

NOTA DE PRENSA

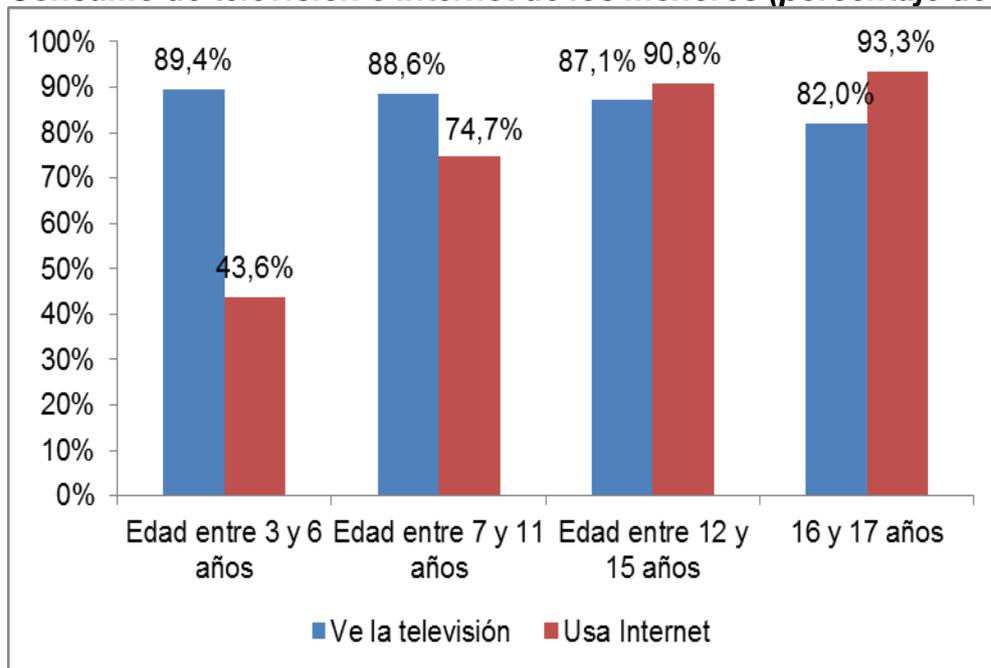
Los adolescentes españoles prefieren conectarse a Internet que ver la televisión

- Casi el 42% de los niños entre 3 y 17 años consumen entre 1 y 5 horas/semana de contenidos por Internet.
- El uso de Internet aumenta considerablemente en la franja entre los 16 y los 17 años, en la que alcanza el 93,3%.

Madrid, 6 de noviembre de 2015. – El consumo de Internet (a través de ordenador, portátil, tablet o teléfono móvil) gana terreno a la televisión entre los adolescentes, como refleja el [Panel de Hogares CNMC](#).

Así, el consumo de Internet aumenta considerablemente en la franja entre los 16 y los 17 años, en la que alcanza el 93,3% superando el consumo de televisión en esta franja de edad (un 82%). Por el contrario, los niños más pequeños (entre 3 y 6 años) ven la televisión (89,4%) mucho más que usan Internet (43,6%).

Consumo de televisión e Internet de los menores (porcentaje de menores)



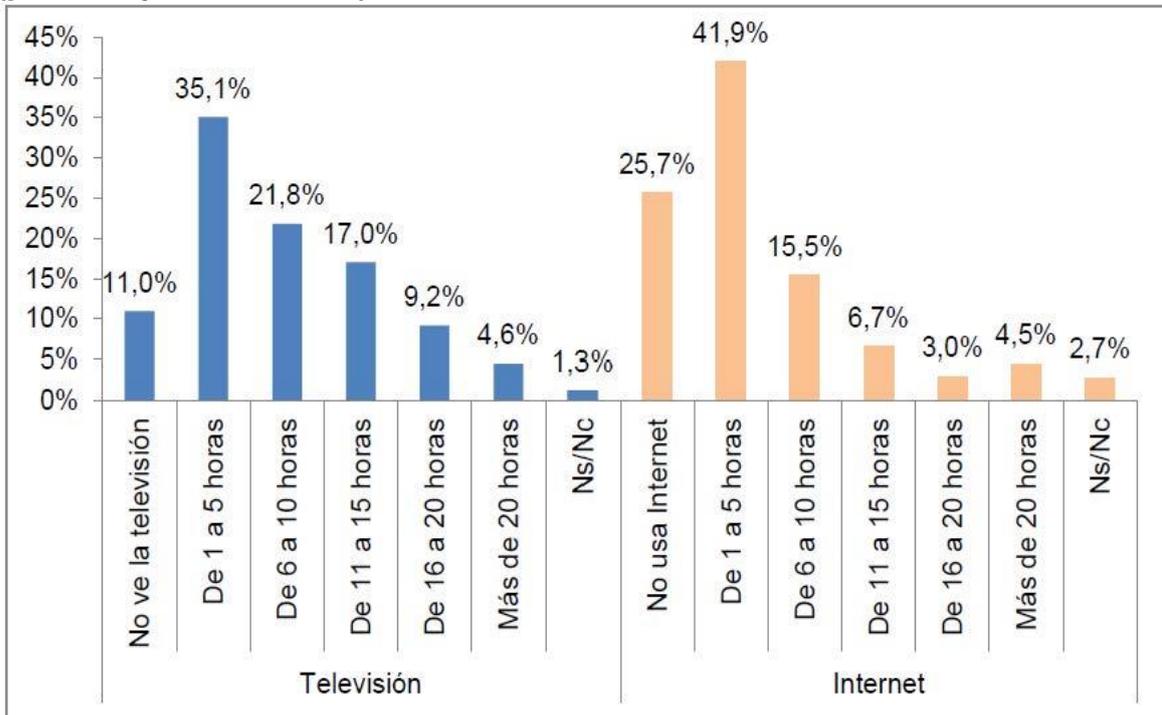
Universo: Menores entre 3 y 17 años. Datos declarativos de los padres y tutores de los menores

