (p =.039). El resto de las variables no presentan correlaciones.

Tabla 7.
Significatividad entre cursos y redes sociales en el interés por ser influencer

Pruebas	Tik-Tok		Youtube		Instagram		SnapChat		Facebook		Twitter	
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	
Chi-cuadrado de Pearson	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	Asin.	
	Valor	(b)	Valor	(b)	Valor	(b)	Valor	(b)	Valor	(b)	Valor	(b)
General	1,938	.380	10.502	.005*	16.037	.000*	1.354	.508	.478	.787	3.027	.220
Masculino	.461	.794	11.698	.003*	9.097	.011*	315	.539	2.300	.317	3.245	.197
Femenino	8.020	.018*	3.099	.212	19.598	.000*	6.469	.039*	.096	.953	.096	.953

*Valor Sig. Asin. (b)= Significación Asintótica Bilateral $< 0,05$, existe una relación estadísticamente significativa entre las dos variables

4. DISCUSIÓN

A partir de los resultados se inicia la discusión sobre el uso de dispositivos, redes sociales e interés por ser *influencers* entre menores entre 8 y 12 años, un tema extenso y complejo que debe ser tratado desde los posibles beneficios hasta las limitaciones derivadas de los riesgos y desafíos implicados como indica el estudio de Sánchez y Benítez (2022), con la finalidad de acercar las inquietudes a diferentes

agentes como el familiar, educativo, social y las administraciones políticas, según señala Sánchez-Vera (2024).

En relación al primer objetivo, los resultados revelan que los menores del estudio tienen acceso a herramientas tecnológicas conectadas a Internet desde 4º de Educación Primaria (8-9 años) en el año 2022 aunque el Consejo de Ministros (2025) sitúa la edad media para tener un móvil en 11 años. El 86% de los menores entre 8 y 12 años del estudio usan móviles, unos datos por encima de la media de España según el INE (2024) con un 21,6%, por el contrario, estos resultados están por debajo en recursos como la conexión a Internet u ordenador. Esta realidad plantea un debate sobre qué factores o variables influyen en establecer una media de edad idónea para tener dispositivos si existe un uso responsable desde ámbitos como la familia y la escuela. En esta línea Cebollero-Salinas et al. (2021) plantea rebajar la franja de edad al realizar investigaciones sobre el uso de dispositivos conectados a Internet e incorporar pautas educativas distintas sobre las gratificaciones de uso de Internet según contexto, género y edad.

Desde el contexto familiar podemos encontrar diferentes tipos de familias que controlan el uso de estos dispositivos a los menores y puede ser beneficioso para conectarse y estar informados con sus iguales de acuerdo con las investigaciones de Fernández-Herrerías et al. (2023), Gallego-Rodríguez (2022), García (2022), Torres-Núñez et al. (2023) y Sánchez y Benítez (2022). Además, según Lardies y Potes (2022) el uso de dispositivos y plataformas sociales pueden favorecer la construcción de una identidad digital positiva en los jóvenes al permitirles expresarse y explorar distintos aspectos de su personalidad, así como fortalecer relaciones existentes y facilitar la creación de nuevas conexiones.

Los inconvenientes, en palabras de los autores, provienen cuando desde las familias no existe un control parental por diferentes motivos (sexo, curso y nivel educativo del padre y de la madre) de acuerdo con García-Rojas et al. (2023) lo cual permite el acceso a contenidos inapropiados por parte de los menores, lo que resalta la importancia de fomentar en el alumnado una actitud crítica frente a la tecnología, el uso educativo de internet y las redes sociales. Andrade et al. (2021) señala que solamente 1 de cada 3 jóvenes reciben pautas o instrucciones de sus familias para el uso responsable de la tecnología. Otro aspecto relevante es la hora y tiempo de acceso a Internet por parte de los menores que pueden afectar al descanso o salud de los menores de Educación Primaria con una supervisión por parte de ellos progenitores que no alcanzan los niveles considerables como señala Gómez-Moreno y Ramírez-García (2025) lo que permite replantear el rol e importancia de las escuelas en la educación digital.

