

## Menores y uso de Internet: *Barómetro Audiovisual de Andalucía*

Minors and Internet use:  
*Audiovisual Barometer of Andalusia*

### Área de Contenidos<sup>1,2</sup>

Consejo Audiovisual de Andalucía  
areadecontenidos.caa@juntadeandalucia.es

**Resumen:** El artículo que se presenta ofrece datos correspondientes a los apartados «Menores y uso de Internet» y «Comparativa de hogares con y sin menores de trece años» del *Barómetro Audiovisual de Andalucía 2023* (BAA). Entre los estudios realizados por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), está el BAA, que es un estudio de opinión que, a través de las 3.026 entrevistas, permite analizar los hábitos y percepciones de la población andaluza en su relación con el entorno audiovisual. La protección de los y las menores, una de las principales preocupaciones del CAA, cuenta con un área específica en este estudio. El análisis realizado tiene como objetivo explorar diversas dimensiones relacionadas con el consumo de Internet por parte de la población menor de dieciocho años. Estas dimensiones incluyen el tiempo de exposición, los motivos de uso, la edad de inicio, las franjas horarias de conexión y los perfiles en redes sociales de los y las menores.

**Palabras clave:** Internet; infancia; menores; redes sociales.

**Abstract:** The article presented here offers data corresponding to the section 'Minors and Internet use' and 'Comparison of households with and without minors under thirteen years of age' of the Audiovisual Barometer of Andalusia 2023 (BAA). Among the studies carried out by the Audiovisual Council of Andalusia (CAA), the BAA is an opinion study which, through 3,026 interviews, allows for an analysis of the habits and perceptions of the Andalusian population in their relationship with the audiovisual environment. The protection of minors, one of the main concerns of the CAA, has a specific area in this study. The analysis carried out in this article aims to explore various dimensions related to Internet consumption by the population under the age of 18. These dimensions include the time of exposure, reasons for use, age at starting, connection time slots and profiles on social networks of minors.

**Keywords:** Internet; childhood; minors; social networks.

1. Ficha técnica del *Barómetro Audiovisual de Andalucía* (BAA) del Consejo Audiovisual de Andalucía:
  - Dirección institucional: Felipe Rodríguez Fernández. Psicas S.L.
  - Dirección Técnica: Marillac Sánchez Alonso
  - Revisión del manuscrito y edición: Mar Ramírez-Alvarado y Nuria Rodríguez Moreno
  - El BAA pasa por la Comisión de Contenidos y por el Pleno del CAA.
2. Este trabajo constituye una adaptación del *Barómetro Audiovisual de Andalucía 2023* en sus apartados 4.7 "Menores y uso de Internet" y Monográfico 1 "Comparativa de hogares con y sin menores de trece años". Los mismos pueden ser consultados de forma íntegra en la web del Consejo Audiovisual de Andalucía en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3NxukA5>



CC BY-NC-SA 4.0

<http://cuadernosdelaudiovisual.es/ojs/index.php/cuadernos> | ISSN: 2952-6094 | e-ISSN: 2952-6116

#### Cómo citar:

Consejo Audiovisual de Andalucía, Área de Contenidos (2025). Menores y uso de Internet: Barómetro Audiovisual de Andalucía. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (13), 24-59. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.XX>

## 1. Introducción

Desde su creación, el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) viene defendiendo los derechos, libertades y valores de la ciudadanía en relación con los contenidos emitidos por los medios de comunicación audiovisuales (radios y pantallas), tanto públicos como privados, de Andalucía.

Con objeto de actualizar y ampliar conocimientos y asumir así la toma de decisiones más eficiente, viene elaborando y editando diversos estudios, entre los que destaca el *Barómetro Audiovisual de Andalucía* (BAA). El Barómetro es un estudio de opinión para el análisis de los hábitos y percepciones de la población andaluza en su relación con el entorno audiovisual. El BAA es una herramienta de gran utilidad para conocer, reflexionar y actuar en defensa de los valores asociados a la salvaguarda de los derechos de la población y el cumplimiento de la normativa relacionada con el sector audiovisual.

Tras dieciséis ediciones ininterrumpidas, en su edición de 2023, el BAA ha orientado la línea de investigación hacia aspectos ya analizados en periodos anteriores y hacia nuevas áreas de conocimiento, atendiendo al interés social o por estar de actualidad debido a su emergencia en el ámbito de la comunicación audiovisual.

