



ESTUDIO SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES POR PARTE DE MENORES EN ESPAÑA

(VERSION REDUCIDA)



Estudio del uso de redes sociales por parte de menores en España en el marco del Ámbito 1 del convenio C040/23-OT para la implementación de la Carta de Derechos Digitale.

AUTORES

Patricia San Miguel

Cristina Sánchez-Blanco

Rocío Elizaga

Ángel Arrese

Personal de apoyo en investigación: Adriana Ackermann y Rania Jara

Informe elaborado por: Universidad de Navarra - Facultad de Comunicación para ICMEDIA



Universidad
de Navarra | FACULTAD DE
COMUNICACIÓN

Edita

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra

Cómo citar este informe:

SanMiguel, Patricia; Sánchez-Blanco, Cristina; Elizaga, Rocío; Arrese, Ángel (2025): Estudio sobre el uso de redes sociales por parte de menores en España. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. DOI: <https://doi.org/10.15581/028.00015>

COMUNICACIÓN | ELENA TERÁN | eteran@unav.es | T 34 948 425 600 ext. 802555

Diseño

Lucía De Grassa Saíenz

Financiado por:



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE POLÍTICA DIGITAL
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Informe Ejecutivo.....	1
Introducción.....	2
1. Objetivos	5
2. Metodología	6
3. Análisis de resultados	7
4. Conclusión por secciones	25
5. Conclusiones generales	33
6. Recomendaciones	35
7. Bibliografía	38



INFORME EJECUTIVO

El informe ofrece un análisis detallado del uso de las redes sociales por parte de menores de entre 8 y 18 años en España, en el marco de la implementación de la Carta de Derechos Digitales. Basado en encuestas a 2.020 menores (413 entre 8 y 12 años y 1.607 entre 13 y 18 años), el estudio proporciona una radiografía exhaustiva de los hábitos digitales, percepciones emocionales, gestión de la privacidad, comunicación familiar y experiencias adversas.

En cuanto a los hábitos de uso, las redes sociales forman parte integral del ocio y socialización juvenil, con plataformas como YouTube, TikTok, Instagram y WhatsApp que lideran el tiempo de uso. Los niños tienden a consumir contenido de manera más pasiva, como tutoriales o videojuegos, mientras que las niñas tienden a utilizar redes sociales centradas en la interacción social, como Instagram o BeReal. A pesar de que el consumo activo —como la publicación de contenido— es menos frecuente, casi la mitad de los adolescentes publica fotos al menos una vez al mes.

En el plano emocional, el estudio revela percepciones ambivalentes: mientras muchos menores valoran las redes por su capacidad de entretenimiento, una proporción preocupante (29%) admite sentirse “enganchada”. Sin embargo, solo una minoría percibe esta situación como problemática. Las adolescentes muestran mayor influencia de las redes en su autoestima, destacando la presión por obtener validación social.

En el ámbito familiar, la mayoría de los padres establece normas de uso, aunque su cumplimiento resulta irregular. La comunicación sobre experiencias negativas en redes es limitada, lo que reduce la capacidad de acompañamiento ante situaciones de riesgo.

En relación a la privacidad, el 89% de los menores posee móvil propio y la mayoría configura sus perfiles como privados. Aun así, un segmento mantiene cuentas públicas, lo que aumenta la exposición a riesgos como el ciberacoso (*childgrooming*), que afecta ya al 18% de los adolescentes. Ante situaciones problemáticas, la mayoría recurre a sus padres, pero un porcentaje considerable prefiere confiar en amigos o gestionar el problema por cuenta propia. Esto pone de relieve la necesidad de fortalecer los canales de comunicación intergeneracional.

El informe concluye con una serie de recomendaciones orientadas a fomentar un uso más seguro, consciente y acompañado de las redes sociales. Estas propuestas se centran en tres ejes: reforzar la mediación parental y la educación digital en el entorno familiar, integrar contenidos sobre ciudadanía digital en los programas escolares, y fomentar una mayor responsabilidad por parte de las plataformas digitales en la protección de los menores.



INTRODUCCIÓN

En la última década, el uso de las redes sociales entre los menores de edad en España ha experimentado un crecimiento exponencial, transformando significativamente sus dinámicas sociales, educativas y familiares. Las redes sociales son un fenómeno que plantea tanto oportunidades como desafíos y que merecen una atención rigurosa. En primero lugar, esta introducción destaca los datos de algunos de los estudios más relevantes sobre el tema para contextualizarlo. A continuación se detallan las áreas más relevantes de investigación en las que merece detenerse para entender la prioridad del tema.

Según la [Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares del Instituto Nacional de Estadística \(INE\) correspondiente al año 2024](#), el uso de tecnologías entre los menores de 10 a 15 años en España es notable. El 96% de estos menores utiliza Internet. Sin embargo, la proporción de menores que dispone de teléfono móvil es del 69,6%. Además, se observa una diferencia de género en la tenencia de móviles: el 70,9% de las niñas posee uno, en comparación con el 68,4% de los niños.

En concreto, en cuanto al uso de las redes sociales, más recientemente, en enero de 2025, Qustodio ha presentado su estudio anual y global de 2024 [“El dilema digital: la infancia en una encrucijada”](#). Entre las conclusiones que aporta señala cómo los menores españoles son los que más tiempo pasan en redes sociales: “En 2024, a nivel global, los minutos diarios aumentaron casi un 6%, pasando de 52 a 55 min/día. De los cinco países analizados, España continúa encabezando la lista con 67 min/día, 8 minutos más que en 2023” (Qustodio, 2025).

Si nos paramos a analizar en concreto cómo usan las redes los menores, el informe [“Uso de Redes Sociales en Menores según el Estudio Anual de Redes Sociales 2024 \(IAB Spain\)”](#) destaca cómo los menores de 12 a 17 años utilizan en promedio 5,8 redes sociales distintas al mes, donde destacan TikTok (90%), YouTube (81%) e Instagram (77%). Esto evidencia una preferencia por plataformas con contenido audiovisual y formatos de interacción rápida. Esta alta presencia en redes sociales también influye en sus decisiones de compra, ya que el 50% de ellos declara que estas plataformas han impactado en sus adquisiciones, especialmente a través de YouTube, Instagram y TikTok, donde el 66% busca información sobre productos antes de comprarlos. Además, el 87% sigue a influencers, con una mayor predisposición a interactuar con ellos en comparación con otros grupos de edad. En cuanto a los formatos de contenido más consumidos, predominan los videos (85%) e imágenes (82%), con un creciente interés en contenido efímero como *stories*.



El Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, junto con Digital Future Society, publicó a finales de 2023 el informe “Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes” que pone “de relieve los beneficios y riesgos de una forma de comunicación y de convivencia, con especial incidencia en las consecuencias de estos años de pandemia y postpandemia” (p. 10).

Sabemos que el uso de las redes sociales ofrece múltiples **beneficios** para los menores, incluyendo oportunidades de aprendizaje, socialización y expresión personal. De hecho, estas plataformas pueden eliminar barreras de comunicación, servir de vía para expresar los sentimientos o también estimular la creatividad (Vaingankar et al., 2022).

Sin embargo, también conlleva **riesgos** significativos. Un estudio de **Save the Children (2024)** reveló que uno de cada tres adolescentes ha contactado con desconocidos a través de Internet, y el 23% estaría dispuesto a encontrarse en persona con alguien que solo conoce en línea (Save the Children, 2024). Además, el 26,8% de los adolescentes de entre 11 y 18 años ha recibido imágenes de carácter sexual, y el 8% ha enviado este tipo de contenido, prácticas que pueden derivar en situaciones de acoso o explotación (**Unicef, 2024**).

Y estos riesgos repercuten en la **salud mental** de los menores, que puede verse afectada por el uso de las redes sociales. Son muchas las iniciativas que se desarrollan para analizar esta situación e intentar poner remedio. En concreto, la Universidad Miguel Hernández ha puesto en marcha el Observatorio Español de la Salud Mental Infanto-Juvenil, Observaninfancia (<https://observainfancia.es/>) y publicó a finales de 2024 el documento “Problemas Psicológicos en la Infancia y la Adolescencia”, a partir de 5.652 encuestas a escolares españoles elaboradas en los últimos 3 años. El estudio destaca, entre otros temas, cómo el 93% de los escolares de entre 9 y 16 años utiliza alguna red social, de los que el 56% las emplea como una estrategia de escape ante problemas personales. Además, se señala cómo el mayor uso de redes sociales en menores y adolescentes se asocia con un aumento de los síntomas de ansiedad, dificultades en el control de la ira, depresión o problemas de atención.

Desde el punto de vista académico este es un tema abordado por diversos artículos en los últimos años. En concreto, varios se enfocan en la relación entre el **uso excesivo de las redes sociales y la autoestima de los menores**. Las investigaciones indican que el uso intensivo de plataformas como Instagram se asocia con insatisfacción corporal, impulso hacia la delgadez y baja autoestima en adolescentes y adultos jóvenes en España (Vall-Roqué et al., 2021). En concreto, es muy interesante la revisión sistemática de la literatura científica que realizó en 2024 por Encarnación y Campodónico, en la que destacan cómo el uso constante de redes sociales puede generar impactos significativos en la autoestima de los adolescentes, especialmente cuando estas plataformas se convierten en espacios de comparación social. Ese estudio detalla temas relevantes al hilo de la bibliografía publicada hasta el momento:



- **Comparación y autoestima.** Demuestran cómo los adolescentes que utilizan redes sociales para compararse con otros en términos de apariencia física, estilo de vida o estatus social pueden experimentar una reducción en su autoestima. La exposición a imágenes editadas y a estándares de belleza irreales en plataformas como Instagram y TikTok contribuye a distorsiones en la autopercepción.
- **Efectos psicológicos y emocionales.** Los autores identificaron correlaciones entre el uso excesivo de redes sociales y síntomas de ansiedad, estrés, insatisfacción corporal y depresión. La búsqueda de validación a través de *likes* y comentarios refuerza la dependencia emocional de la aprobación digital.
- **Rol de la supervisión parental.** La investigación llama la atención sobre la idea de que una supervisión adecuada por parte de los adultos puede ayudar a mitigar los efectos negativos del uso de redes sociales, y debe promover hábitos digitales saludables que fomenten la autoestima positiva.
- **Adicción y dependencia.** Se evidencia que un uso exagerado de las redes puede derivar en comportamientos adictivos, y afecta a la capacidad de concentración, las relaciones interpersonales y la regulación emocional.
- **Propuestas educativas.** Programas de alfabetización digital y educación emocional son interesantes para permitir a los adolescentes comprender los riesgos del uso inadecuado de redes sociales y fortalecer su bienestar psicológico.

1. OBJETIVOS

En un contexto donde las redes sociales forman parte integral de la vida cotidiana de niños y adolescentes, resulta fundamental comprender cómo estos espacios digitales influyen en sus hábitos, relaciones y bienestar. Las plataformas digitales no solo actúan como entornos de entretenimiento y socialización, sino también como escenarios donde los menores construyen su identidad, desarrollan habilidades sociales y enfrentan desafíos emocionales y éticos. El presente estudio se propone abordar, desde una perspectiva amplia y multidimensional, los principales aspectos relacionados con el uso que los menores hacen de las redes sociales en España, atendiendo tanto a sus prácticas como a las percepciones, experiencias y riesgos asociados. De este modo, los objetivos principales son:

- Analizar el uso general de las redes sociales por parte de los menores y adolescentes, ofreciendo datos de contexto que permitan entender su alcance y frecuencia.
- Explorar el impacto del uso de redes sociales en el bienestar emocional de niños y adolescentes, identificando posibles efectos positivos y negativos.
- Evaluar la percepción de los menores y adolescentes sobre si se consideran influencers y su deseo de ser influencers.
- Examinar la dinámica de comunicación entre padres e hijos en relación con el uso de redes sociales, incluyendo quién inicia las conversaciones y en qué medida los menores comparten o reservan información.
- Investigar cómo configuran los menores la privacidad de sus cuentas en redes sociales y qué grado de protección aplican a su información personal.
- Identificar las reacciones y estrategias de los menores ante situaciones adversas en redes sociales, como el ciberacoso o la exposición a contenido inapropiado.

2. METODOLOGÍA

El instrumento central de recolección de datos fue una encuesta con un cuestionario estructurado, diseñada para ser representativa de la población española por comunidades autónomas. Este cuestionario permitió recoger información estandarizada y comparable, asegurando la diversidad territorial y sociocultural de los participantes. La representatividad garantiza que los resultados puedan extrapolarse con prudencia al conjunto de menores en España, lo que fortalece la utilidad del estudio para orientar políticas públicas, intervenciones educativas y estrategias familiares.