Los resultados del estudio determinan que solamente el 2% de los estudiantes admiten no tener dispositivos en sus hogares, sin embargo, en el contexto español de esta investigación, el gobierno ha implementado medidas restrictivas sobre el uso de dispositivos en los centros de Educación Primaria y Secundaria (MEFPD, 2024; Padilla-Castillo y Oliver-González, 2018), medidas contradictorias que desde la escuela deberían ser un impulso hacia la formación y desarrollo de las competencias claves como es la competencia digital y enfoques pedagógicos que incluyen los currículos educativos, incluso, desde la etapa de Educación Infantil como indica Sánchez-Vera (2024).

En relación con el segundo y tercer objetivo del estudio, los resultados obtenidos evidencian entre los menores altos niveles de uso de redes sociales e interés por ser *influencers* en los cursos analizados, esto conlleva una atención y evaluación de los posibles riesgos psicosociales y emocionales que los menores se enfrentan al hacer uso de estas plataformas. Tomando como referencia estos resultados es importante tomar medidas desde diferentes ámbitos para asegurar un entorno digital saludable y seguro para los menores en línea con el estudio de Rojí (2024) proporcionando a las familias

herramientas y apoyo para poder ejercer su labor educativa y de acompañamiento, al mismo tiempo que destaca la relevancia del sistema educativo como un espacio fundamental para la adquisición de estrategias y competencias esenciales en el uso responsable y seguro de Internet. Esto permite acceder a contenidos educativos y recursos en línea, enriqueciendo tanto el aprendizaje formal como el informal de los menores, en consonancia con los hallazgos de Cerdas-Aguero et al. (2022) y Durazo et al. (2023). Los autores consideran esenciales las orientaciones del estudio de Sánchez y Benítez (2022) considerando que los padres y tutores comprendan cuáles son las redes sociales de mayor alcance entre los menores, dado que la naturaleza de su exposición y la forma en que interactúan con estas plataformas determinarán los distintos riesgos a los que pueden estar expuestos.

En el ámbito académico este enfoque puede estimular la creatividad, fomentar la expresión artística y potenciar el desarrollo de habilidades digitales, aspectos que pueden resultar beneficiosos para su futuro profesional. Entre las plataformas de redes sociales, *Tik-Tok* ejerce una influencia directa en este estudio en los menores de 8 a 12 años, en especial en el sexo femenino que cursa 6º nivel de Educación Primaria donde 3 de cada 4 estudiantes aproximadamente admiten usar esta red. En este sentido, diversos estudios destacan la relevancia de implementar medidas preventivas desde el ámbito escolar, tal como sugieren Cebollero-Salinas et al. (2021) a través de investigaciones que permitan identificar las principales gratificaciones derivadas del uso de las redes sociales y reconocer los perfiles de menores en situación de mayor vulnerabilidad. Esto resulta especialmente relevante debido a los posibles efectos negativos que plataformas como *Tik-Tok* pueden tener en estudiantes de Educación Primaria, tales como problemas emocionales incluyendo ansiedad, baja autoestima y aislamiento (Arab y Díaz, 2015). Estas problemáticas pueden incidir directamente en la concentración y la productividad académica rendimiento escolar, como lo señalan Mamani-Marón et al. (2024) y Muñoz Franco et al. (2023).

La figura de los *influencers* ha emergido como destacadas personalidades en las plataformas de redes sociales ejerciendo una notable influencia sobre audiencias de todas las edades a través de *Streaming* que permiten a los usuarios asumir un punto de vista en primera persona, incluyendo a los jóvenes como señalan Belli y Aceros (2020), Rico (2021) y Viteri y Pérez (2022) corroborando los hallazgos de esta investigación, donde 6 de cada 10 menores aproximadamente aspiran a convertirse en *influencers* en el futuro. Los hallazgos de este estudio reflejan una proporción del interés por convertirse en influencer que duplica la reportada en la investigación de Gutiérrez-Arenas y Ramírez-García (2021), en la cual el 30% de los estudiantes de 5º y 6º de Educación Primaria expresaron su aspiración de ser youtubers o influencers. Estos resultados plantean interrogantes sobre las variables que influyen en dicho deseo, descartando la autoestima como factor determinante y apuntando, en cambio, hacia la necesidad constante de atención y admiración por parte de los menores, lo que sugiere una relación con rasgos de narcisismo.