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

En lo relativo a los consumos, casi un 14% de los menores entre 3 y 17 años pasa más de 15 horas a la semana delante del televisor y cerca de un 8% lo hace conectado a Internet.

Consumo semanal de televisión e Internet de los menores entre 3 y 17 años (porcentaje de menores)



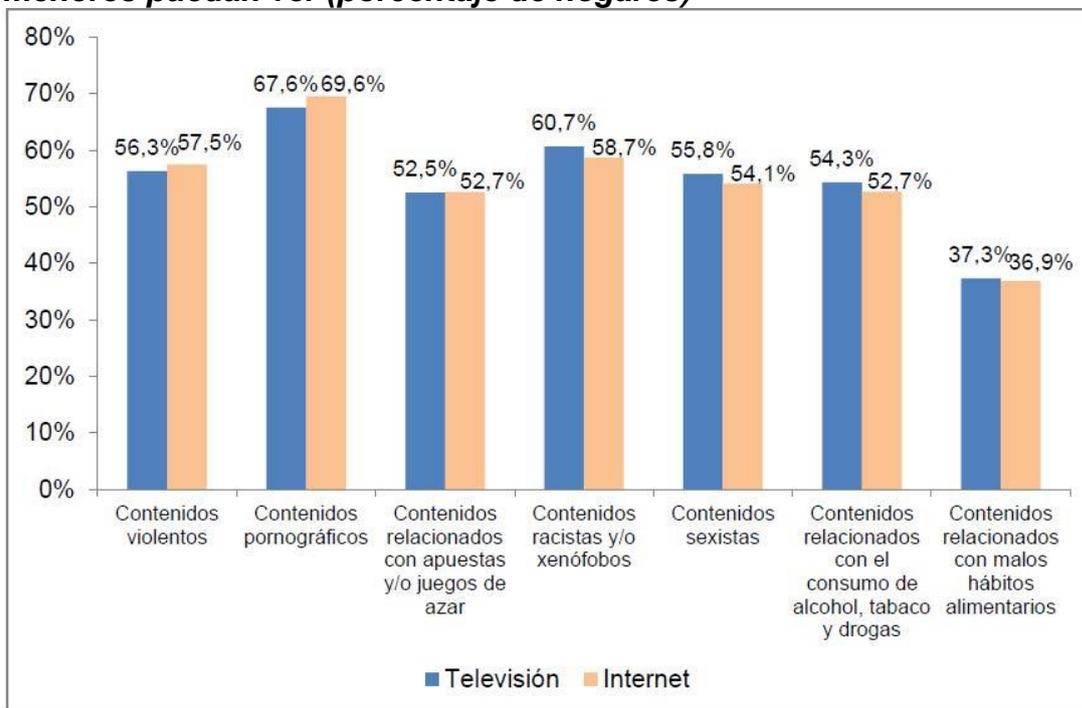
Universo: Menores entre 3 y 17 años. Datos declarativos de los padres y tutores de los menores

Los contenidos audiovisuales que puedan llegar a consumir los menores, ya sea a través de la televisión o a través de Internet, son fuente de preocupación de los padres. Los contenidos pornográficos, racistas o violentos son los que más preocupan.