Principales variables/campos del análisis:

El análisis se organizó en torno a varios ejes temáticos fundamentales que reflejan las dimensiones clave del **uso de redes sociales en menores**. Se exploró, en primer lugar, el uso del móvil y las redes sociales, considerando tiempo de dedicación, frecuencia, momentos del día y plataformas preferidas. En segundo lugar, se indagó en los **perfiles seguidos y las temáticas consumidas**, lo que permite entender los intereses y referentes de los menores en el entorno digital. Un tercer bloque examinó la **percepción de las redes sociales**, incluyendo aspectos emocionales, autoimagen y percepción de influencia.

Además, se incluyeron preguntas sobre la **comunicación entre padres e hijos respecto al uso de redes sociales**, para analizar quién toma la iniciativa en el diálogo y si existen secretos o barreras comunicativas. También se analizó el **control parental del móvil y del tiempo de uso**, identificando el grado de supervisión adulta. El estudio prestó especial atención a las **situaciones desagradables y a las estrategias de protección en redes**, buscando localizar las experiencias de riesgo y las respuestas de los menores. Finalmente, se evaluó el **conocimiento y la gestión de la privacidad**, así como la **autopercepción de influencia e interés por el influencer marketing**, aspectos esenciales para comprender la alfabetización digital y el impacto de los modelos aspiracionales en los jóvenes.

MUESTRA

	EDAD	N
Menores	8-12 años	413
Adolescentes	13-18 años	1.607
Total		2.020

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Esta versión reducida del estudio presenta de forma sintética las principales conclusiones extraídas de los cinco grandes bloques temáticos analizados, facilitando una comprensión general de los hallazgos más relevantes sobre el uso de redes sociales entre niños y adolescentes.

El informe completo, disponible para descarga, expone en detalle todos los resultados obtenidos a partir del cuestionario aplicado a menores de entre 8 y 18 años en España. La información se organiza en cinco ejes temáticos que permiten un análisis estructurado de los distintos aspectos vinculados al uso de redes sociales: hábitos de uso, percepciones sobre las redes sociales y la autoimagen, bienestar emocional asociado y gestión de la privacidad..

3.1 CONTEXTO

- a) Móvil propio con acceso a internet
- b) De quién es la cuenta que usas en redes sociales
- c) Redes sociales con perfil propio

3.2 HÁBITOS DE USO DE REDES SOCIALES

- a) Redes sociales más usadas
- b) Tiempo de uso de redes sociales
- c) Momento de uso de redes sociales
- d) Seguidores en redes sociales
- e) A quienes sigues en RRSS
- f) Contenidos consumidos en redes sociales
- g) Actividades que realizan en redes sociales

3.3 PERCEPCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y AUTOIMAGEN

- a) Opinión sobre las redes sociales
- b) Percepción de la relación con las redes sociales
- c) Percepción sobre si son influencers
- d) Deseo de ser influencers

3.4 REDES SOCIALES Y BIENESTAR EMOCIONAL

- a) Uso activo en las RRSS
- b) Conocimiento por parte de los padres de las actividades de los hijos en RRSS
- c) Normas de uso en RRSS
- d) Situaciones desagradables en RRSS
- e) Persona de referencia cuando se tienen problemas en RRSS

3.5 PRIVACIDAD CON LAS REDES

- a) Configuración de las redes sociales

RESULTADOS DESTACADOS
EN FORMATO VISUAL

(VERSIÓN REDUCIDA)

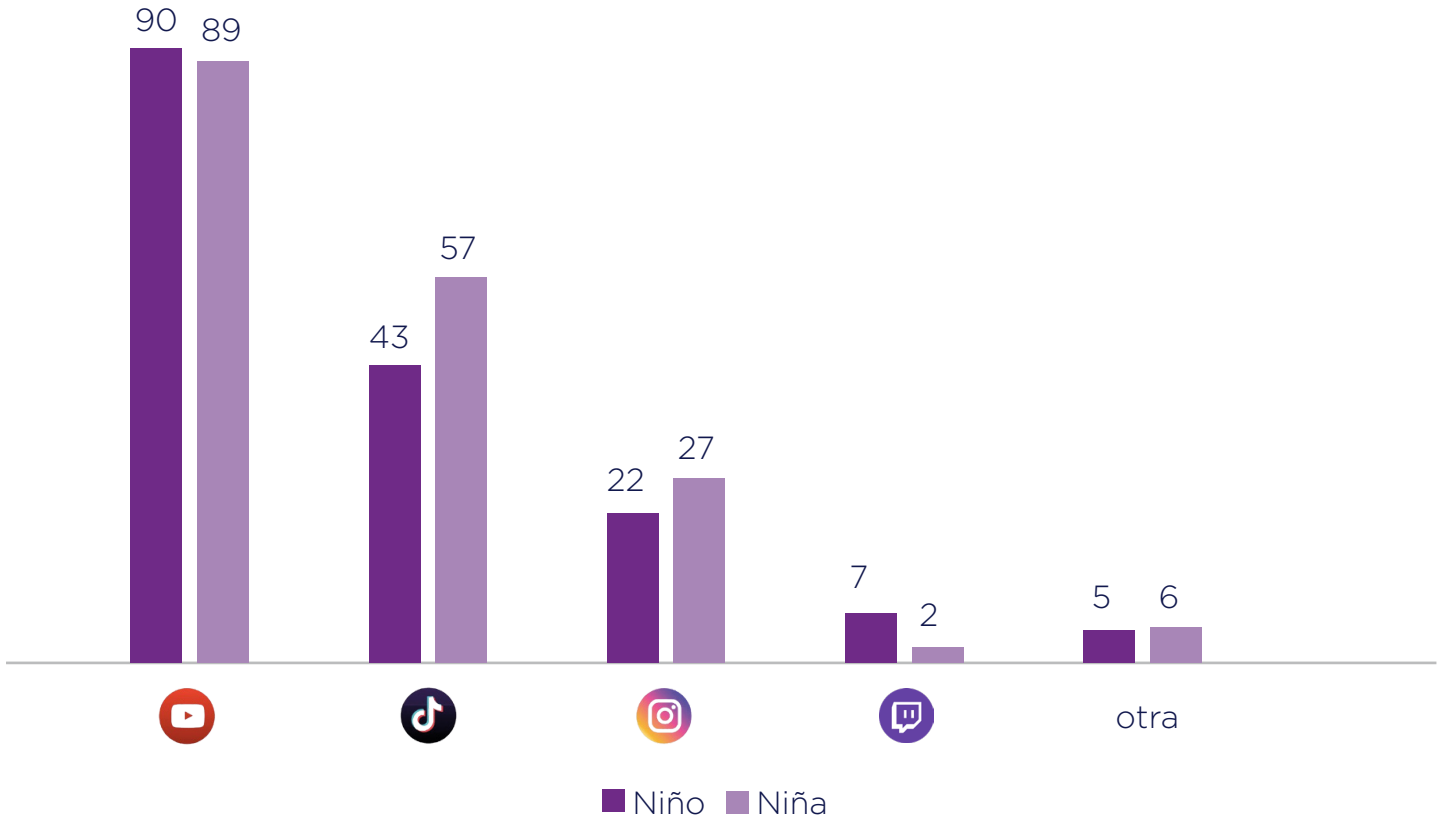


REDES SOCIALES MÁS USADAS POR MENORES DE 8 Y 12 AÑOS

¿CUÁLES SON LAS REDES SOCIALES QUE MÁS USAS?

(N=413)

Unidades: %

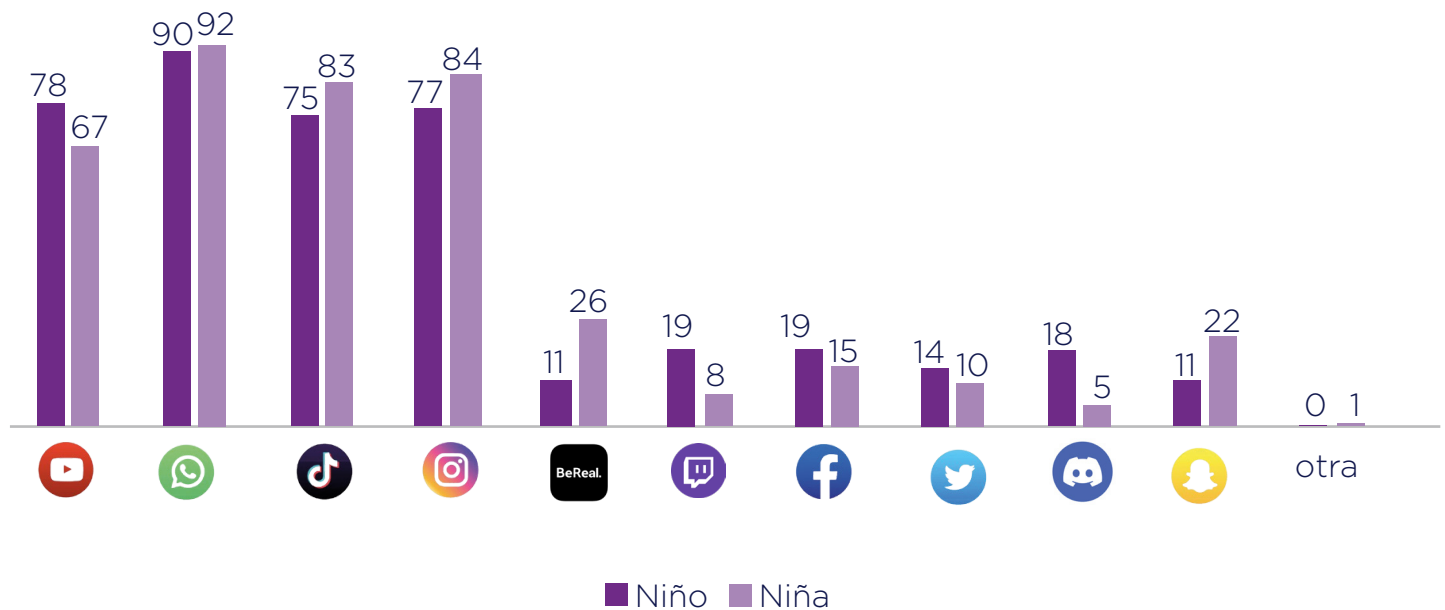


REDES SOCIALES MÁS USADAS POR ADOLESCENTES DE 13 Y 18 AÑOS

¿CUÁLES SON LAS REDES SOCIALES QUE MÁS USAS?

(N=1607)

Unidades: %



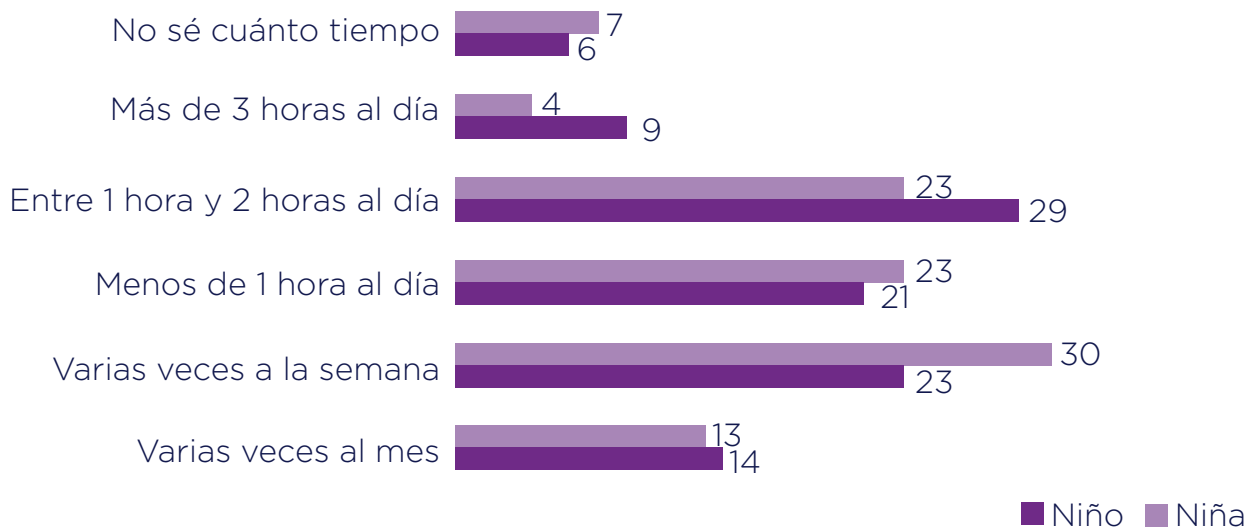


USO DE REDES SOCIALES AL DÍA EN MENORES DE 8 A 12 AÑOS

¿CUÁNTO TIEMPO AL DÍA VISITAS LAS REDES SOCIALES?