Focalizando en el último objetivo del estudio sobre el tipo de red social más influyente para querer ser influencers encontramos *Instagram* y *Youtube* las más destacadas entre toda la muestra, sin embargo, analizando por sexo existen diferencias con una tendencia entre el sexo femenino por *Tik-Tok*, *Intagram* y *SnapChat* y entre el sexo masculino por *Youtube* e *Instagram*. Estas plataformas tienen un eje común como señalan los estudios de Martínez et al. (2023) y Pedrouzo y Krynski (2023) donde los menores pueden asumir el rol de consumidores y creadores al compartir videos y retos virales que tiene un impacto en su comportamiento en la formación de la identidad de sexo, ya que su contenido aborda modismos, comportamientos y establece relaciones virtuales que definen los roles del sexo masculino y femenino. Es decir, una realidad convertida en un escaparate digital a través de las pantallas que

sustituyen a los escaparates físicos tradicionales para los menores españoles como señala el estudio de Zozaya-Durazo et al. (2023).

Esta realidad presenta dos problemáticas según los autores entre los menores, incluso con control parental, la huella digital y los problemas de salud. En relación a la huella digital, el alojamiento y la cesión de imágenes al acceder a plataformas sociales y, a pesar de las buenas intenciones que puedan tener los padres, según López (2018) el exceso de información compartida puede poner en riesgo la privacidad y seguridad de los niños, al revelar datos como su nombre, edad, fecha de nacimiento, domicilio, colegio, etc. y hacerlos vulnerables exponiéndolos a amenazas como el acoso, el *grooming* o el *sexting*. En relación a problemas de salud mental y bienestar de menores a edades tempranas, tal como sugieren los estudios de Besschetnova et al. (2021) y Zhu et al. (2021) una exposición constante a vidas aparentemente perfectas, cuerpos ideales y estándares de belleza inalcanzables pueden provocar comparaciones sociales, afectar negativamente la autoestima y la salud mental en los menores. Además, la presión de estar al tanto de las tendencias y productos más recientes puede fomentar un comportamiento de consumo excesivo y generar ansiedad en los menores, especialmente debido a una limitada alfabetización publicitaria. En este contexto, los autores enfatizan la importancia de educar sobre una alfabetización publicitaria digital desde dispositivos conectados a Internet, en línea con el estudio de Feijoo et al. (2025) sobre la promoción engañosa y la exposición de los niños a prácticas de consumo poco saludables.

5. CONCLUSIONES

Las conclusiones de este estudio en relación al uso de dispositivos es que existe un alto índice de menores de 8 a 12 años que utilizan dispositivos electrónicos conectados a Internet, destacando el teléfono móvil con un 86.2 de media de uso, con un mayor nivel del 90.1% en el sexo femenino que cursan 6º de Educación Primaria (11-12 años). Mientras las escuelas se preocupan por la educación y competencia digital, las familias dotan de estos dispositivos a los menores. Únicamente un 2% de la muestra admite no tener acceso a ningún dispositivo.

En relación el acceso a redes sociales la plataforma *Tik-Tok* es la más utilizada para el sexo femenino en 6º de Educación Primaria con un 77.4% con 23.3 puntos más sobre el masculino. El sexo masculino emplea más la plataforma *Youtube* con un porcentaje de 64.6% en 6º de Educación Primaria con 14.4 puntos más que el femenino. Un 7.3% de los menores admite no tener redes sociales con un mayor índice de no uso en el sexo masculino sobre el femenino. El interés por ser *influencer* es mayor en el sexo masculino con un 64.4% de media respecto al femenino con un 59.1%. Dentro de la muestra destaca que un 65.9 % del sexo masculino de 6º de Educación Primaria quiere ser *influencer*. Sin embargo, en el sexo femenino el mayor índice se encuentra en 4º de Educación Primaria con un 64.9% de interés por ser *influencer*.

Existe correlaciones en el interés por ser *influencers* entre el uso de las redes sociales y los cursos analizados. *Instagram* y *Youtube* tiene niveles de significatividad por cursos en toda la muestra, sin embargo, en el sexo femenino esta significatividad se encuentra en las redes *Tik-Tok*, *Intagram* y *SnapChat* en el sexo masculino en las plataformas *Youtube* e *Instagram*.

