

PANEL DE HOGARES 2T 2025

Crece el número de hogares que reclaman por contenidos audiovisuales inapropiados para menores

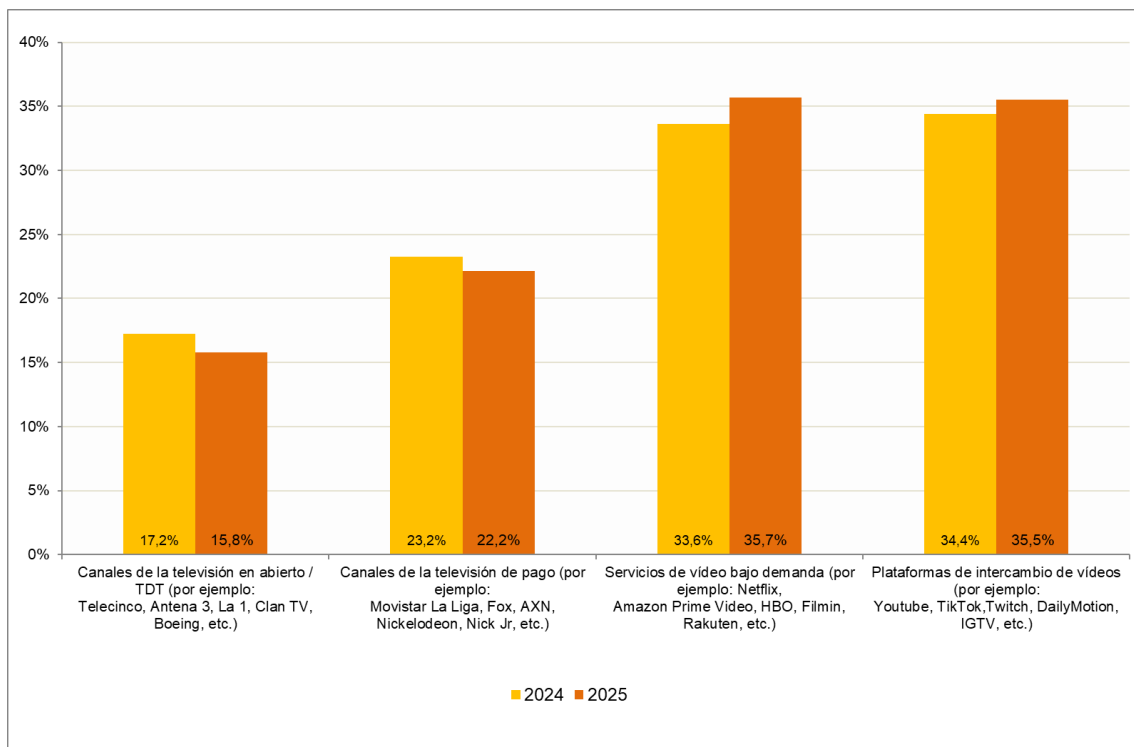
- Un 23,1 % de los hogares con menores sabía cómo reclamar por contenidos inapropiados.
- Los servicios de vídeo bajo demanda y las plataformas de intercambio de videos fueron los más controlados mediante herramientas parentales.
- Los contenidos violentos o que generan miedo o angustia fueron los que más preocuparon a los hogares con niños de 0 a 6 años.

Madrid, 24 de octubre de 2025.- El 75 % de los hogares con hijos menores (o que se ocupaban habitualmente de ellos) conocía las herramientas disponibles para bloquear o filtrar contenidos audiovisuales, aunque solo una parte las utilizó, según el último [Panel de Hogares de la CNMC del segundo trimestre de 2025](#).

Entre los hogares que conocían estas herramientas, su uso fue más habitual en los servicios de vídeo bajo demanda —como Netflix, Amazon Prime Video o HBO Max—, con un 35,7 %, y en las plataformas de intercambio de vídeo (YouTube, TikTok, Twitch, etc.), con un 35,5 %.

En cambio, solo un 15,8 % de los hogares aplicó estas herramientas en los canales de televisión en abierto, y algo más de uno de cada cinco lo hizo en canales de televisión de pago.

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)



