



revela que niños desde los 4 años ya son dueños de su propio celular, lo que confirma que la exposición digital comienza mucho antes de lo previsto y subraya la necesidad de actuar con una mirada más integral.

Por ello, más que enfocarse únicamente en la prohibición, es clave impulsar la autorregulación en los entornos que tienen contacto directo con niños y adolescentes. En el ámbito publicitario, por ejemplo, la séptima edición del Código de Ética del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar) refuerza la protección de este grupo con orientaciones prácticas que guían a las marcas en el uso responsable de redes sociales, elevando así los estándares definidos por la propia industria y promoviendo un ecosistema digital más seguro y saludable.

Uso responsable

● Distintos países han impulsado medidas para restringir el acceso a redes sociales en menores, buscando proteger su salud mental. Según expertos, el uso excesivo de estas plataformas no es beneficioso para los adolescentes, aunque tras una lectura de la iniciativa, surgen dudas sobre si es la solución más adecuada.

La preocupación por los riesgos es legítima. Sin embargo, la regulación total es difícil de controlar y podría resultar más perjudicial. La gran popularidad de estas plataformas podría llevar a los jóvenes a buscar alternativas aún más dañinas para eludir estas restricciones. Más aún, un reciente estudio de la Universidad Adolfo Ibáñez

Maribel Vidal

Directora ejecutiva del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar)