

PANEL DE HOGARES 2T 2021

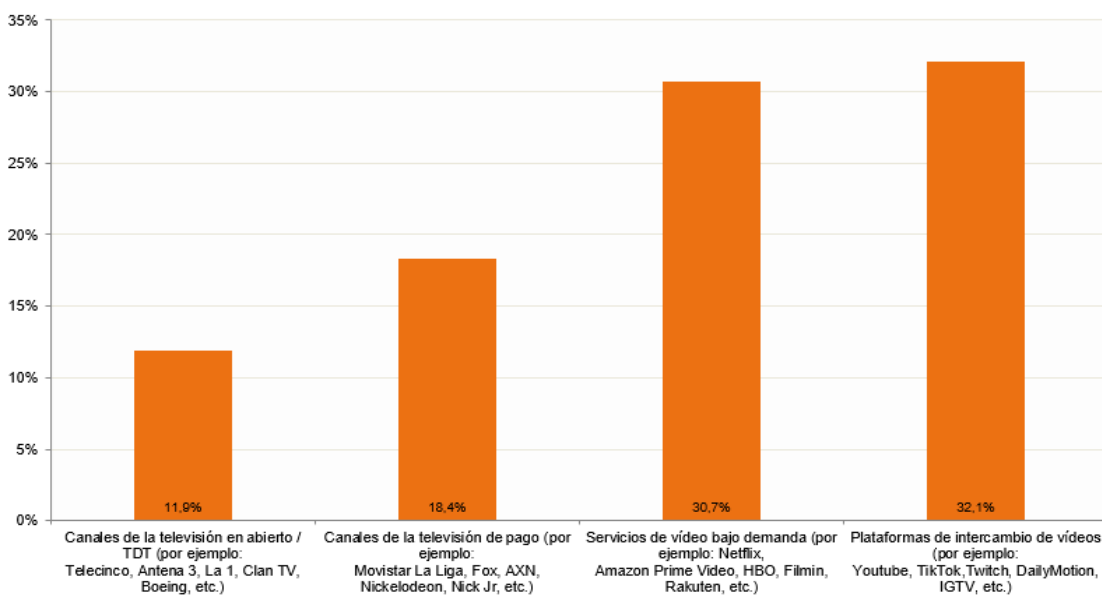
Los contenidos audiovisuales de plataformas como Twitch o TikTok preocupan más que la televisión en los hogares con menores

- 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.

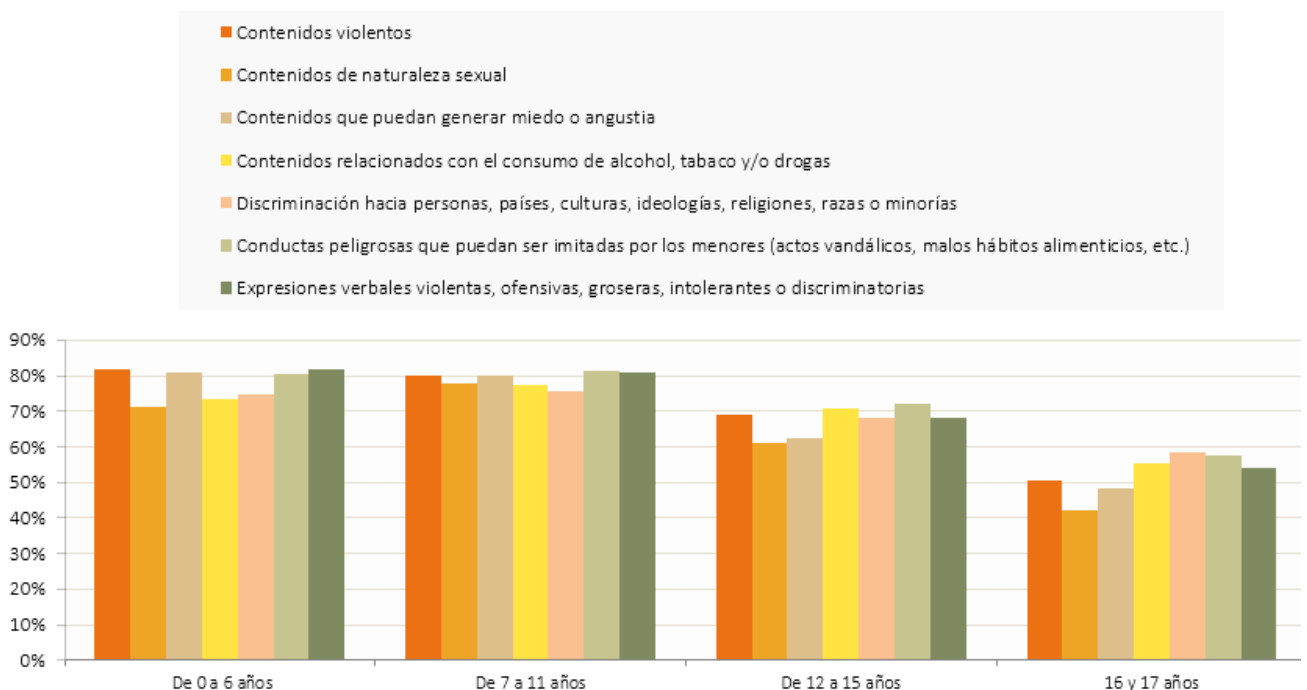
Hogares que tienen activada alguna opción de control parental o control de edad para vigilar o controlar los contenidos audiovisuales que ven los menores (porcentaje de hogares, II-2021)



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](#)