Los resultados del estudio proporcionan datos empíricos relevantes para familias, educadores y administraciones, evidenciando el incremento en el uso de tecnologías y redes sociales en edades tempranas, desde los 8 años en los hogares. Esto plantea interrogantes fundamentales sobre la edad

óptima para la introducción de dispositivos digitales conectados a internet en los hogares. Además, se cuestionan decisiones administrativas que limitan o restringen el uso de pantallas y conexión a Internet en las escuelas, un espacio cuyo objetivo es educar para la vida, en este caso educar digitalmente de manera segura y pedagógica. En consecuencia, los autores proponen una colaboración sinérgica entre familias y escuelas, facilitando implicaciones prácticas para el uso de aplicaciones educativas con controles parentales con el objetivo de fomentar el desarrollo de la competencia digital segura, crítica y responsable entre los menores y las familias.

Entre las limitaciones del estudio destaca la falta de consideración del tiempo y franja de conexión dedicado al uso de redes sociales, así como la muestra enfocada en un mismo contexto sociodemográfico. Como futuras líneas de investigación resulta esencial explorar el impacto que tendrá en el desarrollo de la competencia digital, el rendimiento académico y el bienestar de los menores las limitaciones en el uso de pantalla en las escuelas y los hogares. Finalmente, sería pertinente llevar a cabo una investigación que analice los tipos de influencers y las gratificaciones que tienen los menores en estas franjas de edad.

6. FINANCIACIÓN O RECONOCIMIENTOS

Este artículo deriva de la tesis doctoral presentada en el año 2023 por el autor principal y titulada: STEAM en Educación Primaria: impacto en las competencias y motivación del alumnado de Ceuta.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amador-Ortíz, C. M. (2021). Influencia de la adicción a las redes sociales en la reprobación escolar de estudiantes de nivel licenciatura. *CienciaUAT*, 16(1), 62-72.
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i1.1510>
- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A., y Suárez, F. (2021). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. Madrid: UNICEF España.
- Arab, E., y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Clínica Las Condes*, 26(1), 7–13.
<https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Arhuis, W. S., y Ipanaqué, M. (2021). La relación entre las habilidades sociales, bienestar psicológico y rendimiento académico en estudiantado universitario de Chimbote, Perú. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)*, 27(2), 1-14. <https://doi.org/10.15359/ree.27-2.15848>
- Belli, S., y Aceros, J. C. (2020). La confianza distribuida en las redes: un estudio de caso en el ámbito de los movimientos sociales. *Redes*, 31(1), 46-56. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.858>
- Besschetnova, O. V., Volkova, O. A., Aliev, S. I., Ananchenkova, P. I., y Drobysheva, L. N. (2021). The effect of digital mass media on mental health of children and youth. *Problemy Sotsial'noi Gigieny, Zdravookhraneniia i Istorii Meditsiny*, 29(3), 462-467. <https://doi.org/10.32687/0869-866X-2021-29-3-462-467>
- Boer, M., Stevens, G., Finkenauer, C., y Eijnden, R. (2020). Attention deficit hyperactivity disorder symptoms, social media use intensity, and social media use problems in adolescents: Investigating directionality. *Child Development*, 91(4). <https://doi.org/10.1111/cdev.13334>
- Carrera, V. H., Bonilla, L. G., Carrera, M. R., Lata, S. F., y Ruiz, L. M. (2024). Educación virtual e interculturalidad: un reto en Surupucyu durante la pandemia: Virtual education and