La protección de los y las menores, una de las principales preocupaciones del CAA, cuenta con un área específica en este estudio. El análisis realizado tiene como objetivo explorar diversas dimensiones relacionadas con el consumo de Internet por parte de la población menor de dieciocho años. Estas dimensiones incluyen el tiempo de exposición, los motivos de uso, la edad de inicio, las franjas horarias de conexión y los perfiles en redes sociales de los y las menores.

## 2. Metodología

Para conocer los hábitos, percepciones y expectativas de la población andaluza en relación con los medios de comunicación audiovisual, se han tenido en cuenta una serie de unidades de análisis y variables de interés, que se han tratado con métodos estadísticos de carácter extensivo.

Respecto al análisis de datos, en primer lugar, se ha realizado una exposición descriptiva de los mismos con ayuda de tablas y gráficos. En segundo lugar, se aborda un análisis longitudinal a través de gráficos de carácter evolutivo y, en tercer y último lugar, se exponen y analizan los perfiles de comportamiento más destacados mediante árboles de segmentación según el modelo CHAID.

Utilizando técnicas de investigación multivariantes, se ha procedido a aislar los principales factores discriminantes con capacidad predictiva a través de la agrupación homogénea de individuos. Esta técnica permite reducir los datos mediante filtrado de las variables a medida que el árbol se ramifica. Del conjunto inicial de variables independientes que forman el modelo, no todas son tomadas en consideración a la hora de diseñar los árboles de segmentación, tan solo permanecerán aquellas que discriminan de forma estadísticamente significativa con las variables dependientes objeto de estudio.

La representación gráfica de cada árbol de segmentación ha permitido exponer los resultados mediante la focalización de datos categóricos de manera visual e intuitiva, lo que ha facilitado la búsqueda de grupos específicos relacionados.

El fin de esta técnica es describir la variable dependiente según un conjunto reducido de variables independientes categóricas, permitiendo así identificar grupos, descubrir las relaciones entre los grupos y predecir eventos futuros.

FICHA TÉCNICA			
<b>Título</b>	<i>Barómetro Audiovisual de Andalucía 2023.</i>		
<b>Tipo de estudio</b>	Estudio de opinión para el análisis de las percepciones y hábitos de la población andaluza en relación con los medios de comunicación audiovisual.		
<b>Autoría</b>	Consejo Audiovisual de Andalucía: Dirección institucional: Felipe Rodríguez Fernández, coordinador del Área de Contenidos. Psicas, S.L. Dirección técnica: Marillac Sánchez Alonso.		
<b>Marco objetivable</b>	El objetivo del <i>Barómetro Audiovisual de Andalucía</i> , edición 2023, es analizar los estados de opinión y las expectativas de la población andaluza respecto a los medios de comunicación audiovisual y al propio CAA. Se pretende obtener un panel de opinión de la población andaluza ante los medios de comunicación audiovisual y constituir una robusta base de datos de utilidad para el desempeño de las funciones del CAA.		
<b>Ámbito geográfico</b>	Comunidad Autónoma de Andalucía.		
<b>Universo (N)</b>	Población residente en Andalucía de 16 años o más: 7.146.109 Fuente: Instituto Andaluz de Estadística y Cartografía. Explotación del padrón municipal de habitantes del INE, 2022.		
<b>Tamaño muestral (n)</b>	3.026 encuestas.		
<b>Método de muestreo</b>	Aleatorio, polietápico y estratificado	Primera etapa	Distribución proporcional a la población de las ocho provincias andaluzas.
		Segunda etapa	Distribución proporcional según tamaño del hábitat: rural, semiurbano y urbano.
		Tercera etapa	Muestreo aleatorio simple con cuotas cruzadas por sexo, edad, y nivel de estudios.
		Extracción de una muestra específica del 25 % con registro de hogares con menores de trece años.	
<b>Error muestral</b>	El error muestral teórico aplicado para datos globales es de $\pm 2\%$ , con un nivel de confianza del 97 % bajo la situación de máxima incertidumbre $p-q = 0,50$ .		
<b>Tipo de cuestionario</b>	Estructurado con ítems cerrado y múltiples opciones de respuesta. 54 ítems		
<b>Tipo de encuesta</b>	Encuesta telefónica asistida por ordenador. Sistema CATI (Computer-assisted Telephone Interviewing).		
<b>Estudio de campo</b>	Testeo experimental	Realización de una prueba piloto de 91 test (3 % de la muestra).	
	Periodo de encuestación	25 de mayo a 27 de junio de 2023.	
	Estudio de campo	Recogida de la información mediante servicio de encuestación en un centro de llamadas, atendido por 20 agentes de campo, con reporte diario a la coordinadora del estudio de campo.	

El BAA tiene un desarrollo de variables sociodemográficas que afectan al conjunto de la investigación. Estas variables pueden ser consultadas de manera completa en las distintas ediciones del BAA. En el caso de la edición de 2023, las variables sociodemográficas incluidas en la tabulación cruzada son: el sexo, los grupos de edad, la provincia de residencia, el hábitat o tamaño del municipio, el nivel de estudios máximos alcanzados, los ingresos mensuales del hogar, el tipo de hogar según su tamaño, la ocupación o situación laboral, el ciclo de vida, el autoposicionamiento político o autoubicación ideológica y el recuerdo de voto (CAA, 2024: 21-22).

Asimismo, el BAA cuenta con un detalle de la caracterización y distribución de la muestra por cada una de las variables mencionadas en el párrafo anterior (CAA, 2024: 22-24).

Las variables de interés utilizadas en el análisis de Menores y uso de Internet son las siguientes:

- Uso de Internet por parte de la población menor de dieciocho años.
- Edad de comienzo en el uso de Internet.
- Tiempo de dedicación por la población menor de dieciocho años al uso de Internet.
- Menores y uso de redes sociales.

### 3. Resultados

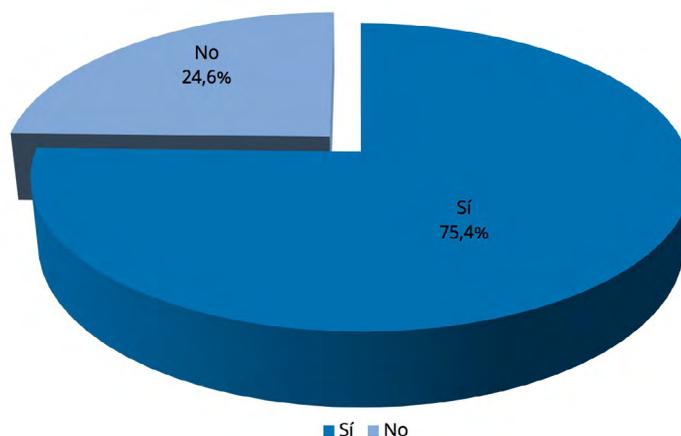
El análisis realizado abarca ciertas dimensiones (tiempo de exposición, motivos de uso, edad de inicio, franjas horarias de conexión, perfiles en las redes sociales...) relacionadas con el consumo de Internet por parte de la población menor de dieciocho años.

#### 3.1. Uso de Internet por parte de la población menor de dieciocho años

El 75,4 % de las personas menores de dieciocho años hacen uso habitual de Internet.

##### GRÁFICO 1

*Uso habitual de Internet por parte de la población menor de dieciocho años*

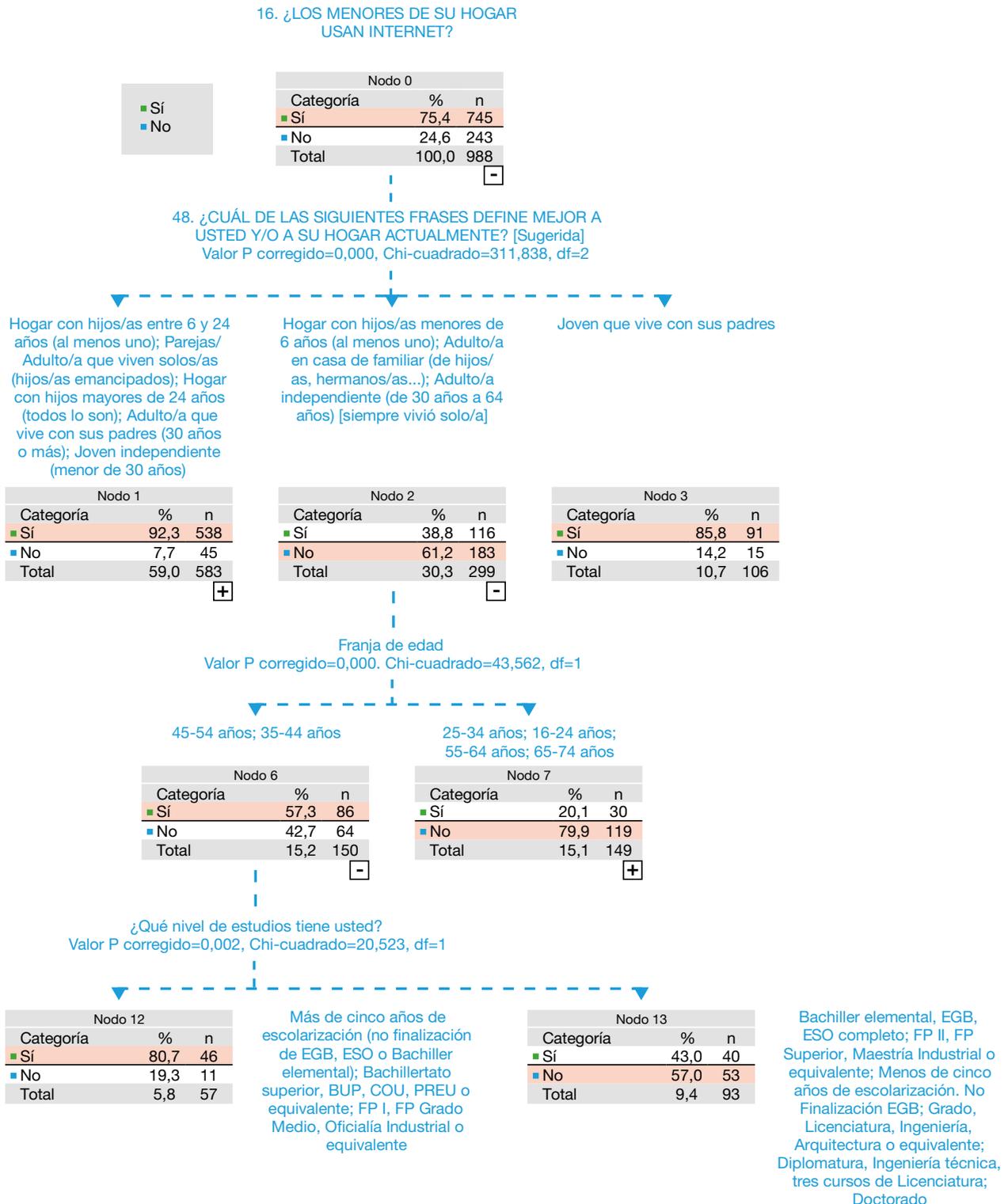


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años.

En el gráfico 2 se representa el perfil sociodemográfico de quienes afirman que los y las menores de dieciocho años utilizan Internet habitualmente.

**GRÁFICO 2**

*Uso habitual de Internet por parte de la población menor de dieciocho años*

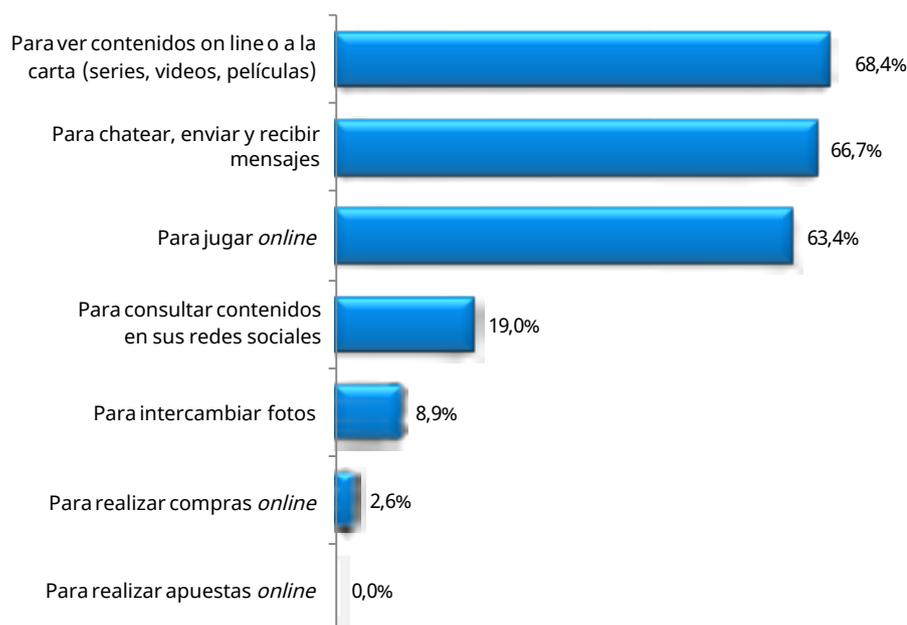


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años. Método: CHAID.