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

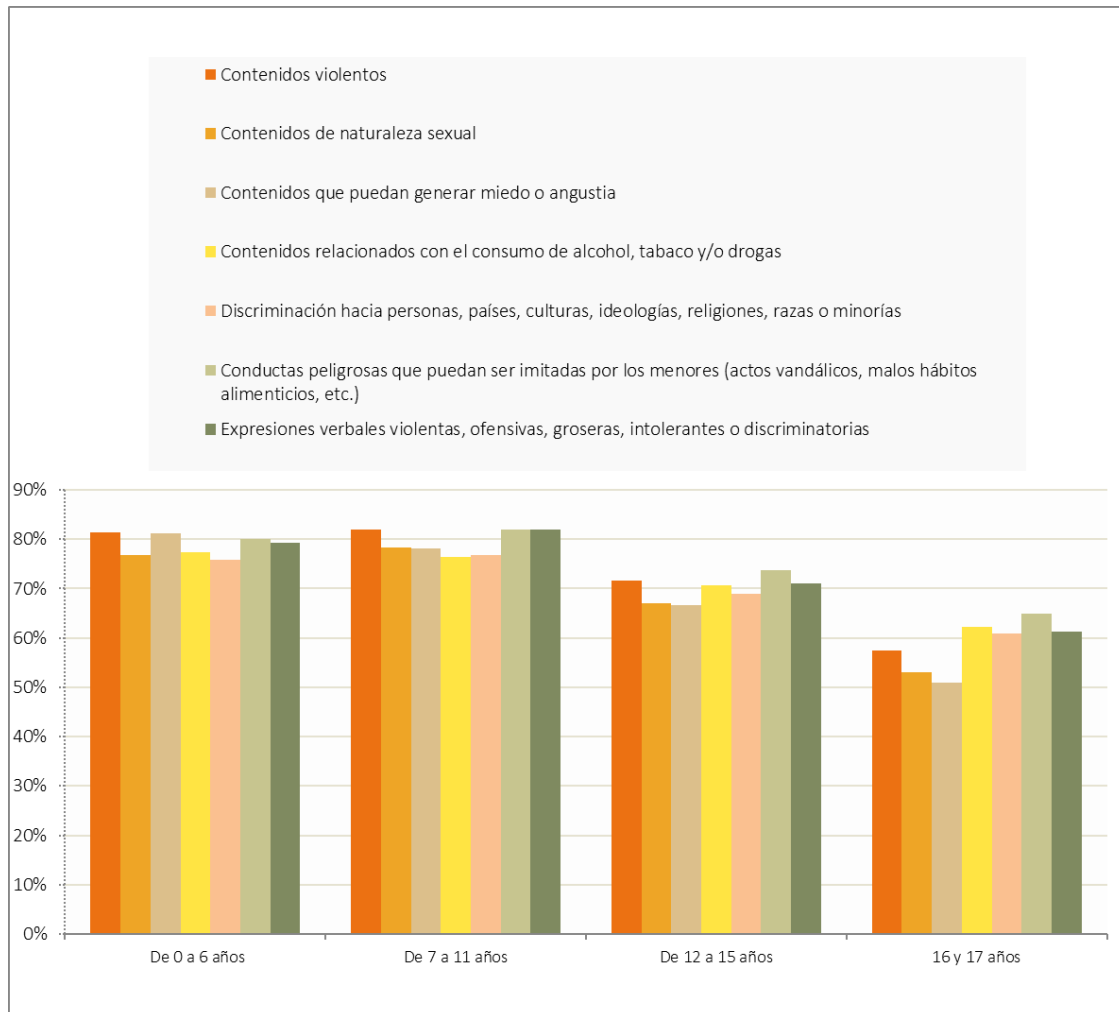
Contenidos que más preocuparon a las familias

La exposición de los menores a contenidos perjudiciales para su desarrollo físico y mental sigue preocupando a los hogares.

- En los hogares con niños de 0 a 6 años, los contenidos violentos o que pueden generar miedo o angustia y aquellos que puedan promover conductas peligrosas por imitación de los menores fueron los que más inquietud causaron.
- En el caso de los menores entre los 7 y 11 años, la preocupación se centró en los contenidos violentos, los que muestran conductas peligrosas susceptibles de imitación y los que incluyen expresiones ofensivas o discriminatorias.
- El principal motivo de preocupación en el caso de los jóvenes de 12 a 17 años fue por los contenidos con conductas peligrosas imitables y, en el

caso de los mayores de 16 y 17 años, los relacionados con el consumo de alcohol, tabaco y drogas.

Hogares bastante o muy preocupados con los contenidos audiovisuales que los menores de edad puedan ver (porcentaje de hogares, II-2024)



Universos: Hogares con hijos menores o que se hacen cargo de menores habitualmente por franja de edad. Fuente: CNMC

Más conocimiento sobre los mecanismos de protección

El Panel también recoge datos sobre el grado de conocimiento de los hogares acerca de los *horarios de protección al menor* en televisión. En el segundo trimestre de 2025, un 87,4 % de los hogares con hijos menores o que se ocupan de menores habitualmente conocía estos horarios.

Además, un 23,1 % sabía cómo presentar una reclamación por los contenidos audiovisuales dirigidos a niños y adolescentes.

Por último, se observa un incremento en el porcentaje de hogares que presentaron reclamaciones sobre los contenidos para menores, al pasar del 2,6 % en el segundo trimestre de 2024 al 7,5 % en el segundo trimestre de 2025.

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 2025 e incluyó a 5.176 hogares y 8.709 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

Contenido relacionado:

- [CNMCData](#)