(N=413)

Unidades:%

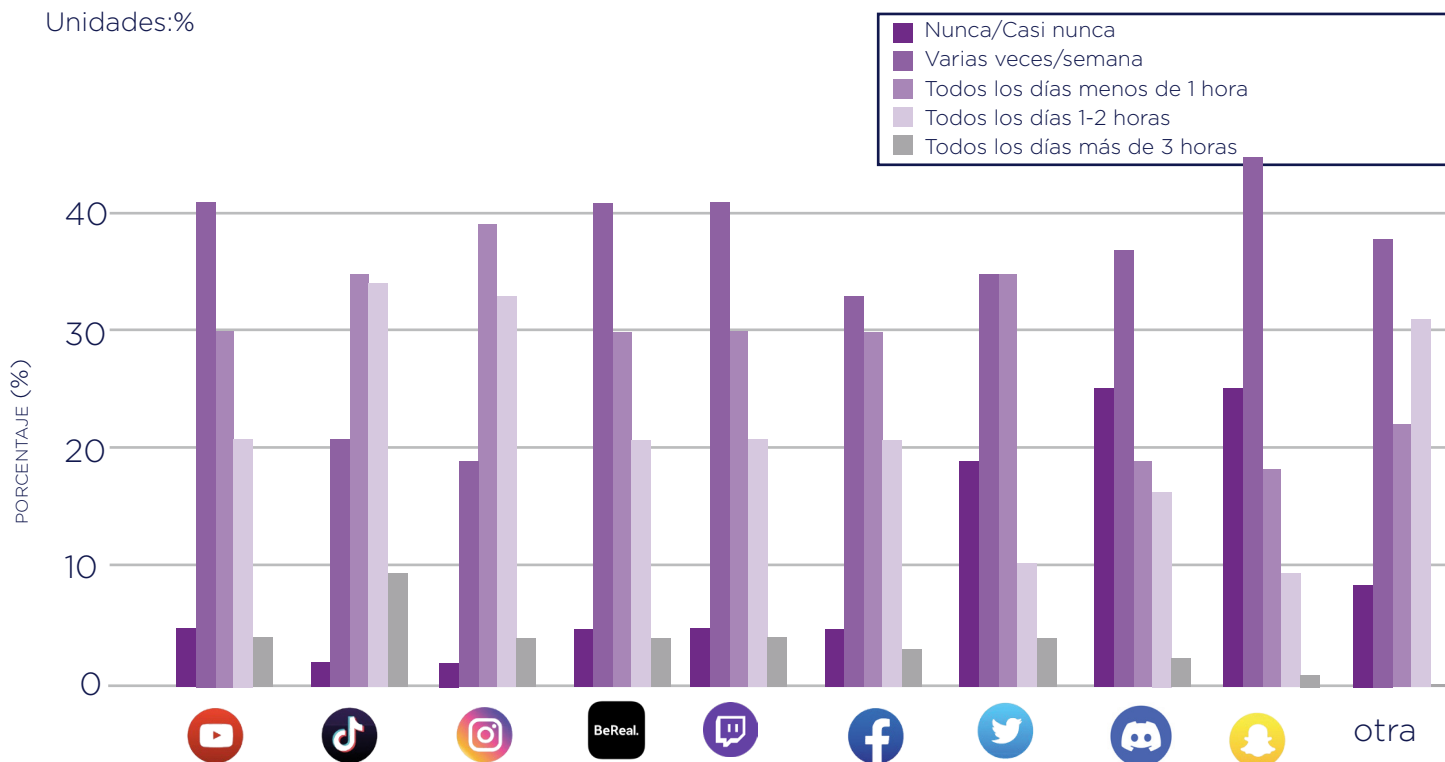


USO DE REDES SOCIALES AL DÍA EN ADOLESCENTES DE 13 A 18 AÑOS

¿CUÁNTO TIEMPO AL DÍA VISITAS LAS REDES SOCIALES?

(N=1607)

Unidades:%



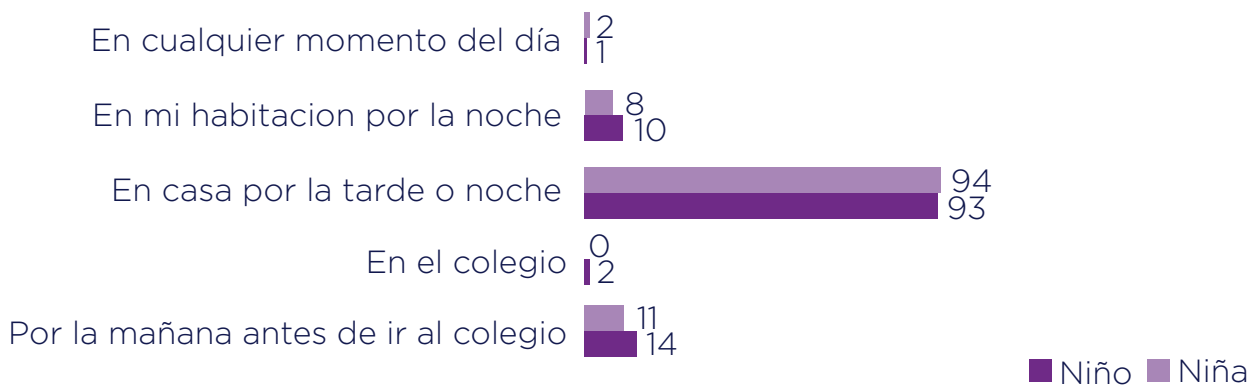


MOMENTOS AL DÍA EN LOS QUE LOS MENORES DE 8-12 AÑOS ACCEDEN A LAS REDES SOCIALES

¿EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA VISITAS LAS REDES SOCIALES?

(N=413)

Unidades: %

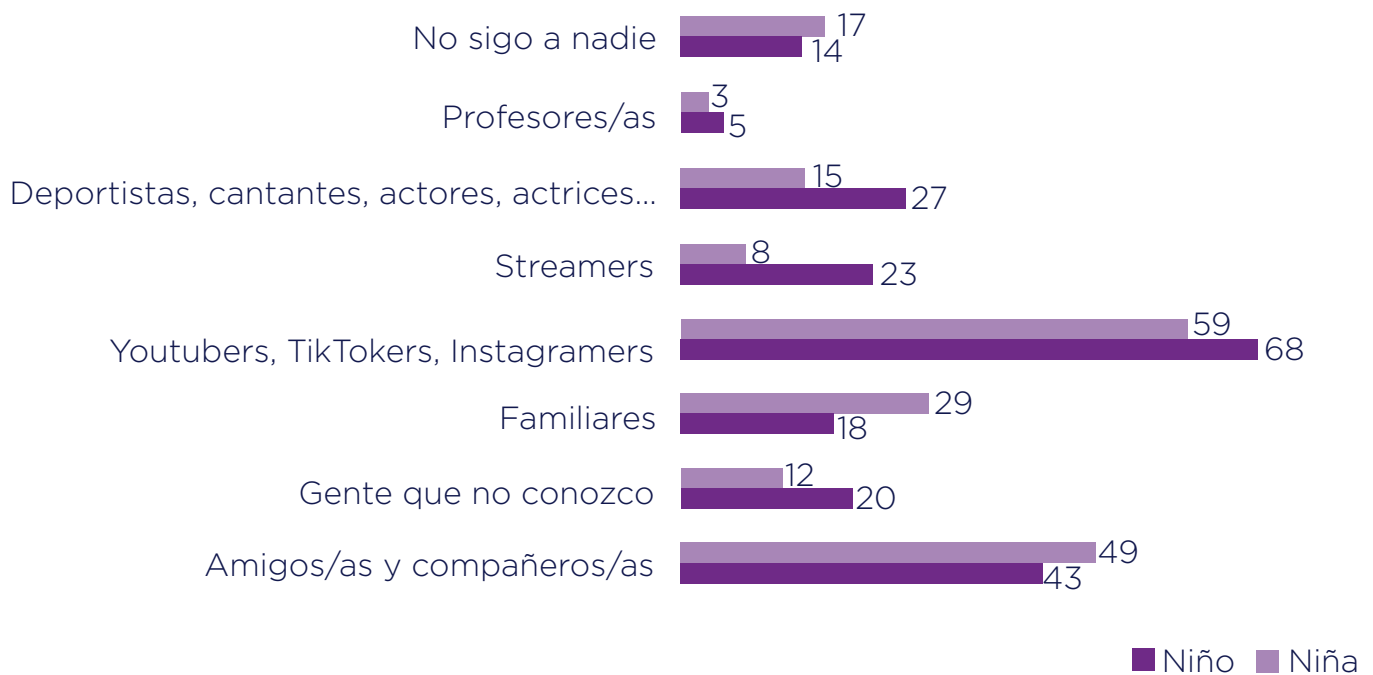


CUENTAS QUE SIGUEN EN REDES SOCIALES LOS MENORES DE 8 - 12 AÑOS

¿A QUIÉNES SIGUES HABITUALMENTE EN REDES SOCIALES?

(N=413)

Unidades: %





TEMÁTICAS MÁS CONSUMIDAS EN REDES SOCIALES ENTRE LOS MENORES DE 8 A 12 AÑOS

¿SOBRE QUÉ TEMAS CONSUMES CONTENIDOS EN REDES SOCIALES?

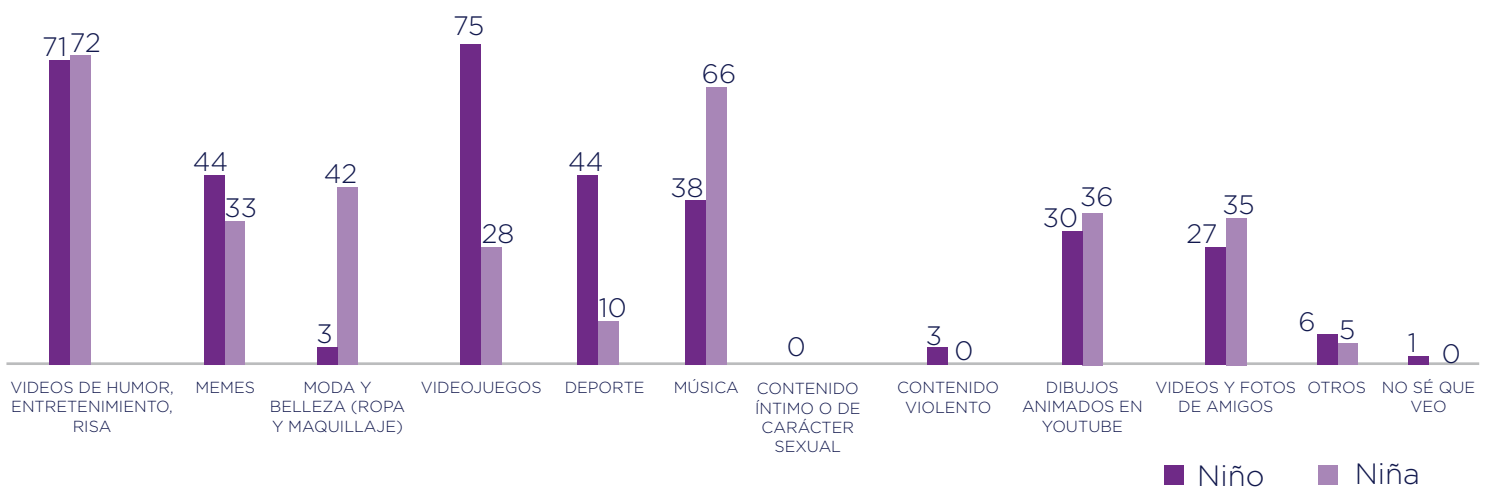
(N=413) Unidades:%



DIFERENCIAS POR GÉNERO EN LAS TEMÁTICAS MÁS CONSUMIDAS EN REDES SOCIALES POR MENORES DE 8-12 AÑOS

(N=413)

Unidades:%



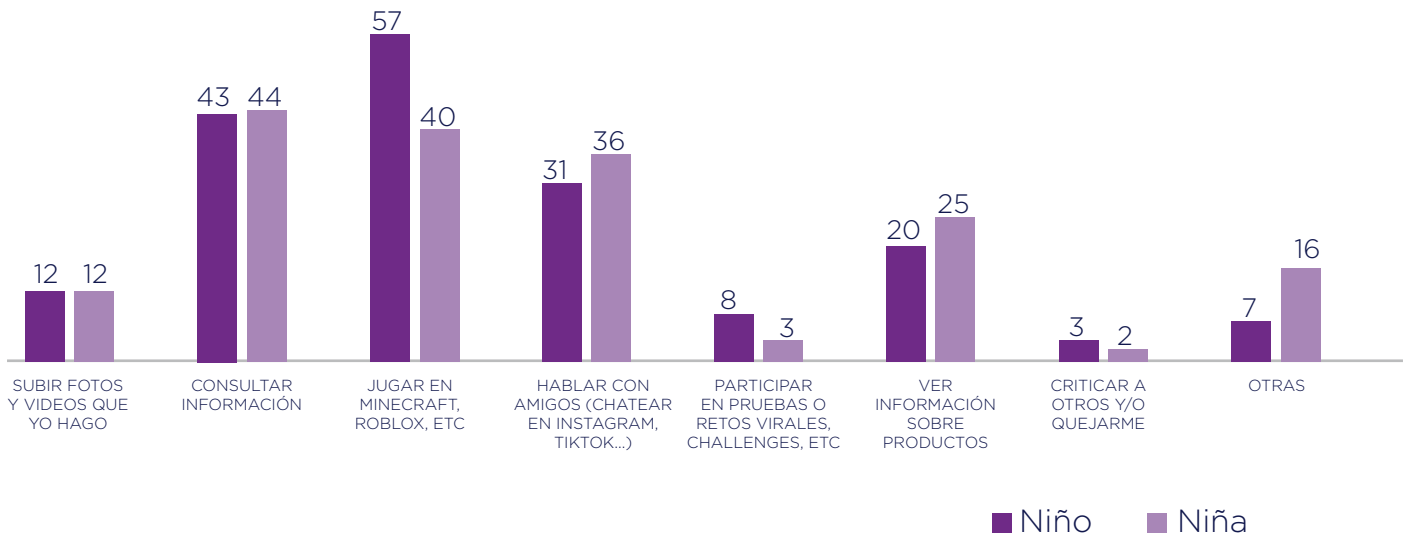


ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS MENORES DE 8-12 AÑOS EN REDES SOCIALES

¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES REALIZAS EN REDES SOCIALES?