- interculturality: a challenge in Surupucyu during the pandemic. *LATAM Revista latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*, 5(1), 389 – 405. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i1.1595>
- Casares-Ávila, L., Cáceres-Muñoz, J., y Martín-Sánchez, M. (2017). Análisis y prospectiva histórico-pedagógica de la Educación para el Consumo en el sistema educativo español. *EA, Escuela abierta*, 20, 63-79.
- Cebollero-Salinas, A., Cano-Escoriaza, J., y Orejudo-Hernández, S. (2021). Abuso de Internet y adolescentes: gratificaciones, supervisión familiar y uso responsable. Implicaciones educativas y familiares. *Digital Education Review*, 39. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.42-59>
- Cerdas-Aguëro, G., López-Hernández, M., y González-Esquivel, N. M. (2022). *Estudio de la cultura visual en estudiantes de cuarto grado de primaria como fuente de información para incentivar el pensamiento crítico por medio de talleres artísticos visuales en el Sistema Educativo San Lorenzo*. [Trabajo fin de grado, Universidad Nacional de Costa Rica]. <http://hdl.handle.net/11056/23799>
- Cervilla-Fernández, A., y Marfil-Carmona, R. (2020). Publicidad e infancia en Instagram. Análisis del uso de la imagen de niños y niñas por parte de madres influencers. En Sh. Liberal Ormaechea y L. Mañas Viniegra (coords.) *Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva* (pp. 201-212). McGraw-Hill. <http://hdl.handle.net/10481/61270>
- Consejo de Ministros. (2025). *El Gobierno refuerza la protección de los menores en los entornos digitales*. La Moncloa. <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/paginas/2025/250325-rueda-de-prensa-ministros.aspx>
- Consejo Escolar del Estado. (2019). Informe sobre el Estado del Sistema Educativo Ceuta y Melilla Curso 2017-2018; Ministerio de Educación y Formación Profesional: Madrid, España, 2019.
- Digón-Regueiro, P., Castro Rodríguez, M., y Rodríguez, A. (2023). Menores influencers y la importancia de una alfabetización mediática crítica. *Revista de Educación Mediática y TIC*, 12(1). <https://doi.org/10.21071/edmetic.v12i1.15223>
- Dúo-Terrón, P., y Moreno-Guerrero, A. J. (2024). Uso de redes sociales e intereses por ser influencers en el alumnado de 6º de Primaria de Ceuta. En Trujillo, F. y Cortina-Pérez, Beatriz, *Estudios en y sobre la frontera*, pp. 44-59, Dykinson.
- Durazo, L. Z., Kačínová, V., Chalezquer, C. S., y Fernández, B. F. (2023). El consumo crítico de influencers por menores en Eslovaquia. *Methados. Revista de ciencias sociales*, 11(2), 4. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.624>
- Espinosa, P. A. (2023). Análisis de las Redes sociales más utilizadas por los niños y jóvenes. *Polo del conocimiento*, 8(5), pp. 574-588. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i5>
- Feijoo, B., Núñez-Gómez, P., y Álvarez-Flores, E. P. (2025). La alfabetización publicitaria de niños y adolescentes ante los nuevos formatos digitales. *Index comunicación, Revista científica de comunicación aplicada*, nº 15(1), 13-29. <https://doi.org/10.62008/ixc/15/01Laalfa>
- Fernández-Herrerías, A., Jiménez-Torres, M. G., Moreno-Guerrero, A. J., y Dúo-Terrón, P. (2023). Cyberaggression and cybervictimisation in school youth - the influence of age and sex. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 21(1), 18-25.
- Fernández-Herrerías, A.I., Jiménez-Torres, M.G., Dúo-Terrón, P., y Moreno-Guerrero, A.J. (2024). Cyberaggression and cybervictimisation in adolescents: Bibliometric analysis in web of science. *Heliyon*, 10(1), E23329. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23329>
- Gallego-Arrufat, M. J., García-Martínez, I., Romero-López, M. A., y Torres-Hernández, N. (2024). Digital rights and responsibility in education: A scoping review. *Education Policy Analysis Archives*, 32(3). <https://doi.org/10.14507/epaa.32.7899>