De entre las personas consultadas sobre el uso que hacen de Internet, el 68,4 % de los y las menores de dieciocho años usan Internet para ver contenidos *online* o a la carta (series, vídeos, películas...). También son mayoría los y las menores que usan este medio para chatear, enviar y recibir mensajes (66,7 %) y para jugar *online* (63,4 %). Asimismo, el 19 % consultan contenidos en redes sociales. En menor medida se sitúan los y las menores que usan este medio para intercambiar fotos (8,9 %) y para realizar compras *online* (2,6 %).

### GRÁFICO 3

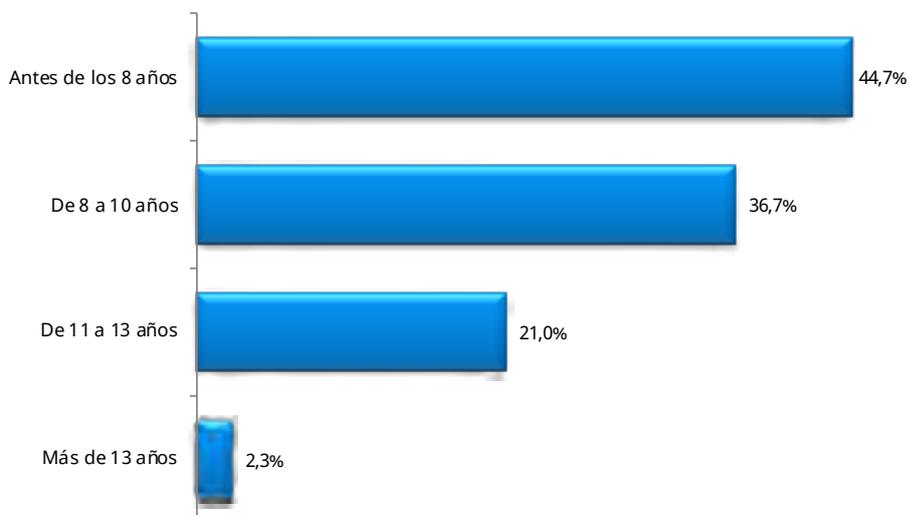
*Principales usos de Internet por parte de la población menor de dieciocho años*



Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

## 3.2. Edad de comienzo en el uso de Internet

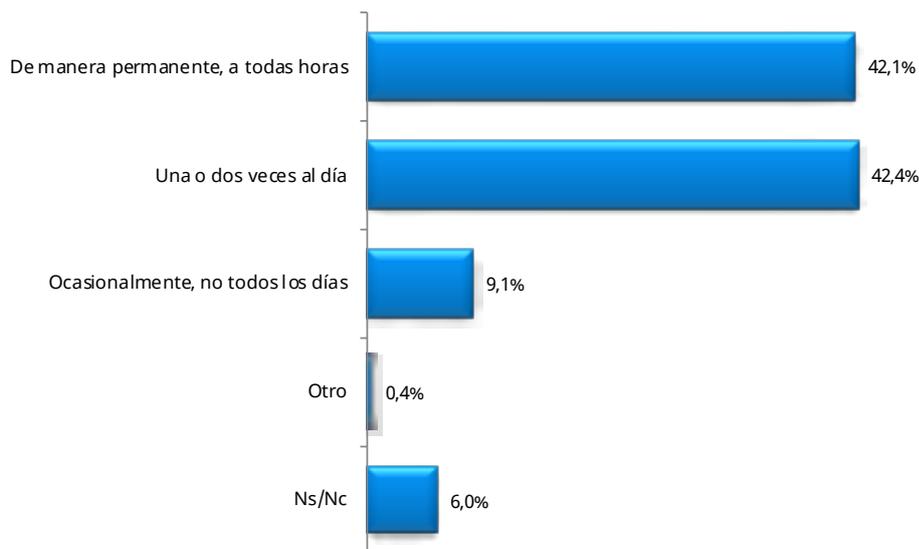
En Andalucía, el 44,7 % de la población menor de dieciocho años comienza a hacer uso de Internet antes de los ocho años. El 36,7 % lo hace entre los ocho y los diez años y el 21 % entre los once y los trece años. Solo un 2,3 % lo hace a partir de los trece años.