(N=413)

Unidades:%

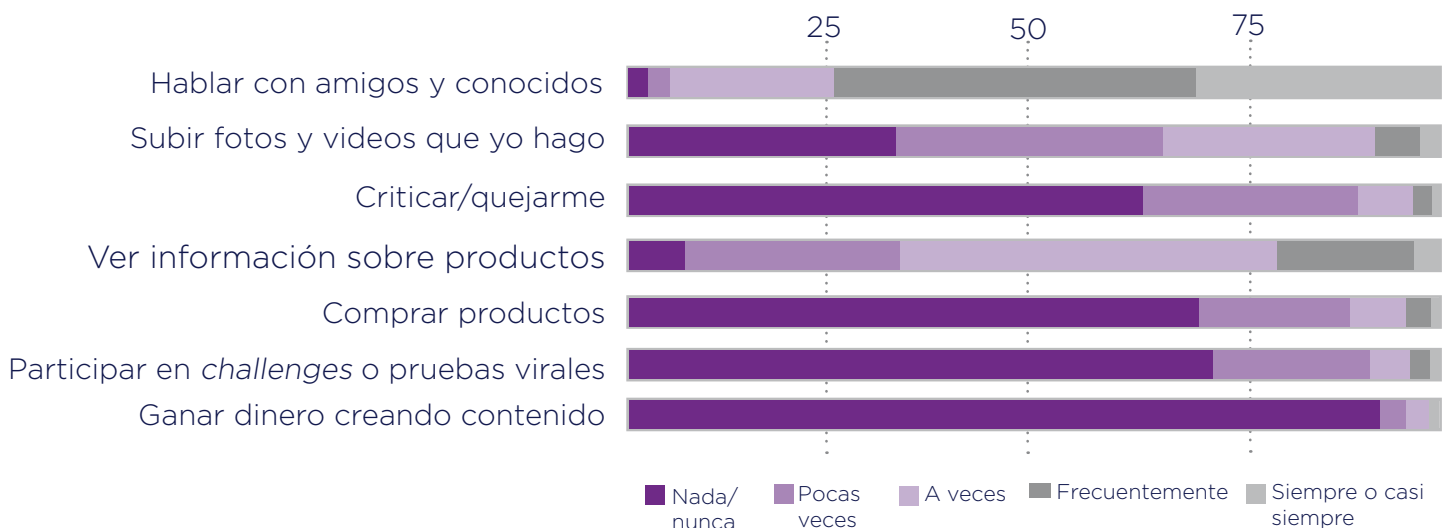


ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS EN REDES SOCIALES

¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES REALIZAS EN REDES SOCIALES?

(N=1607)

Unidades:%



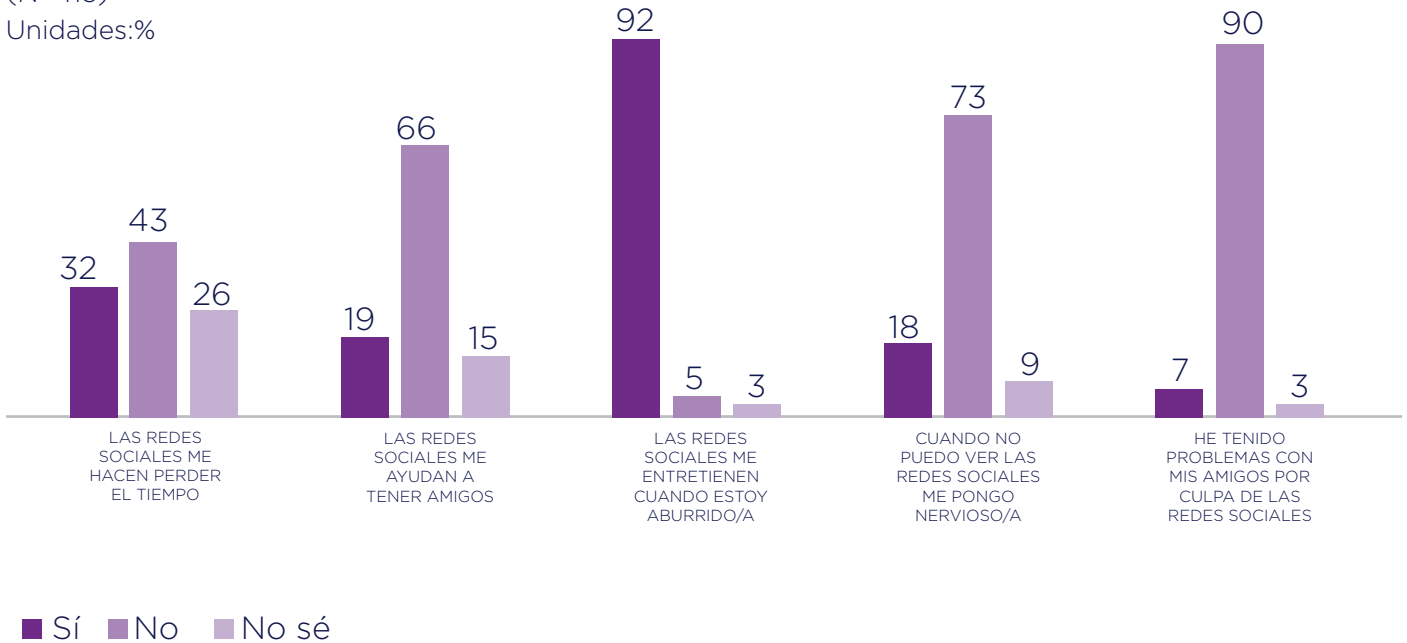


OPINIÓN SOBRE LAS REDES SOCIALES DE MENORES ENTRE 8-12 AÑOS

¿QUÉ SIENTES Y OPINAS SOBRE LAS RRSS?

(N=413)

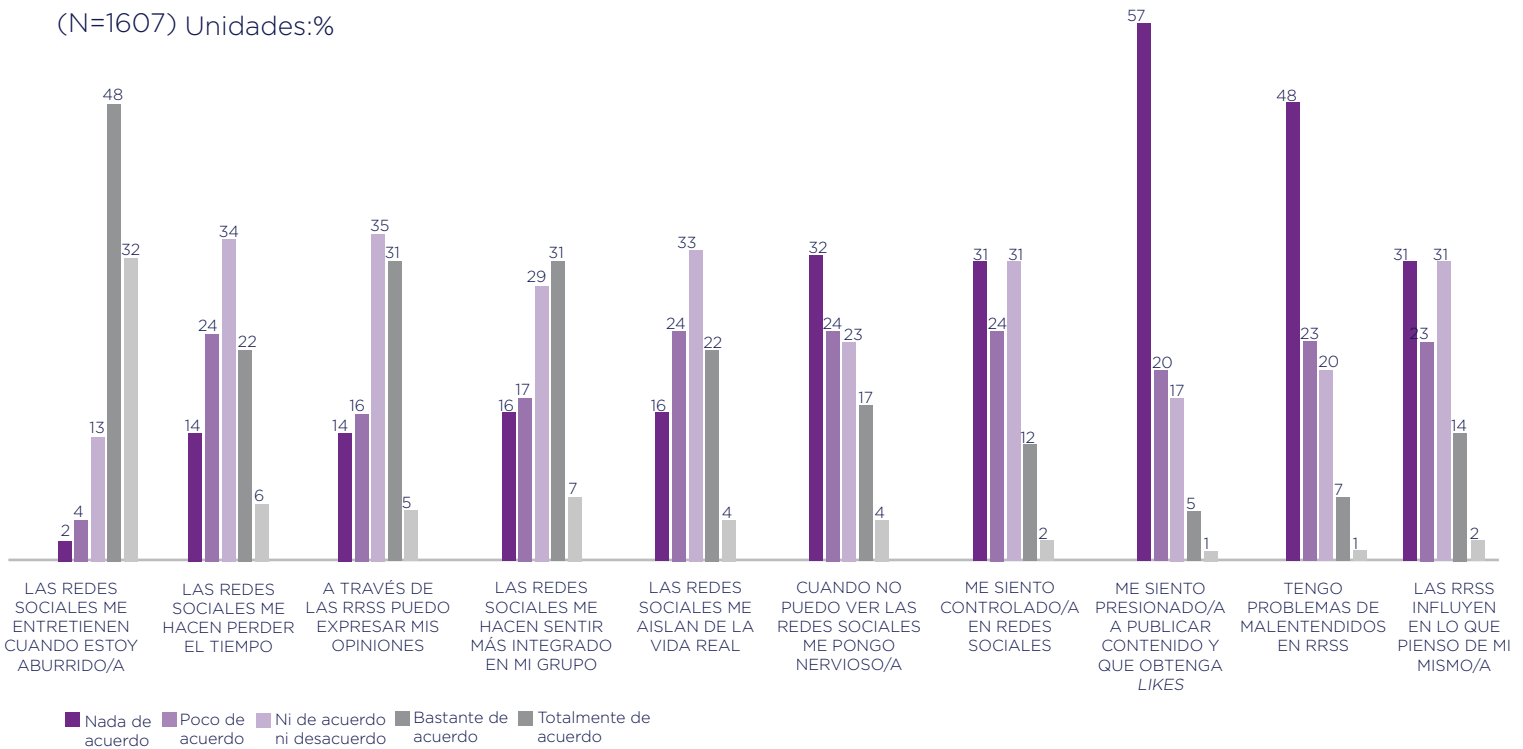
Unidades: %



OPINIÓN SOBRE LAS REDES SOCIALES DE LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS

¿QUÉ SIENTES Y OPINAS SOBRE LAS RRSS?

(N=1607) Unidades: %





PERCEPCIÓN DE LOS MENORES Y ADOLESCENTES SOBRE SU ENGANCHADO CON LAS REDES SOCIALES

¿ESTÁS ENGANCHADO A LAS REDES SOCIALES?

(N=2020)



- No estoy enganchado/a
- Sí, estoy enganchado/a pero no lo veo un problema
- No sé, prefiero no contestar
- Sí, estoy enganchado/a y lo considero un problema

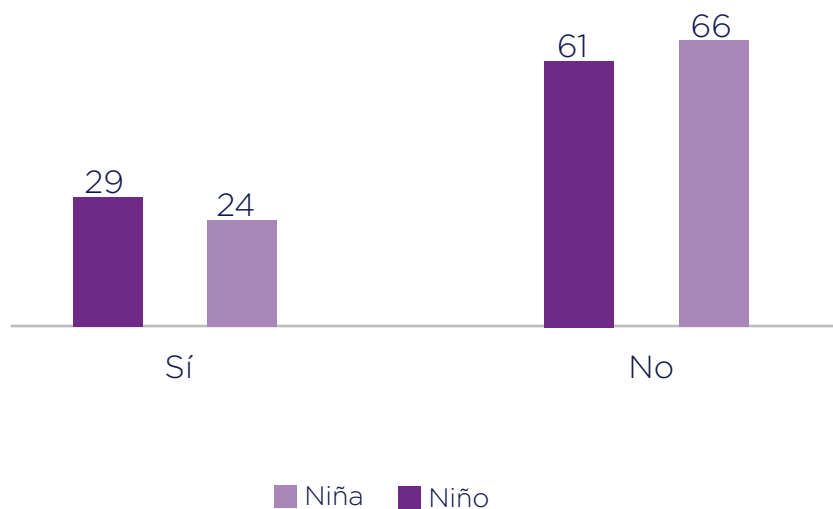
■ Niño ■ Niña

DESEO DE MENORES Y ADOLESCENTES DE QUERER SER INFLUENCER

¿TE GUSTARÍA SER INFLUENCER?

