

‘Hay más riesgos en Internet que en la vida real’, nueva campaña del Consejo General de la Psicología y la AEPD

- El Consejo General de la Psicología y la Agencia Española de Protección de Datos lanzan una campaña en la que alertan de la adicción que pueden generar algunos servicios de Internet, en especial en la infancia y adolescencia, debido a la precocidad de acceso y el uso intensivo
- La campaña, orientada a familias, les emplaza a valorar los riesgos antes de entregar a sus hijos e hijas un dispositivo móvil, equiparando los efectos del uso de determinados servicios de Internet a la dependencia y adicción que generan algunas sustancias
- La iniciativa cuenta con la colaboración y el apoyo de Atresmedia, Mediaset España y RTVE, que van a emitir el spot en sus respectivos canales
- Enlace al vídeo: [‘Hay más riesgos en Internet que en la vida real’](#)

(Madrid, 18 de noviembre de 2024). El Consejo General de la Psicología de España (COP) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) han lanzado hoy su campaña [‘Hay más riesgos en Internet que en la vida real’](#), orientada a que las **familias valoren las consecuencias** de entregar a sus hijos e hijas un dispositivo con acceso a todo tipo de servicios de Internet. La campaña cuenta con la colaboración de Atresmedia, Mediaset España y RTVE, que refuerzan con su participación su compromiso con los derechos de la infancia y adolescencia en el entorno digital y van a difundirla a través de sus respectivos canales.

Más del 90% de los alumnos de 1º de ESO disponen de su propio teléfono móvil con conexión a Internet. En paralelo, a más del 80% de los padres y madres les preocupa el tiempo que pasan niños, niñas y adolescentes con estos dispositivos, según el CIS.

Con la campaña [‘Hay más riesgos en Internet que en la vida real’](#), el COP y la AEPD quieren invitar a las familias a reflexionar sobre qué supone realmente hacer entrega de un smartphone a sus hijos e hijas, **equiparando los efectos de determinados servicios de Internet a la dependencia y adicción que generan algunas sustancias**.

El uso precoz e intensivo de los medios digitales tiene un **impacto sobre la salud a nivel físico, psicológico y social** en el caso de niños, niñas y adolescentes, y su entrega supone abrir la puerta a una serie de situaciones que dañan de forma grave

tanto su privacidad como, en casos extremos, su salud mental: recepción y envío de fotos comprometidas; ciberacoso; contactos con personas adultas que se hacen pasar por menores, hiperconectividad, etc.). Los y las menores se encuentran en pleno desarrollo de su personalidad, por lo que un uso intensivo podría conllevar consecuencias en su neurodesarrollo. A menudo, las familias no han recibido información y no son conscientes en toda su dimensión de los efectos que produce en niños, niñas y adolescentes el uso inadecuado o problemático y adictivo de ciertos servicios de Internet, **afectando gravemente a su desarrollo personal, y en concreto a su salud** (física, mental, psicológica y social, sexual); su neurodesarrollo; su aprendizaje; las relaciones familiares y sociales; los hábitos de consumo o la monetización de sus datos.

Además, la sobreexposición de información personal los hace más proclives a **situaciones de riesgo** como el ciberacoso, el sexting o el grooming, con consecuencias difíciles de reparar en algunos casos.

En este sentido, el informe de la AEPD '[Patrones adictivos en el tratamiento de datos personales](#)' pone el foco en plataformas, aplicaciones y servicios cuyo modelo de negocio, en muchos casos, se sustenta en **prolongar el tiempo que los usuarios pasan en su plataforma** e incrementar su nivel de compromiso y la cantidad de datos personales que se recogen. Con carácter general, todos los consumidores de productos digitales son víctimas potenciales de comportamientos adictivos, pues dado que las técnicas que pueden emplearse para conseguir que las personas pasen más tiempo del recomendable o saludable son cada vez más sofisticadas. El objetivo final es **mantener la atención el mayor tiempo posible sin tener en cuenta los posibles perjuicios que puede suponer para sí mismas o su entorno familiar**, llegando incluso a modificar su voluntad o su comportamiento con consecuencias negativas y, a veces, irreversibles para su integridad física o psicológica.

El lanzamiento de la campaña 'Hay más riesgos en Internet que en la vida real' de ambas instituciones profundiza en su [Estrategia global sobre menores, salud digital y privacidad](#), elaborada por la Agencia, que recoge las líneas de actuación prioritarias de este organismo público para fomentar la protección de la infancia y adolescencia en el uso que realizan de Internet y sus servicios.