

## PANEL DE HOGARES 2T 2021

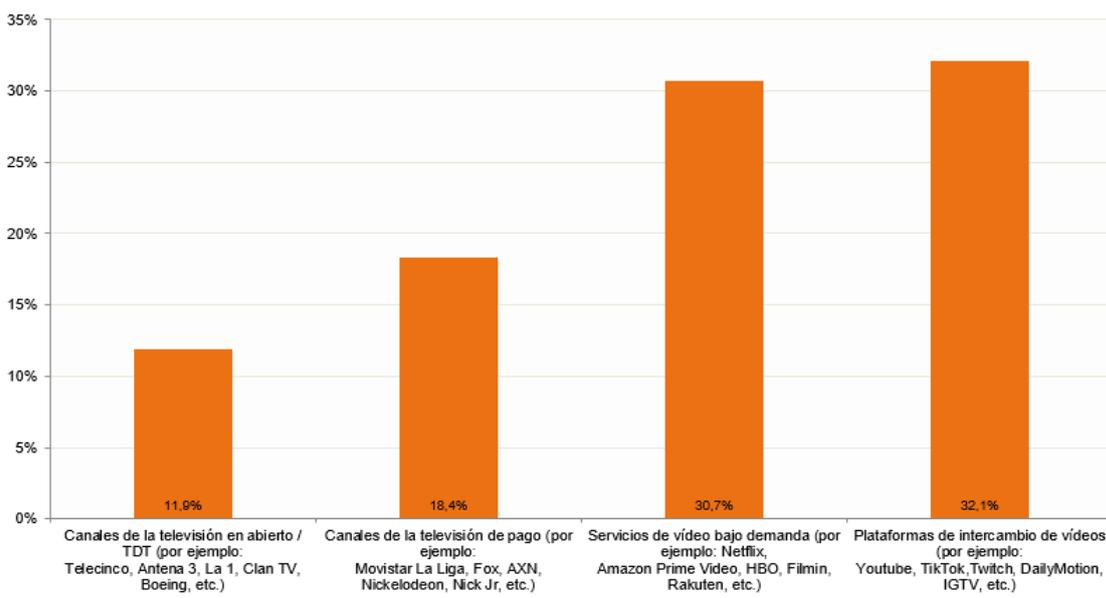
### Los contenidos audiovisuales de plataformas como Twitch o TikTok preocupan más que la televisión en los hogares con menores

- Un 30% de los hogares con menores desconoce cómo filtrar los contenidos audiovisuales.
- Entre los que sí saben, uno de cada tres (32%) utiliza herramientas de control parental en las plataformas como Twitch o TikTok.
- Esta cifra es similar al uso de filtros en Netflix o HBO (30,7%), pero la cifra se reduce drásticamente para los contenidos de televisión (11,9%).

**Madrid, 12 de noviembre de 2021.**- Aunque la mayoría de los hogares conoce las herramientas que bloquean o filtran los contenidos audiovisuales que ven los menores (el 70% de los hogares con hijos menores o que se hacen cargo de menores habitualmente), siguen siendo pocos los que las utilizan, según los datos del [último Panel de Hogares de la CNMC del segundo trimestre de 2021](#).

El uso de herramientas de control parental es más habitual cuando hablamos de plataformas de intercambio de videos (Youtube, Twitch, TikTok, IGTV) y de servicios de vídeo bajo demanda (Netflix, Amazon Prime Video, HBO), que cuando se trata de contenidos en televisión, sobre todo en abierto.