(N=2020)

Unidades:%



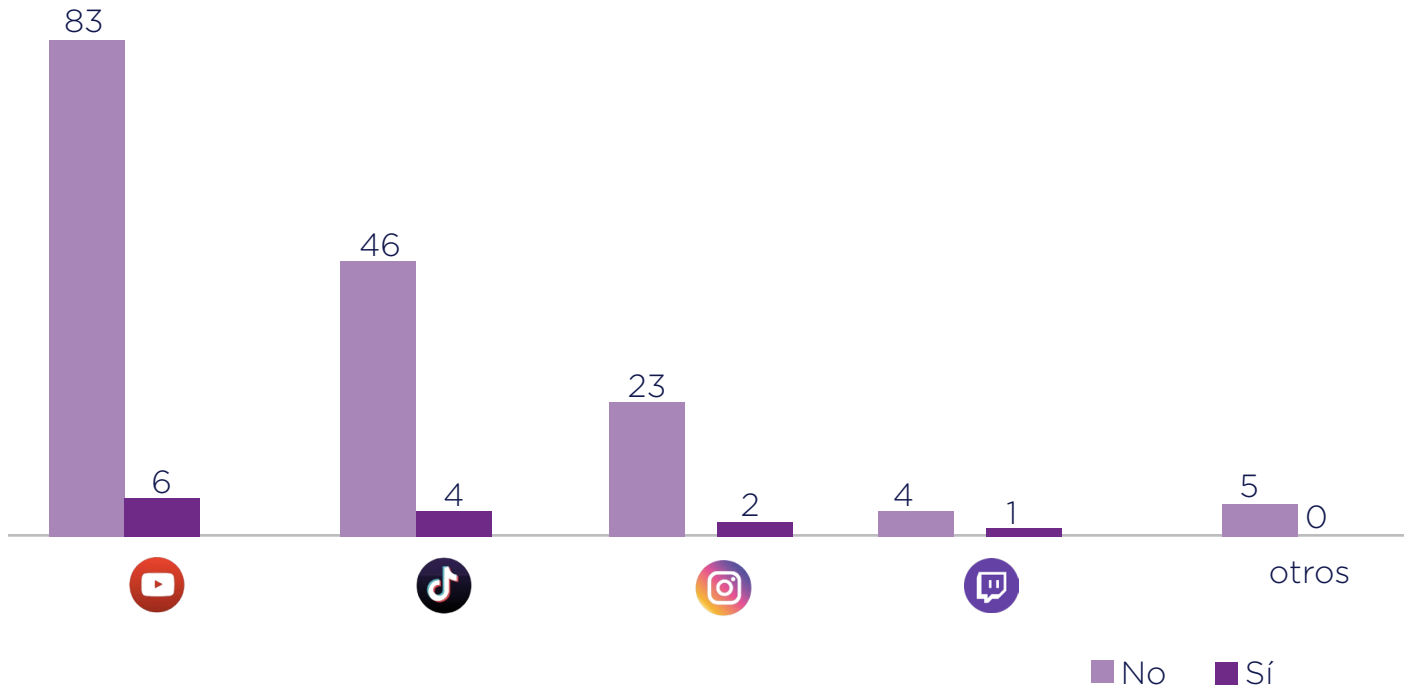


PERCEPCIÓN SOBRE SI SE CONSIDERAN INFLUENCERS LOS MENORES DE 8 Y 12 AÑOS

¿TE CONSIDERAS INFLUENCER?

(N=413)

Unidades: %

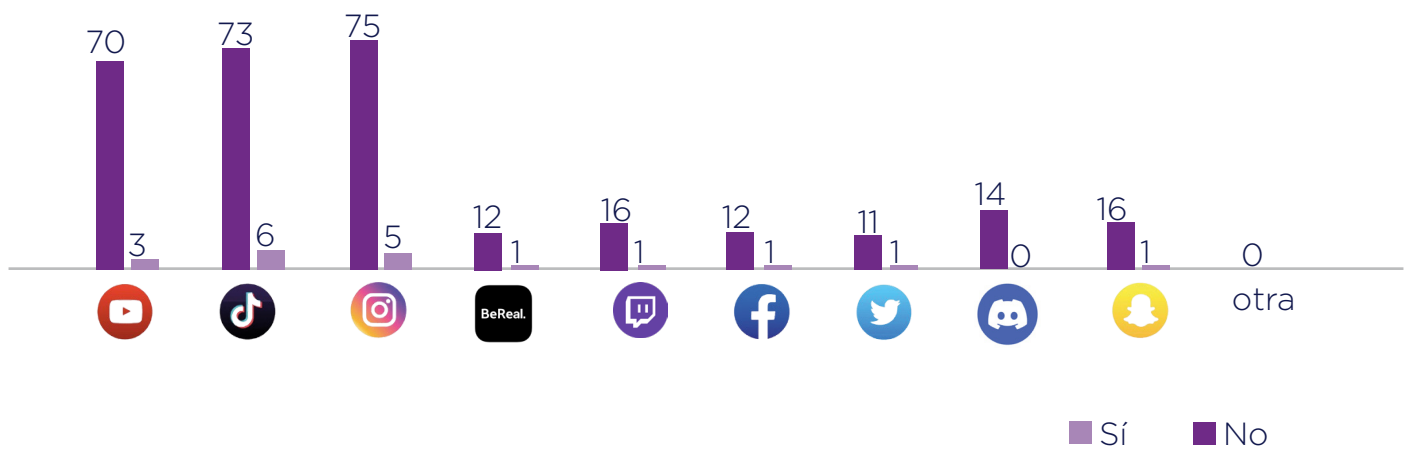


PERCEPCIÓN SOBRE SI SE CONSIDERAN INFLUENCER LOS ADOLESCENTES ENTRE 13 Y 18 AÑOS

¿TE CONSIDERAS INFLUENCER?

(N=1607)

Unidades: %

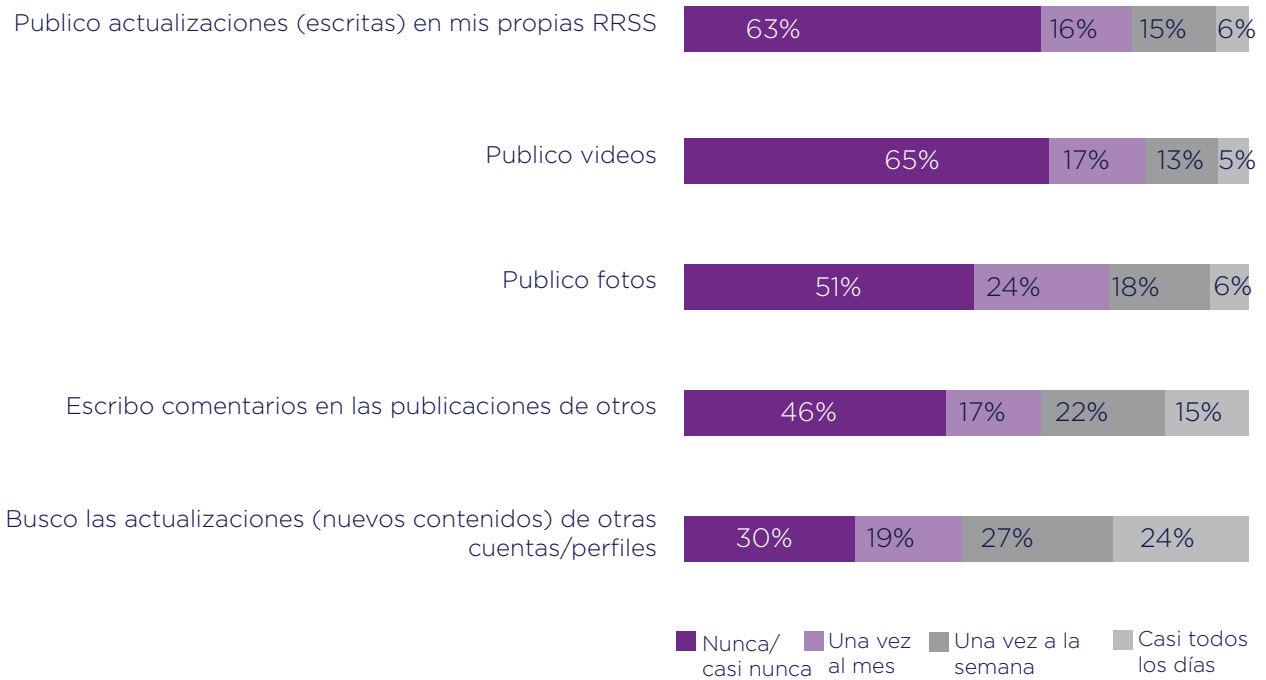




Uso activo de las redes sociales de los adolescentes de 13-18 años

¿CÓMO ES TU USO ACTIVO EN LAS REDES SOCIALES DE LAS ÚLTIMAS SEMANAS?

(N=1607)

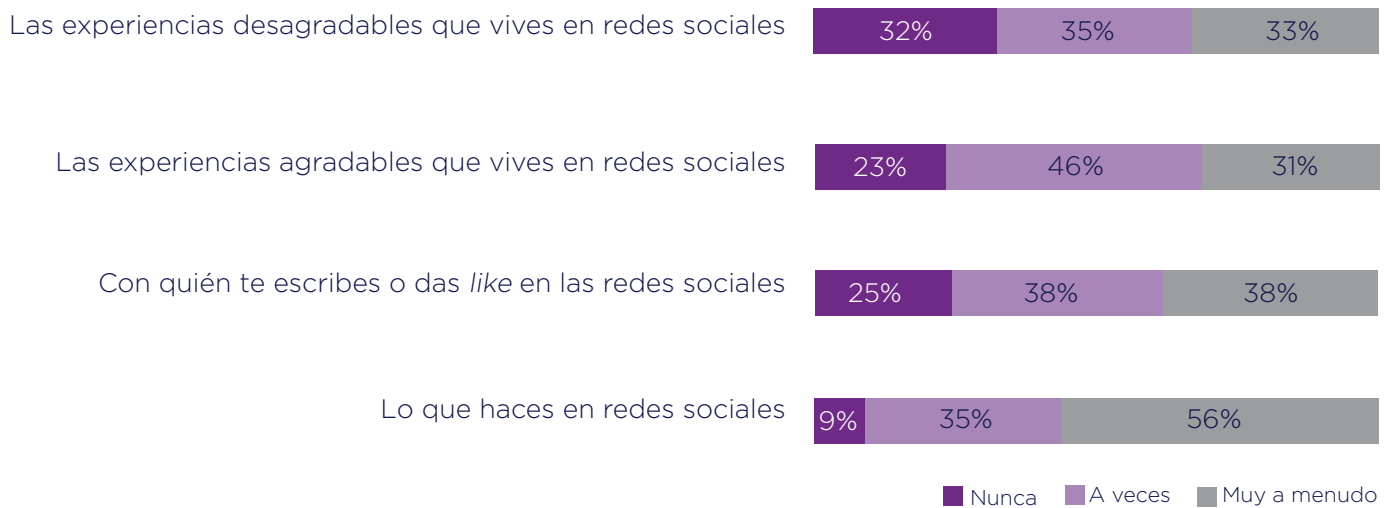




COMUNICACIÓN ACTIVA POR PARTE DE LOS PADRES SOBRE LAS ACTIVIDADES DE SUS HIJOS MENORES DE 8-12 AÑOS EN REDES SOCIALES

¿CON QUÉ FRECUENCIA TE PREGUNTAN TUS PADRES SOBRE LAS SIGUIENTES CUESTIONES?

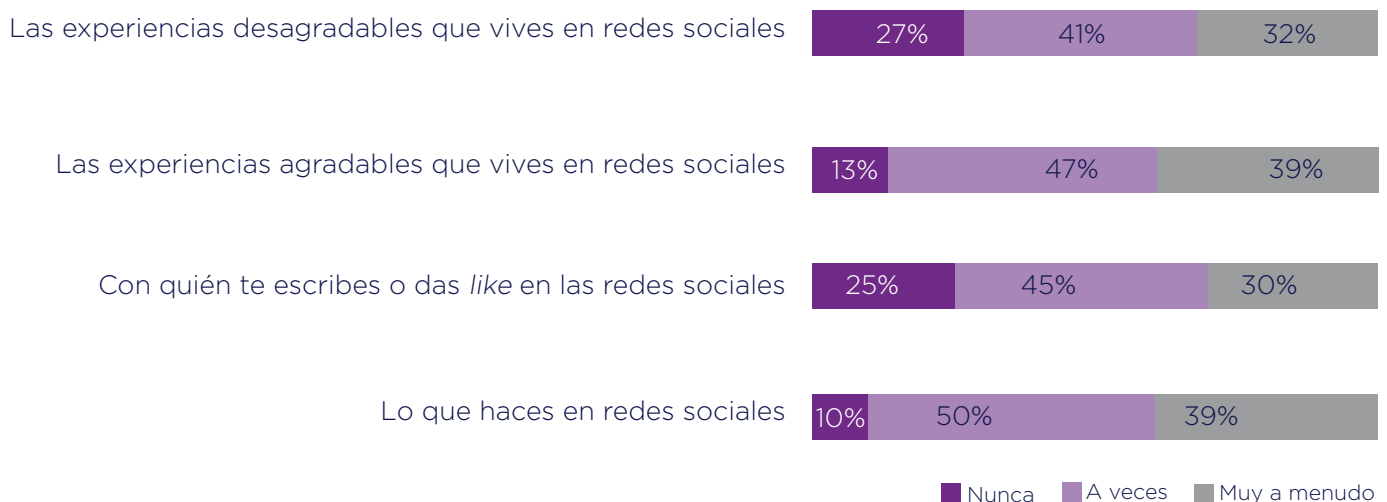
(N=413)



COMUNICACIÓN ACTIVA POR PARTE DE LOS HIJOS MENORES DE 8-12 AÑOS DE SUS ACTIVIDADES EN REDES SOCIALES

¿CON QUÉ FRECUENCIA LE CUENTAS A TUS PADRES SOBRE LAS SIGUIENTES CUESTIONES?

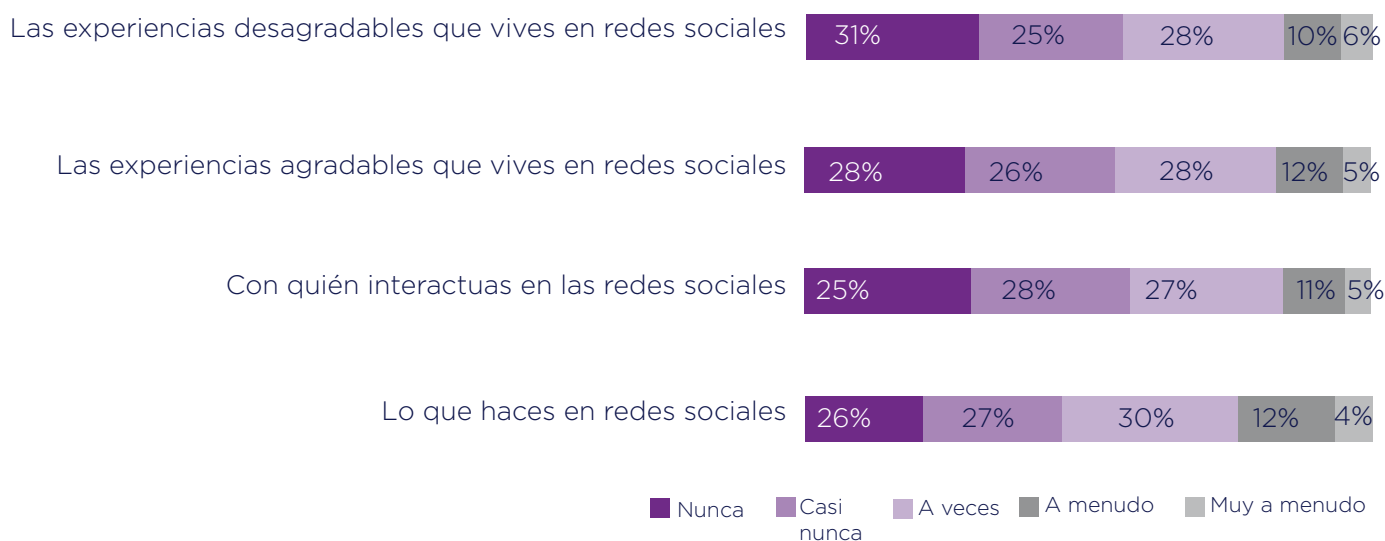
(N=413)



GUARDAR SECRETOS A LOS PADRES SOBRE LO QUE HACEN EN REDES SOCIALES LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA GUARDAS SECRETOS A TUS PADRES SOBRE LAS SIGUIENTES CUESTIONES?

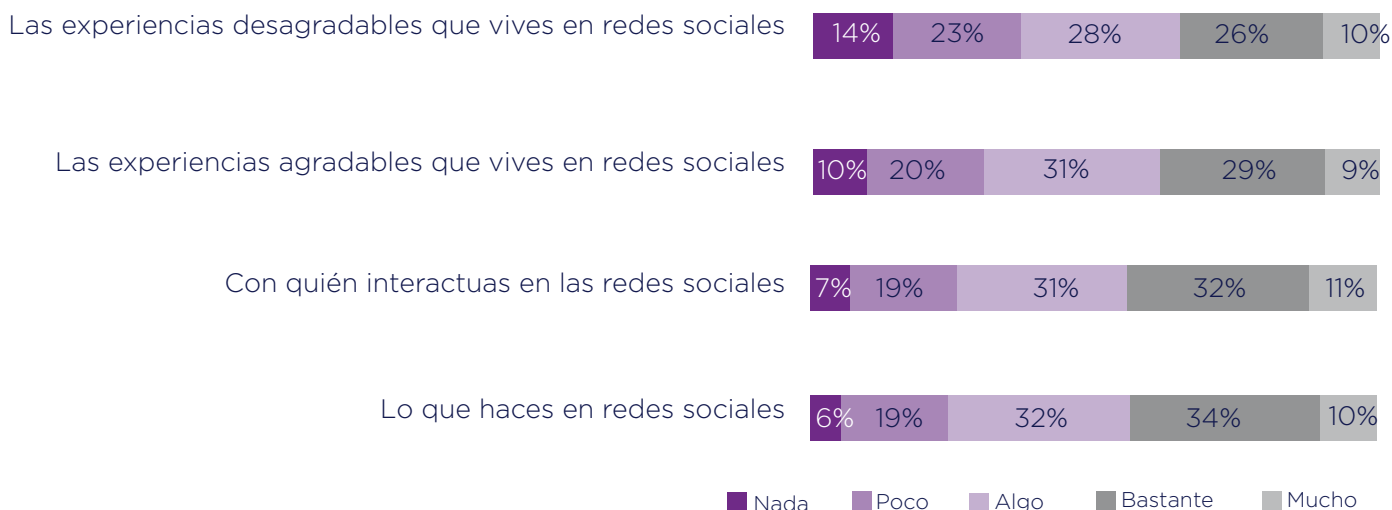
(N=1607)



PERCEPCIÓN DE LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS SOBRE LO QUE SABEN SUS PADRES

¿QUÉ SABEN TUS PADRES SOBRE ESTAS CUESTIONES?

(N=1607)



NORMAS EN CASA PARA USAR REDES SOCIALES

¿TIENES NORMAS EN CASA PARA USAR LAS REDES SOCIALES?

(N=2020)

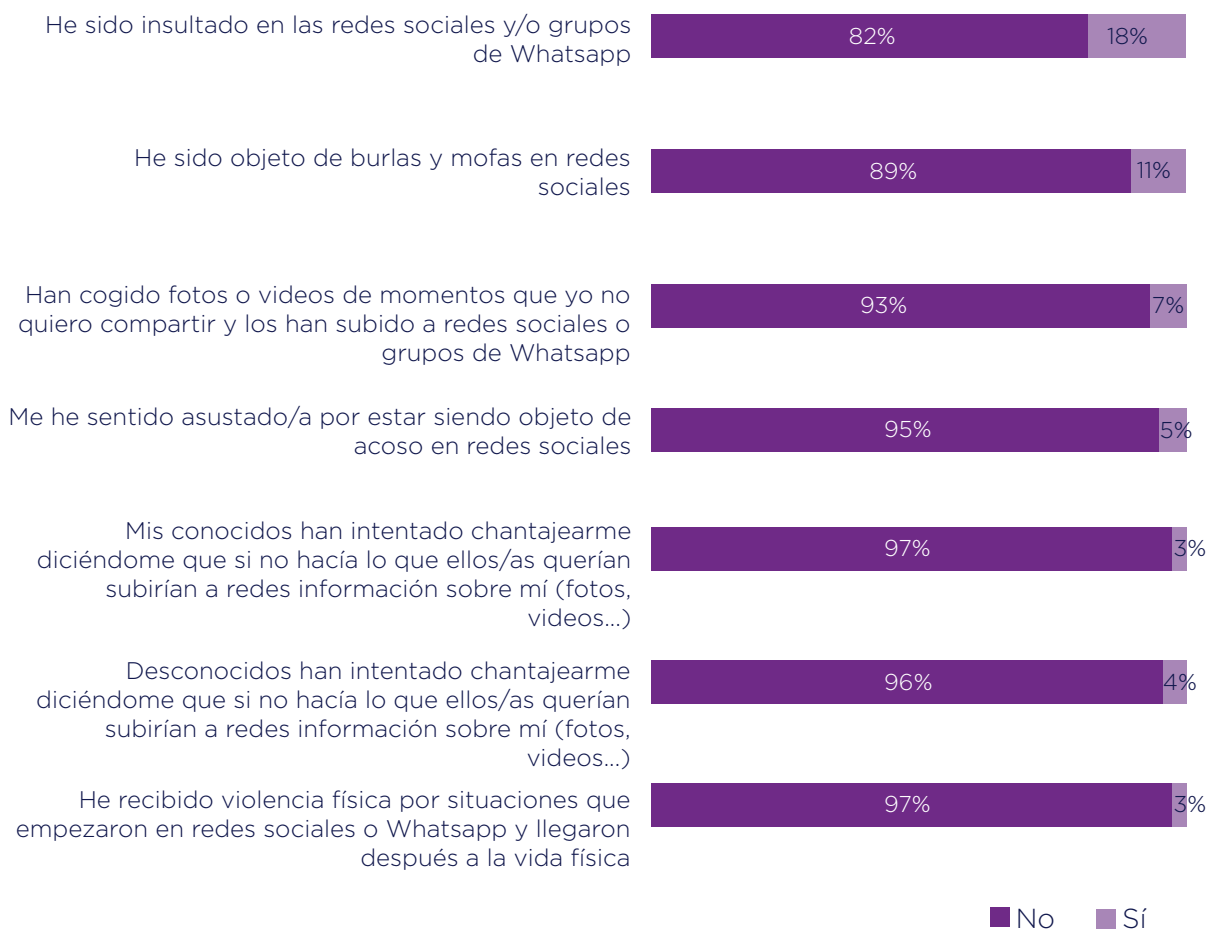


- Sí, hay normas y se cumplen
- No hay normas
- Sí, hay normas aunque no se cumplen del todo
- No sé, prefiero no contestar

VIVENCIA DE LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS DE SITUACIONES DESAGRADABLES EN REDES SOCIALES

¿HAS VIVIDO ALGUNA DE ESTAS SITUACIONES DESAGRADABLES EN REDES SOCIALES?

(N=1607)



■ No ■ Sí



PERSONAS DE REFERENCIA CUANDO TIENEN PROBLEMAS EN REDES SOCIALES

¿A QUIÉN ACUDES CUANDO TIENES PROBLEMAS?