- Gallego-Rodríguez, A. (2022). *Redes sociales y repercusión en la infancia. El papel de la escuela*. [Trabajo final de grado] Repositorio Institucional de la Universidad de Oviedo. <http://hdl.handle.net/10651/64356>
- García, L. (2022). *Las redes sociales en el aula de primaria: el ejemplo de Tik-Tok*. [Trabajo final de grado, Universidad de Valladolid] Facultad de Educación de Palencia. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58614>
- García-Galera, C., Fernández-Muñoz, C., y Olmo-Barbero, J. (2018). La comunicación del Tercer Sector y el compromiso de los jóvenes en la era digital. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 23(44). <https://doi.org/10.1387/zer.19164>
- García-Puertas, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española De Comunicación En Salud*, 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- García-Rojas, A. D., Hernando-Gómez, Á., Gutiérrez-Arenas, M. P., y Prieto-Medel, C. (2023). Utilización, control parental y percepción de riesgos ante el uso de dispositivos móviles del alumnado de tercer ciclo de Educación Primaria. *Psychology, Society and Education*, 15(3), 48-56. <https://doi.org/10.21071/psye.v15i3.16081>
- Gavilan, D., Martínez-Navarro, G., y Fernández-Lores, S. (2017). Universitarios y redes sociales informativas: Escépticos totales, moderados duales o prodigitales. *Grupo comunicar*, 53(4), 61-70. <http://digital.casalini.it/10.3916/C53-2017-06>
- Gertrudis, M. (2006). Actitudes de profesores de la Universidad Central de Venezuela hacia la educación a distancia basada en tecnologías. *Revista de Pedagogía XVII*, 27(80), pp. 407-440.
- Gómez-Moreno, R., y Ramírez-García, A. (2025). Parental mediation perceived by minors regarding the use of Internet, social networks and mobile devices. *Cuadernos Del Audiovisual | CAA*, (13). <https://doi.org/10.62269/cavcaa.40>
- González-Botija, F. (2019). La prohibición del teléfono móvil en las escuelas en Francia. *Revista de Administración Pública*, 208, 379-401. <https://doi.org/10.18042/cepc/rap.208.13>
- Goodall, J. (2021). Scaffolding homework for mastery: Engaging parents. *Educational Review*, 73(6), 669-689. <https://doi.org/10.1080/00131911.2019>
- Greenhow, C., Lewin, C., y Staudt Willet, K. B. (2021). The educational response to Covid-19 across two countries: a critical examination of initial digital pedagogy adoption. *Technology, Pedagogy and Education*, 30(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2020.1866654>
- Gutiérrez-Arenas, P., y Ramírez-García, A. (2021). El deseo de los menores por ser youtuber y/o influencer. Narcisismo como factor de influencia. *Pixel-Bit. revista de medios y educación*, 63, 227–255. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.92341>
- INE. Instituto Nacional Estadística. (2024) Uso, de los niños de 10 a 15 años, de ordenador e Internet y lugar de uso en los 3 últimos meses y disposición de teléfono móvil, por sexo, edad, hábitat, tamaño del hogar, tipo de hogar e ingresos mensuales netos del hogar. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=50168>
- Inga-Paida, M. I., García-Herrera, D. G., Castro-Salazar, A. Z., y Erazo-Álvarez, J. C. (2020). Educación y Covid-19: Percepciones docentes para enfrentar la pandemia. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(1), 310–331. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i1.785>
- Katz, E., Blumler, J. G., y Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage.

- Kuz, A., Falco, M., y Giandini, R. (2016). Análisis de redes sociales: un caso práctico. *Computación y sistemas*, 20(1), 89-106. <https://doi.org/10.13053/cys-20-1-2321>
- Lardies, F., y Potes, M. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances En Psicología*, 30(1), e2528. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>
- López, J. (2018). Paternidad y Redes Sociales. *Byte España*, (264), 54-55.
- López-Navarrete, A.J., Cisternas-Osorio, R., Díez Somavilla, R., y Cabrera-Méndez, M. (2023). La interacción del usuario en TikTok: el engagement según la tipología de contenido. *Tsafiqui: Revista científica en ciencias sociales*, 14(1), 105-117. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v14i22.1200>
- LPDP (2018). Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 294, de 6 de diciembre de 2018, pp.119788 a 119857
- Mamani Maron, B. V., Chata Quispe, L. M., y Choque Huacasi, D. E. (2024). Efecto del uso de Tik Tok en el rendimiento académico de estudiantes de 5to grado. *Revista Tribunal*, 4(9), 161-175. <https://doi.org/10.59659/revistatribunal.v4i9.71>
- Martínez, E., y Vizcaíno, R. (2022). *Guía de buenas prácticas. Niños influencers y alimentación*. Universidad Rey Juan Carlos. <http://hdl.handle.net/10115/19448>
- Martínez, K. X., Acosta, E.I., y Vargas, C.C. (2023). *Tik tok: un análisis de la influencia de la red social tik tok en la construcción de identidad de sexo de los niños y niñas de una Institución educativa del sistema público de Bogotá*. [Trabajo fin de grado, Maestría en Educación Inclusiva e Intercultural]. Universidad El Bosque, Bogotá. <http://hdl.handle.net/20.500.12495/11759>
- Martínez-Maruri, E. M. (2022). El uso de imagen de los menores de edad y las redes sociales. *Revista de Derecho*, 21(42), 87-104. <https://doi.org/10.47274/DERUM/42.5>
- MEFPD. (2024). *Ministerio y CCAA avanzan en la regulación del uso de los dispositivos móviles en los centros educativos*. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.
- Muñoz-Franco, R. M., Díaz-López, A., y Sabariego-García, J. A. (2023). Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los adolescentes: Estudio de Instagram y TikTok. *Ciencia y Educación*, 4(2), 12 - 23. <https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/163>
- Padilla-Castillo, G., y Oliver-González, A.B. (2018). Instagramers e influencers. El escaparate de la moda que eligen los jóvenes menores españoles. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 18(18) 42–59. <https://doi.org/10.7263/adresic-018-03>
- Palmero, J. R., Magaña, E. C., Rivas, E. S., y Valenzuela, T. L. (2021). *Estudio del uso y consumo de dispositivos móviles en universitarios*. *Digital Education Review*, 39, 89-104. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.89-104>
- Pedraza, C. I. (2021). La brecha digital de sexo como vértice de las desigualdades de las mujeres en el contexto de la pandemia por Covid-19. *LOGOS Revista de Filosofía*, 136, 9-22. <https://doi.org/10.26457/lrf.v136i136.2873>
- Pedrouzo, S. B., y Krynski, L. (2023). Hiperconectados: las niñas, los niños y los adolescentes en las redes sociales. El fenómeno de Tik-Tok. *Archivos argentinos de pediatría*, 121(4), 1. <https://dx.doi.org/10.5546/aap.2022-02674>
- Pérez-García, A., Suárez-Perdomo, A., López-Martínez, A., y Martínez-Fernández, G. (2024). Los adolescentes y la construcción del pensamiento crítico para la gestión de los retos y las noticias falsas en las redes sociales. *Aloma: Revista De Psicología, Ciències De l'Educació I De l'Esport*, 42(1), 59-67. <https://doi.org/10.51698/aloma.2024.42.1.59-67>