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

Padres muy preocupados con distintos tipos de contenidos que sus hijos menores puedan ver (porcentaje de hogares)



Universo: Hogares con menores a su cargo entre los 3 y 17 años de edad

A pesar de esta manifiesta preocupación, solo un 34,8% de los padres y tutores reconocen la utilización de mecanismos de control parental en el uso de Internet de los menores a su cargo.

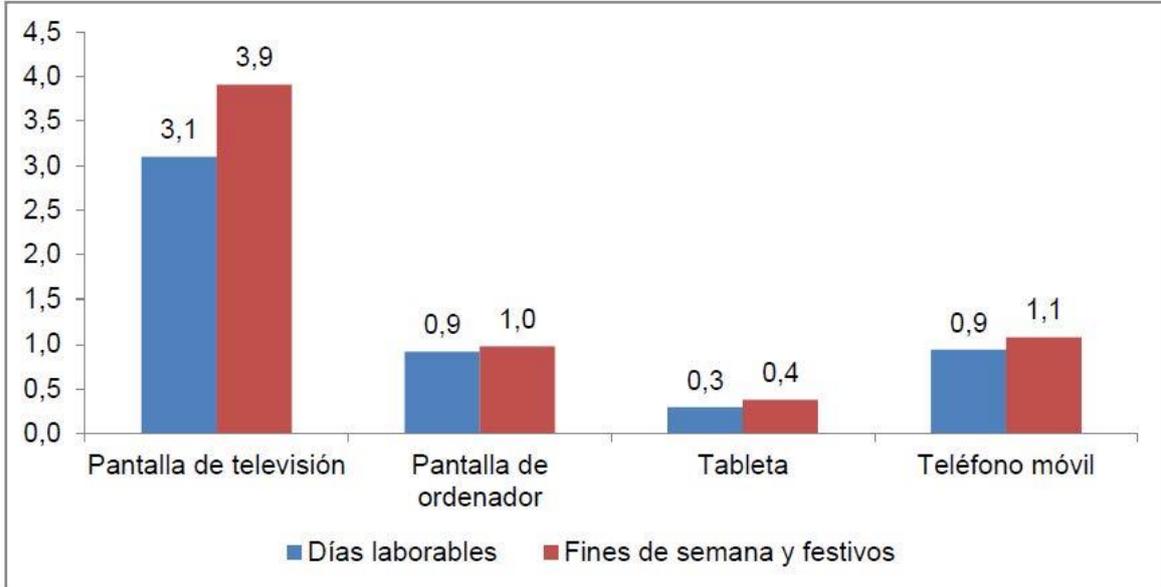
En este sentido, es remarcable destacar que 9 de cada 10 menores ve la televisión en las zonas comunes del hogar (94,3% de menores entre 12 y 15 años y 89,2% de los menores entre 16 y 17). Por su parte, el 14,4% de menores entre 12 y 15 años y el 28,5% de menores entre 16 y 17 años consumen también contenidos audiovisuales a través de una televisión ubicada en su cuarto.

En cambio, el uso de Internet en las zonas comunes es algo menor: 78,2% de menores entre 12 y 15 años y 66% de menores entre 16 y 17 años. Mientras, aumenta el uso en el cuarto del menor: 32,9% de menores entre 12 y 15 años y 51,2% de menores entre 16 y 17 años.

Cuando tenemos en cuenta todas las franjas de edad (incluidos los adultos), el principal medio de transmisión en España sigue siendo la televisión: el consumo de contenidos audiovisuales a través del televisor es de 3,1 horas diarias los días laborales, frente al consumo de casi una hora al día de contenidos audiovisuales a través de la pantalla del ordenador o casi una hora diaria en el teléfono móvil.

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Consumo de contenidos audiovisuales según equipo/terminal (media de horas al día)



Universo: Individuos

La encuesta también ha preguntado sobre los servicios audiovisuales online: un 34,7% de los individuos consume contenidos audiovisuales online al menos una vez por semana. Los contenidos audiovisuales online más consumidos son los vídeos cortos, los episodios de series y los contenidos producidos por familiares y amigos. Los servicios audiovisuales online de pago tienen una penetración baja y solo son empleados por un 7,9% de los hogares con acceso a Internet. De estos hogares, un 34% está suscrito a un servicio de pago mensual que le permite ver un catálogo de contenidos.

Metodología

Estos resultados forman parte del Panel de Hogares CNMC, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC busca recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas, el análisis de las facturas de los servicios y grupos focales. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal, transporte y competencia. La encuesta se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2015 e incluyó a 3.929 hogares y 7.979 individuos.

[Más datos en CNMCData](#)

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>