(N=2020)



■ A mis padres

■ Me comunico con la plataforma donde puedo denunciar contenidos o comportamientos no adecuados o ilegales

■ A mis amigos y compañeros

■ A la policía o a alguna institución de apoyo al menor

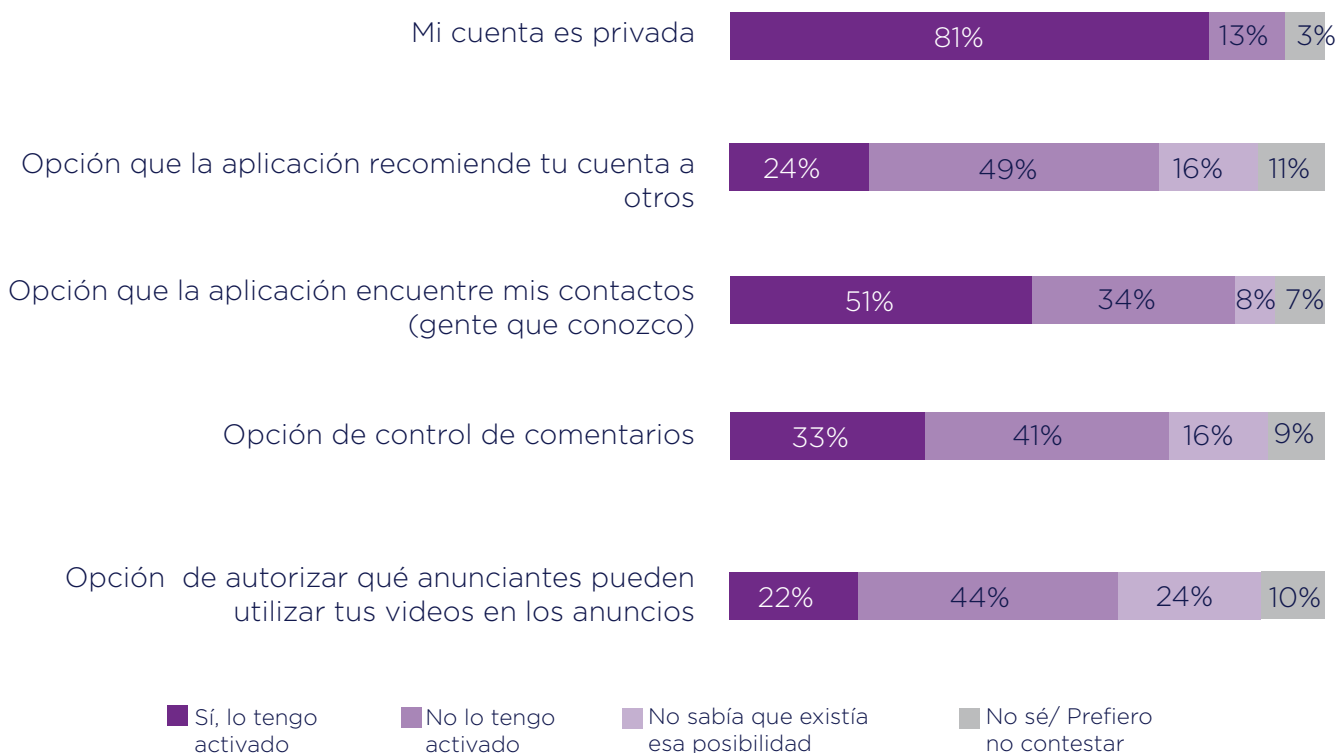
■ A nadie, lo gestiono yo solo



CONFIGURACIÓN BÁSICA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS

¿CÓMO TIENES CONFIGURADAS LAS REDES SOCIALES?

(N=1607)





CONFIGURACIÓN COMPLETA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS ADOLESCENTES DE 13-18 AÑOS

¿CÓMO TIENES CONFIGURADAS LAS REDES SOCIALES?

(N=1607)

Unidades: %





4. CONCLUSIONES POR SECCIONES

4.1 CONTEXTO

a) Móvil propio con acceso a internet

- El 52% de los menores de 8 a 12 años dispone ya de móvil propio, y el 96% accede regularmente a internet, ya sea mediante un dispositivo propio o familiar.
- A partir de los 13 años, la mayoría utiliza el móvil con total autonomía, lo que amplía su acceso a contenidos de todo tipo y, con ello, aumenta no solo los riesgos vinculados a la privacidad, sino también la exposición a contenidos inapropiados, dinámicas de enganche o interacciones no deseadas.
- Los datos muestran una relación significativa entre tener móvil propio y la percepción de sentirse enganchado, especialmente entre los adolescentes. Este hallazgo refuerza la necesidad de acompañar este acceso con normas claras, supervisión y educación digital, pero también invita a cuestionar si la edad actual de acceso —cada vez más temprana— responde a una necesidad real o más bien a una normalización social que convendría revisar.

b) De quién es la cuenta que usas en RRSS (8-12 años)

- YouTube se utiliza mayoritariamente desde cuentas familiares (55%), mientras que a TikTok (24%) e Instagram (14%) se accede ya con cuentas propias.
- Los menores diferencian entre plataformas de consumo pasivo, como YouTube, y aquellas que implican interacción social, como TikTok o Instagram, donde tienden a crear perfiles personales. Esta diferencia en el tipo de cuenta también refleja un mayor control adulto en plataformas como YouTube, frente a un inicio más autónomo en redes de tipo social.

c) Redes sociales con perfil propio

- Las adolescentes de 13 a 18 años tienen una mayor presencia en Instagram, TikTok, BeReal y Snapchat, mientras que los chicos destacan en YouTube, Twitch y Discord.
- WhatsApp es una plataforma común para ambos, muestra de que la comunicación instantánea sigue siendo una función clave en esta etapa.

4.2 HÁBITOS DE USO DE LAS REDES SOCIALES

a) Redes sociales más usadas

- Entre los menores de 8 a 12 años, YouTube es la plataforma dominante (más del 90%), seguida por TikTok —más popular entre niñas— e Instagram. Twitch es minoritario, pero cuenta con mayor presencia masculina.
- En los adolescentes de 13 a 18 años, destacan YouTube, WhatsApp, TikTok e Instagram, con diferencias más marcadas en plataformas específicas: Instagram y TikTok entre las niñas como espacio de socialización, Discord y Twitch entre los niños como extensión de su interés por los videojuegos.

b) Tiempo de uso de redes sociales

- Entre los 8 y 12 años, el 29% de los niños y el 23% de las niñas usan redes sociales entre 1 y 2 horas al día.
- En la adolescencia, Instagram y TikTok concentran el mayor tiempo de conexión, más de un 30% pasa entre 1 y 2 horas al día en cada red social, superando las tres horas diarias de uso redes sociales en total.
- El cruce con la variable “móvil propio” revela que disponer de dispositivo propio está asociado a un uso más prolongado, especialmente en la adolescencia.

c) Momento de uso de redes sociales

- Una gran mayoría de los menores (81%) se conecta por la tarde-noche en casa. Un 18% lo hace antes de ir al colegio y un 23% desde su habitación por la noche —más predominante en varones—, lo que puede tener impacto en la calidad del sueño o el aislamiento.
- En el grupo de 8 a 12 años, el control parental sobre los horarios es más visible. En cambio, en la adolescencia predomina un uso más autónomo e individualizado, especialmente desde el espacio privado del dormitorio.

d) Seguidores en redes sociales

- Los adolescentes acumulan un mayor número medio de seguidores en X (Twitter) y TikTok. Las niñas destacan en plataformas de socialización rápida como Snapchat y TikTok, mientras que los niños lo hacen en plataformas de nicho como Discord, Twitch y YouTube.
- A pesar del uso intensivo de Instagram, el número de seguidores es menor que en TikTok, donde las niñas presentan mayor alcance. Los niños concentran seguidores en canales más especializados, como Twitch, asociados al contenido gamer.

e) A quiénes siguen en redes sociales

- Los menores de 8 a 12 años siguen principalmente a YouTubers, TikTokers e Instagramers; preocupa que un 16% declare seguir a personas desconocidas, comportamiento que implica una puerta abierta a posibles riesgos.
- En adolescentes, YouTube se orienta al consumo de contenido de influencers, TikTok equilibra contenido de influencers y amigos, mientras que Instagram se enfoca en relaciones cercanas, como amigos y familiares.
- El uso que hacen de cada red social refleja una lógica distinta de interacción: Instagram refuerza vínculos personales, TikTok conecta con tendencias e influencias externas.

f) Contenidos consumidos en redes sociales

- Entre los menores de 8 a 12 años, predominan los contenidos de humor, videojuegos y música, con un consumo notable también de memes, dibujos animados y vídeos de amigos.
- Las diferencias de género son claras: los niños consumen más videojuegos y deportes, mientras que las niñas muestran una mayor preferencia por música y contenidos vinculados a la moda o la belleza.
- Aunque casi ningún menor declara consumir contenidos violentos o sexuales, es posible que estos datos estén sesgados por vergüenza o autocensura, y por tanto no pueden descartarse del todo.
- En los adolescentes (13-18 años), las preferencias por plataforma reflejan una clara orientación al entretenimiento ligero y personalizado:
- En YouTube predomina el contenido musical, los videojuegos y el autocuidado (salud, belleza, deporte).

- En TikTok destacan el humor (51%) y los vídeos de amigos (46%).
- En Instagram se prioriza el contenido de amistades (53%), seguido por el humor y temas estéticos.
- Twitch se utiliza casi exclusivamente para contenido gamer.

En conjunto, el consumo está centrado en la evasión, la distracción y la conexión social, con poca presencia de contenido formativo o de actualidad.

g) Actividades que realizan en redes sociales

- En el grupo de 8 a 12 años, las principales actividades son consultar información (43% niños, 44% niñas), jugar en línea (57% niños, 40% niñas) y hablar con amigos (31% niños, 36% niñas).
- Las niñas tienden más a la conversación, mientras que los niños muestran una inclinación mayor al juego, lo que ya sugiere una diferenciación de uso según género.
- Actividades como subir contenido, participar en retos virales o realizar compras tienen una presencia mucho menor (todas por debajo del 25%).
- En adolescentes, las redes se utilizan sobre todo para hablar con amigos (70%), buscar información sobre productos (25%) y, en menor medida, crear contenido propio (13%).
- Las actividades relacionadas con la crítica o expresión de opinión (quejas, desacuerdos) aparecen ya en un 16%, lo que muestra un uso más expresivo entre los mayores.

4.3 PERCEPCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y LA AUTOIMAGEN

a) Opinión sobre las redes sociales

- El 92% de los niños de 8 a 12 años percibe las redes sociales como una fuente de entretenimiento, aunque un 32% reconoce que le hacen perder el tiempo.
- Entre los adolescentes de 13 a 18 años, las redes son vistas como espacios de expresión y pertenencia grupal, aunque también se reconocen efectos como el aislamiento o la pérdida de tiempo.
- En plataformas como TikTok, el uso responde a una combinación de entretenimiento colectivo y consumo personal, reflejando esa ambivalencia.

b) Percepción de la relación con las redes sociales

- Un 64% del total de menores no se considera “enganchado” a las redes, pero un 29 % sí lo está, y de estos, solo un 4% lo ve como un problema.
- En el grupo de 8 a 12 años, solo un 8% considera que estar enganchado es un problema, mientras que, entre los adolescentes, lo perciben así un 5% de las chicas y un 4 % de los chicos.
- Estos datos refuerzan la idea de una naturalización del uso excesivo, que no siempre va acompañada de conciencia crítica.

c) Percepción sobre si son influencers

- Solo un 6% de los niños se considera influencer en YouTube, y el porcentaje es aún menor en otras plataformas.
- Entre los adolescentes, el 3% se considera influencer en YouTube, el 6% en TikTok y el 5% en Instagram. En el resto de redes sociales, el porcentaje es nulo o muy cercano a cero.
- Aunque el consumo de contenido de influencers es muy elevado, la identificación con ese rol sigue siendo mínima, lo que muestra una distancia entre lo que consumen y cómo se perciben a sí mismos.

d) Deseo de ser influencers

- La mayoría de los menores no desea ser influencer. Solo el 29% de los niños y el 24% de las niñas expresan interés. Y es más común entre los menores que entre los adolescentes.
- El desinterés es más pronunciado entre las niñas (66% no quiere serlo) que entre los niños (61%), y entre los adolescentes

4.4 REDES SOCIALES Y BIENESTAR EMOCIONAL

a) Uso activo en las RRSS

- Aunque el consumo sigue siendo mayoritariamente pasivo, el 48% de los adolescentes sube fotos al menos una vez al mes, señalando un nivel moderado de participación activa.
- Los vídeos tienen menos protagonismo que las fotos: solo un 35% sube vídeos con esa misma frecuencia, posiblemente por el esfuerzo que implica su edición y producción.

b) Conocimiento por parte de los padres de las actividades

- La edad de los padres influye en su implicación: a mayor edad, menor seguimiento, lo que, unido a la mayor autonomía de los hijos adolescentes, puede ampliar la brecha entre lo que ocurre en redes y lo que las familias conocen.
- Un 32% de los niños indica que sus padres nunca les preguntan por experiencias negativas, indicativo de una carencia de comunicación preventiva.
- En la adolescencia, entre un 25% y un 45% de los menores reconoce que ha guardado secretos sobre su actividad en redes alguna vez, en contraste con la percepción que los padres creen tener.
- De hecho, en torno al 70-75% de los adolescentes afirma que sus padres saben algo, bastante o mucho sobre su actividad digital, reflejo de una brecha de conocimiento entre ambas partes.

c) Normas de uso en RRSS

- Las normas funcionan como un factor protector transversal: cuando existen y se cumplen, disminuyen el enganche, aumentan las conversaciones familiares y se reducen los problemas reportados.
- Aunque un 76% de los menores afirma tener normas de uso, solo el 46% declara cumplirlas de manera sistemática.
- En la infancia, las normas están más presentes y son más vigiladas. Sin embargo, en la adolescencia ese control disminuye, en paralelo con un aumento de la autonomía digital, no siempre acompañada de criterio o supervisión adecuada.

d) Situaciones desagradables en RRSS

- En el grupo de 8 a 12 años, un 10% ha sido insultado, un 6% ha sentido acoso por parte de alguien conocido, y un 4% por parte de desconocidos.
- En la adolescencia, las experiencias negativas aumentan: 18% ha sido insultado, 11% objeto de burla, 7% ha sufrido robo de fotos, y un pequeño porcentaje ha vivido situaciones de acoso que les provocaron miedo.
- Aunque las cifras son minoritarias, resultan relevantes desde el punto de vista emocional y educativo, ya que una pequeña proporción representa un nivel de riesgo elevado.

e) Persona de referencia cuando se tienen problemas

- El 55% de los menores recurre a sus padres cuando tiene un problema en redes, lo que refleja una base de confianza en el entorno familiar.
- Sin embargo, un 28% prefiere acudir a amigos, y un 12% decide gestionarlo por su cuenta. Estos datos marcan un grupo de riesgo que se desvincula progresivamente del acompañamiento adulto, especialmente en la adolescencia.