- Puccinelli, O. R. (2016). *El «derecho al olvido» en el derecho a la protección de datos. Con especial referencia a su vigencia en Internet*. *Pensamiento Constitucional*, 21(21), 235-251.
- Qustodio. (2025). Informe anual Qustodio 2024. El dilema digital: la infancia en una encrucijada. <https://www.qustodio.com/es/research/qustodio-presenta-su-estudio-anual-de-2024-el-dilema-digital/>
- Ramírez-Plascencia, D., Alonzo-González, R.-M., y Marín-Tapiero, J.-I. (2022). Youtubers menores de edad y sus riesgos frente a los vacíos legales en México. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 13(1), 65–77. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20781>
- Ramos, I., López, C., y Torrecillas, T. (2018). Percepción de riesgo online en jóvenes y su efecto en el comportamiento digital. *Comunicar*, 56, 71-79. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-07>
- Rico, T. (2021). *¿El futuro del marketing digital? Tendencias y características de los influencers artificiales en Instagram*. [Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València]. <http://hdl.handle.net/10251/172619>
- Rivera-Herrera, K. P. (2023). Adicción a videojuegos y rendimiento académico en un estudiante de secundaria de la ciudad de Babahoyo. *Examen Complexivo – Psicología*, 84. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13925>
- Rodrigo-Martín, L., Rodrigo-Martín, I., y Muñoz-Sastre, D. (2021). Los Influencers Virtuales como herramienta publicitaria en la promoción de marcas y productos. Estudio de la actividad comercial de Lil Miquela. *Revista latina de comunicación social*, 79, 69-90. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1521>
- Rojí, G. (2024). Influencia del uso de redes sociales en el sueño, el rendimiento académico y la actividad física en estudiantes de Secundaria. *RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, 17, 12-25. <https://doi.org/10.6018/riite.629881>
- Roldán-Ramírez, E. L., Ayala-Carreño, M. C., Pérez-Pineda, D. P., y Romero Dimaté, N. Y. (2016). Redes sociales de apoyo a la crianza de los menores en etapa escolar primaria. *Revista Científica General José María Córdova*, 14(18), 73-95. <https://doi.org/10.21830/19006586.43>
- Sánchez, C., y Álvarez, E. (2018). Actitudes nocivas y riesgos para los menores a través de los dispositivos móviles. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 3, 147 – 161. https://doi.org/10.21703/rexe.Especial3_201814716113
- Sánchez, J. I., y Benítez, E. I. (2022). Revisión sobre la "Salud mental y nuevas tecnologías": análisis de las redes sociales y los videojuegos en las primeras etapas de desarrollo como factores modulares de una salud mental positiva. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 79-88. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2022.n1.v2.2324>
- Sánchez, M.F. (2024). Privacidad, huella digital y derecho a la protección de datos personales en Internet. *RIDH, Revista Internacional de Derechos Humanos*, 14(2). <https://doi.org/10.26422/ridh.2024.1402.san>
- Sánchez-Vera, M. del M. (2024). El debate sobre las pantallas en el aula: mitos y realidades. *RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, (17), 1–11. <https://doi.org/10.6018/riite.639781>
- Simón, I. V., Rovira, C. F., Luque, S. G., y Bernardi, A. (2022). Radiografía de los micro-influencers en la economía de las plataformas digitales: insatisfacción, trabajo gratuito y desigualdad en la retribución. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 452-474. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1805>

- Suárez-García, Z., y Álvarez-García, D. (2023). Uso de redes sociales en la preadolescencia: diferencias de género. *Psychology, Society y Education*, 15(1), 30-39. <https://doi.org/10.21071/psye.v15i1.15277>
- Tejada, E., Arce, A., Bilbao, N., y López de la Serna, A. (2023). Internet, smartphone y redes sociales: entre el uso y abuso, previo a la adicción. *Revista de educación. Alteridad*, 18(1). <https://doi.org/10.17163/alt.v18n1.2023.01>
- Torres, O. X., Yancho, M. M., y Ramírez, B. E. (2024). Efectos de la utilización de las tecnologías de información y comunicación en el mundo moderno. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2(15). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i2.4021>
- Torres-Núñez, G. O., Cruz-Castillo, A. L., y Peña-Cárdenas, M. F. (2023). Redes sociales y vulnerabilidad de derechos: exploración, identidad y riesgo. Experiencia de jóvenes bajo medida de protección del Estado colombiano. *Revista de la Universidad de La Salle*, 91, 107-132.
- Ure, M. (2018). Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales. *Revista de Comunicación*, 17(1), 181-196. <http://doi.org/dwmn>
- Viteri, W. F., y Pérez, J. A. (2022). *Contenidos mediáticos de la influencer de estilo de vida Paulie Dahl en la red social tik tok y la intervención de sus Seguidores* [Tesis doctoral, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales] Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/35455>
- Yudes-Gómez, C., Baridon Chauvie, D., y González-Cabrera, J. (2018). Cyberbullying and problematic Internet use in Colombia, Uruguay and Spain: Cross-cultural study. *Comunicar*, 56, 49–58. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-05>
- Zhu, C., Huang, S., Evans, R., y Zhang, W. (2021). Cyberbullying among adolescents and children: a comprehensive review of the global situation, risk factors, and preventive measures. *Front. Public Health*, 9, 634909. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.634909>
- Zozaya-Durazo, L., Kačínová, V., Sádaba Chalezquer, C., y Feijoo Fernández, B. (2023). El consumo crítico de influencers por menores en Eslovaquia. *methadodos. Revista De Ciencias Sociales*, 11(2), m231102a01. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.624>

INFORMACIÓN SOBRE LOS AUTORES

Pablo Dúo Terrón

Universidad de Granada

Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Didáctica de las Matemáticas. Miembro del equipo de investigación EducaTech XXI (SEJ-666).

Antonio José Moreno Guerrero

Universidad de Granada

Profesor Contratado Doctor Indefinido. Departamento de Didáctica y Organización Escolar. Secretario de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. Miembro del equipo de investigación EducaTech XXI (SEJ-666)

José Antonio Marín Marín

Universidad de Granada

Profesor Titular de Universidad. Coordinador del Máster Universitario De Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, FPy Enseñanza de Idiomas. Escuela Internacional de Posgrado, Universidad de Granada. Miembro del equipo de investigación EducaTech XXI (SEJ-666)

Jesús López Belmonte

Universidad de Granada

Profesor Ayudante Doctor. Departamento de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. Miembro del equipo de investigación EducaTech XXI (SEJ-666)



Los textos publicados en esta revista están sujetos a una licencia de Reconocimiento 4.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente y hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en: [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir por igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).