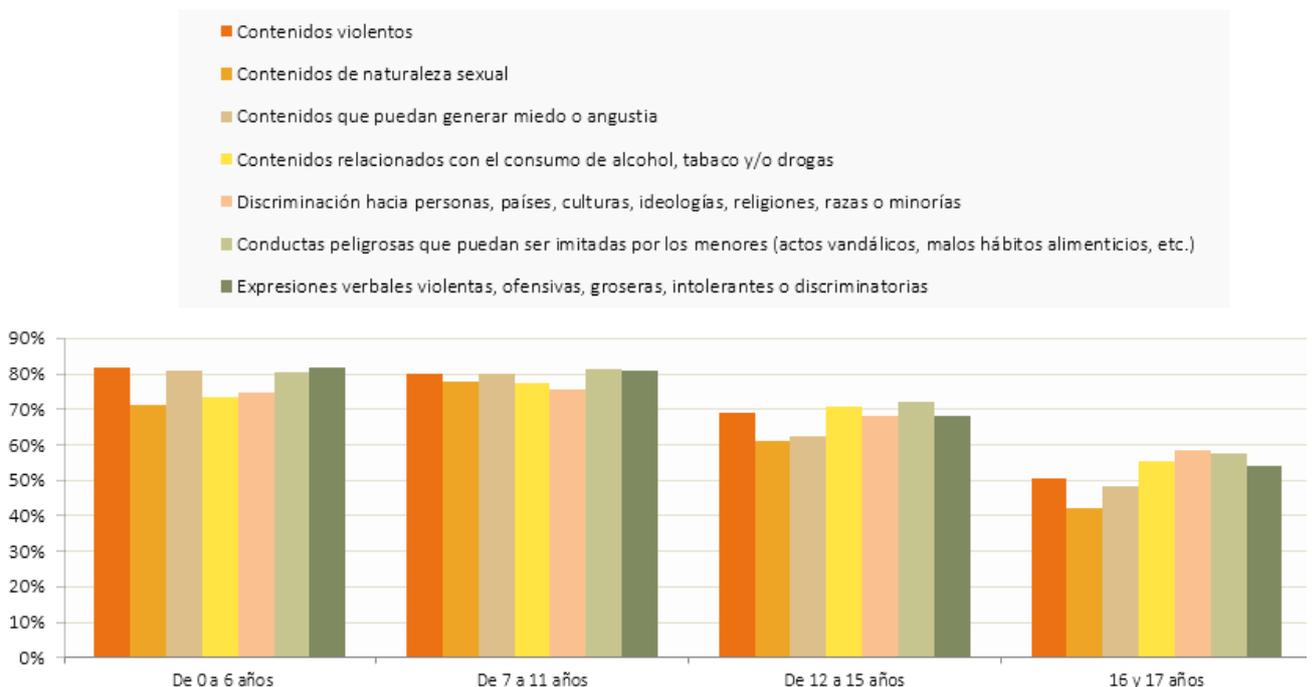
#### Hogares que tienen activada alguna opción de control parental o control de edad para vigilar o controlar los contenidos audiovisuales que ven los menores (porcentaje de hogares, II-2021)



Universo: Hogares con hijos menores o que se hacen cargo de menores habitualmente, aunque no sean sus hijos, que conocen el filtrado de contenidos y usan el servicio de la columna. Fuente: CNMC

La preocupación por la exposición de los menores a contenidos audiovisuales que perjudiquen su desarrollo físico y mental continúa siendo alta. En función de la edad de los menores, el motivo de preocupación cambia ligeramente. Los contenidos violentos son los que más preocupan a los hogares con hijos de entre 0 y 6 años; mientras que las conductas peligrosas, que pueden ser imitadas por los menores, son el tipo de contenido que genera más preocupación entre los hogares con hijos de 7 a 15 años.

**Hogares bastante o muy preocupados con los contenidos audiovisuales que los menores de edad puedan ver (porcentaje de hogares, II-2021)**



Universo: Hogares con hijos en la franja de edad indicada o que se hacen cargo habitualmente de menores en la franja de edad indicada, aunque no sean sus hijos. Fuente: CNMC.

Casi el 88% de los hogares con hijos menores o que habitualmente se encargan de menores declararon conocer que existen horarios de protección al menor en televisión. Esta es la forma de protección más conocida, superando a otras formas de conocimiento como el uso de medios para filtrar o bloquear contenidos, que tanto pueden ser utilizados para contenidos televisivos como contenidos sobre Internet.

También es destacable que menos de un 25% de los hogares con hijos menores o que habitualmente se encargan de menores, conoce las formas para reclamar o protestar sobre los contenidos audiovisuales para niños y adolescentes. En esta línea, solamente un 5% de los hogares con menores y que conocían de esta

posibilidad, han reclamado/protestado en los dos últimos años sobre los contenidos audiovisuales para niños y adolescentes.

La CNMC cuenta con un canal habilitado para denunciar el contenido que no respete la normativa audiovisual: [el formulario para presentar denuncias sobre contenidos audiovisuales](#) es un buzón para que cualquier persona física o jurídica pueda denunciar o quejarse sobre programas o anuncios de ámbito nacional.

## Metodología

Estos resultados forman parte del **Panel de Hogares de la CNMC**, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2021 e incluyó a 4.963 hogares y 9.006 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

## [CNMCData](#)