4.5 PRIVACIDAD EN LAS REDES SOCIALES

a) Configuración de las redes sociales

- Entre los menores de 8 a 12 años, el 46% de los niños y el 59% de las niñas declara tener perfiles configurados como privados, signo de una cierta conciencia sobre la privacidad, aunque aún se ven en desarrollo.
- En la adolescencia, esta conciencia se afianza: el 81% configura su cuenta como privada, mostrando un mayor control sobre la exposición digital.
- Sin embargo, la interacción con seguidores sigue siendo amplia: un 70% permite que vean su contenido, un 65 % permite comentarios y un 57 % permite que otros vean los vídeos o imágenes a los que han dado *like*.
- Acciones como impedir la descarga de contenido (25%) o bloquear los dúos en TikTok (27%) muestran una intención de protección selectiva, aunque no siempre sistemática.
- Además, existe un desconocimiento considerable sobre ciertas opciones avanzadas: solo el 22% ha restringido que los anunciantes usen su contenido, y un 24% señala no saber que esta posibilidad existe.

5. CONCLUSIONES GENERALES

Las conclusiones generales del estudio sobre el uso de redes sociales por parte de menores en España evidencian un panorama complejo y multifacético, en el que los hábitos digitales varían significativamente según la edad de los menores y, en menor medida, según el género. En los niños de 8 a 12 años, YouTube domina como plataforma principal, mientras que en la adolescencia (13-18 años) se diversifica el uso hacia Instagram, TikTok y WhatsApp, con patrones de género marcados: las niñas gravitan hacia plataformas más relacionales como Snapchat y BeReal, mientras que los niños prefieren Twitch y Discord, especialmente por su relación con el mundo *gamer*. Instagram se consolida como la red más usada entre las adolescentes, mientras que YouTube sigue siendo la más presente en la infancia. El tiempo de uso se incrementa notablemente en la adolescencia, llegando en muchos casos a superar las tres horas diarias. Esta evolución plantea interrogantes sobre el impacto en los ritmos de sueño y la calidad del descanso, sobre todo cuando el uso ocurre de forma individual y nocturna desde el espacio privado del dormitorio.

Desde la perspectiva de la percepción y la autoimagen, los menores ven las redes principalmente como fuente de entretenimiento (en la infancia) o como espacios para la autoexpresión y la pertenencia grupal (en la adolescencia). Sin embargo, surge una paradoja importante: aunque un 29% reconoce sentirse “enganchado” a las redes, solo una minoría lo percibe como un problema, lo que puede limitar la adopción de estrategias preventivas tanto desde el entorno familiar como desde el educativo. Disponer de un móvil propio se asocia con una mayor percepción de enganche, y refuerza la importancia de acompañar ese acceso con criterios claros y presencia adulta. Además, pese al consumo intensivo de contenido de influencers, son pocos los menores que aspiran a convertirse en uno. Esta disociación entre consumo aspiracional y autopercepción es especialmente notable en las niñas, quienes parecen tener una relación más crítica o distante con estos modelos.

En relación con el bienestar emocional, las redes sociales representan una doble cara: por un lado, ofrecen oportunidades de socialización y evasión; por otro, pueden generar ansiedad, aislamiento o exposición a experiencias adversas. Aunque predomina un uso pasivo, una proporción significativa de adolescentes comienza a crear contenido, sobre todo mediante fotos. Las experiencias negativas, como insultos, burlas o robo de contenido, afectan a una minoría relevante (hasta el 18% en adolescentes), subrayando la necesidad de reforzar los canales de apoyo emocional y educativo. Por lo general, los adolescentes tienden a contar poco lo que les ocurre en redes, especialmente lo negativo, y con quienes más lo comparten es con los amigos. Si bien los padres continúan siendo la principal figura de referencia en caso de conflicto, se constata una brecha comunicativa generacional, especialmente en la adolescencia, donde casi la mitad de los menores evita compartir lo que les ocurre en redes.

Además, a medida que los hijos crecen, los padres tienden a perder capacidad de supervisión, y disminuyen tanto las normas como la conversación activa.

El análisis de la privacidad refleja ciertos avances en configuraciones básicas (el 81 % de los adolescentes tiene cuentas privadas), pero también lagunas significativas: muchos menores permiten amplias interacciones, y persiste un desconocimiento sobre funciones avanzadas de protección, como las restricciones a anunciantes. A ello se suma un dato que atraviesa todo el estudio: la temprana incorporación de los menores al entorno digital. El 52 % de los niños entre 8 y 12 años ya dispone de móvil propio, y muchos acceden a cuentas personales en redes sociales como TikTok o Instagram. Aunque se insiste —y con razón— en la importancia del acompañamiento adulto, los resultados invitan también a una reflexión de fondo: cuando existen normas claras y estas se cumplen, se reduce la percepción de enganche, aumentan las conversaciones en casa y disminuyen los problemas. Por tanto, las normas familiares no solo actúan como mecanismo de control, sino como una herramienta protectora clave, mucho más determinante que variables como el tipo de colegio —una dimensión que, según los datos, no presenta una influencia significativa sobre el comportamiento digital de los menores ni sobre la implicación de las familias. Con todo esto: ¿es realmente necesario que los menores accedan tan pronto a dispositivos personales con conexión a internet? En una etapa tan vulnerable del desarrollo, posponer el acceso podría ser una medida protectora clave, complementaria a la supervisión.

En definitiva, junto a políticas públicas de alfabetización mediática y apoyo emocional, urge abrir un debate social y educativo sobre el momento oportuno para comenzar a usar redes sociales, no solo sobre cómo acompañar cuando ya se usan. Esta cuestión será abordada en el apartado de recomendaciones.

6. RECOMENDACIONES

El conjunto de recomendaciones que se presenta a continuación busca fomentar un uso saludable, seguro y crítico de las redes sociales por parte de los menores en España. Se atienden los principales ejes detectados en el estudio: hábitos de uso, percepción de la autoimagen, bienestar emocional y privacidad. Las propuestas insisten en la importancia del acompañamiento familiar, la educación digital y la creación de entornos de confianza. Sin embargo, se incorpora también un elemento clave que surge de los datos: la necesidad de que las familias y los educadores se cuestionen no solo cómo acompañar el uso de las redes sociales, sino también cuándo permitir el acceso. En una etapa del desarrollo tan sensible como la infancia, retrasar el acceso puede ser tan importante como regularlo.

1) Hábitos de uso de las redes sociales

- Establecer conversaciones abiertas sobre el uso digital, comprendiendo motivaciones y hábitos, más allá de imponer límites.
- Supervisar el tiempo de uso diario, especialmente en plataformas de consumo intensivo como Instagram y TikTok, para evitar efectos sobre el sueño y el rendimiento académico.
- Favorecer un uso equilibrado, combinando redes sociales con actividades offline como deporte, lectura o juego libre.
- Establecer normas claras y consensuadas de uso, y fomentar su cumplimiento desde la coherencia y el ejemplo adulto.
- Mantener una comunicación frecuente sobre lo que sucede en redes, tanto experiencias negativas como positivas.
- Fomentar un uso activo y creativo, promoviendo la creación de contenido con valor personal, frente al consumo pasivo.
- Supervisar de manera respetuosa y no invasiva para no generar ocultamiento ni ruptura del vínculo de confianza.
- En edades tempranas, favorecer el uso de cuentas familiares o supervisadas (por ejemplo, YouTube para *kids*).
- Reflexionar como familia sobre la oportunidad del acceso: no todos los menores necesitan iniciarse en redes sociales a edades tempranas.

2) Percepción de las redes sociales y la autoimagen

- Promover el uso crítico desde temprana edad, ayudando a identificar beneficios y riesgos.
- Hablar sobre la figura del influencer, aclarando la diferencia entre entretenimiento, autenticidad y marketing.
- Desarrollar programas educativos que fortalezcan la autoestima, desvinculando el valor personal del número de “likes” o seguidores.
- Implementar actividades en el aula que cuestionen estándares de éxito en redes, usando casos populares como debate.

3) Redes sociales y bienestar emocional

- Dialogar sobre el tiempo de uso, el uso de redes para paliar el aburrimiento y los signos de enganche, promoviendo momentos de desconexión y actividades no digitales.
- Acompañar emocionalmente a los menores que muestran ansiedad al desconectarse, enseñando herramientas de regulación emocional.
- Reforzar el papel de los padres como referentes, no solo en normas, sino en acompañamiento emocional activo.
- Incluir el bienestar emocional como competencia transversal en programas de alfabetización digital, tanto para niños como para adultos.

4) Privacidad en las redes sociales

- Educar desde el inicio en seguridad digital, insistiendo en la configuración adecuada de la privacidad.
- Configurar juntos las cuentas (padres e hijos), revisando quién puede ver, comentar o compartir contenido.
- Trabajar la gestión de la identidad digital como parte de la educación en ciudadanía, explicando el impacto de lo que se publica.
- Capacitar a los menores para identificar y actuar ante situaciones desagradables (bloqueo, reporte, denuncia).
- Desarrollar el pensamiento crítico frente a la publicidad y el marketing en redes, ayudando a distinguir contenido promocional de contenido personal.

El uso de redes sociales entre menores en España ha dejado de ser una tendencia emergente para convertirse en una realidad cotidiana. Este informe ha mostrado cómo niñas, niños y adolescentes se mueven con naturalidad por entornos digitales que modelan sus formas de relacionarse, divertirse y construir su identidad. Sin embargo, también ha evidenciado que esta presencia tan temprana no está exenta de contradicciones, riesgos y preguntas abiertas.

Acompañar, dialogar, educar y proteger siguen siendo verbos clave en la relación entre adultos y menores en el entorno digital. Pero quizá, tras revisar los datos con atención, conviene añadir un verbo más: cuestionar. Cuestionar si todo acceso es necesario. Cuestionar si la madurez digital acompaña realmente a la edad cronológica. Cuestionar si los beneficios del uso temprano compensan sus posibles efectos. No se trata de crear alarma, sino de abrir espacio para decisiones conscientes, acordadas y progresivas.

En definitiva, no basta con enseñar a usar las redes sociales de forma segura. Es necesario también reflexionar sobre cuándo es el momento adecuado para empezar a usarlas. Porque, como muestran muchos de los datos aquí analizados, una parte importante de la prevención no está en el control, sino en el ritmo: en no adelantar etapas que necesitan aún tiempo, acompañamiento y maduración.

7. BIBLIOGRAFÍA

Encarnación Aucapiña, I. E., & Campodónico, N. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. *Revista Psicología UNEMI*, 8(015), 73-87. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol8iss15.2024pp73-87p>

IAB Spain (2024). Estudio Anual de Redes Sociales 2024 (IAB Spain). Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2024/>

Instituto Nacional de Estadística (2024). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Recuperado de https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/TICH2024.htm?utm_source=chatgpt.com

ONTSI (2023). "Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes". <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2023-10/policybriefredesocialesaludmentaljovenesyadolescentes.pdf>

Orgilés, M., Morales, A., Piqueras, J. A., marzo, J. C. y Espada, J. P. (2024). Problemas psicológicos en la infancia y adolescencia. Centro de Investigación de la Infancia y la Adolescencia. Universidad Miguel Hernández <https://observainfancia.es/informes/>

Qustodio (2025). El dilema digital: la infancia en una encrucijada. <https://www.qustodio.com/es/research/qustodio-presenta-su-estudio-anual-de-2024-el-dilema-digital/>

Save the Children. (2024). Derechos #sin conexión. Recuperado de <https://www.savethechildren.es/actualidad/informe-derechos-sin-conexion>

Unicef. (2024). Impacto de la tecnología en la adolescencia. Recuperado de <https://www.unicef.es/publicacion/impacto-de-la-tecnologia-en-la-adolescencia>

Vaingankar J., van Dam R., Samari E, Chang S, Seow E, Chua Y., Luo N, Verma S, Subramaniam M. (2022). Social Media-Driven Routes to Positive Mental Health Among Youth: Qualitative Enquiry and Concept Mapping Study. *JMIR Pediatr Parent*. 2022 Mar 4;5(1):e32758. doi:10.2196/32758

Vall-Roqué, H., Sánchez-Hernández, D., & Andrés, A. (2021). Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria: una revisión sistemática de estudios en población española. *Revista Española de Salud Pública*, 95, e202109123. Recuperado de <https://www.scielosp.org/article/resp/2021.v95/e202109123/>