**GRÁFICO 4***Edad de comienzo en el uso de Internet en menores*

Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.3. Tiempo dedicado por la población menor de dieciocho años al uso de Internet

El 42,1 % de la población andaluza menor de dieciocho años se conecta a Internet de manera permanente y el 42,4 % se conecta una o dos veces al día. Solo el 9,1 % de la población menor de dieciocho años se conecta ocasionalmente.

**GRÁFICO 5***Frecuencia del uso de Internet por la población andaluza menor de dieciocho años*

Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años.

Es bastante revelador el tiempo de uso de Internet de la población menor de Andalucía. El 19,8 % de la población andaluza de entre trece a diecisiete años y el 4,8 % de la población menor de trece años hace uso de Internet de manera permanente.

El 17 % de la población de entre trece y diecisiete años y el 1,9 % de la población menor de trece años hace uso de Internet más de cinco horas diarias.

Asimismo, un 9,5 % de la población de entre trece y diecisiete años y un 7,8 % de la población menor de trece años permanecen entre cuatro y cinco horas conectadas a Internet.

Un 13,6 % de la población de entre trece y diecisiete y un 8 % de la población menor de trece años navega por Internet con una frecuencia diaria durante tres a cuatro horas.

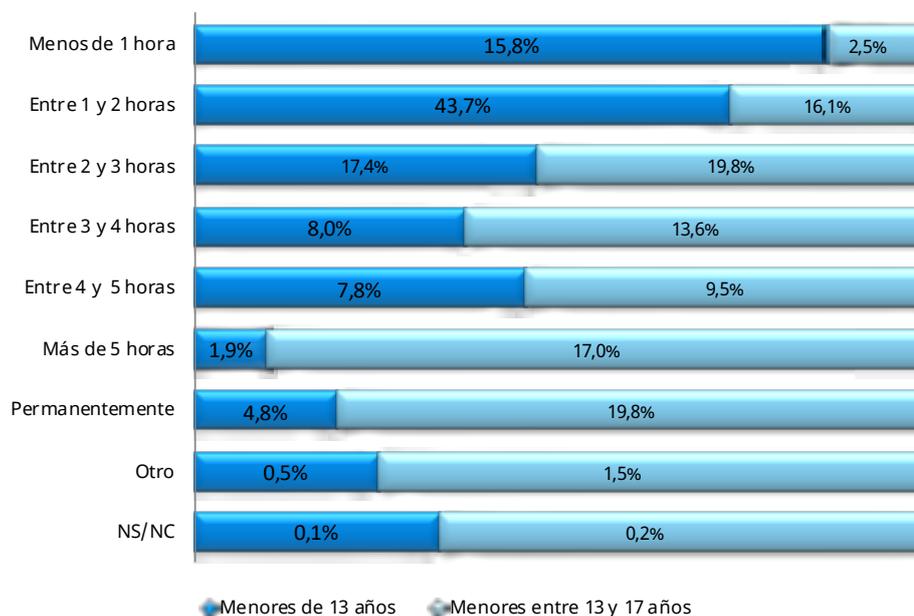
El 19,8 % de la población de entre trece y diecisiete años y el 17,4 % de las personas menores de trece años usan Internet a diario por espacio de entre dos y tres horas.

El 16,1 % de la población de entre trece y diecisiete años y el 43,7 % de la población menor de trece años usa Internet entre una y dos horas al día.

El 2,5 % de la población de entre trece y diecisiete años y el 15,8 % de la población menor de trece años hace uso de Internet menos de una hora diaria.

**GRÁFICO 6**

*Tiempo diario dedicado por la población andaluza menor de dieciocho años al uso de Internet*



Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años

El gráfico 7 muestra el perfil de las personas que afirman que el tiempo diario de conexión a Internet de los menores de trece años que residen en su hogar es de entre una y dos horas al día. En el caso del tiempo diario de conexión a Internet por parte de los jóvenes de entre trece y diecisiete años, el perfil sociodemográfico figura en el gráfico 8.

**GRÁFICO 7**

Árbol de segmentación. Tiempo diario dedicado a Internet por la población andaluza menor de trece años

20. ¿CUÁNTO TIEMPO AL DÍA DEDICAN AL USO DE INTERNET? Menores de 13 años [Espontánea. Máximo 1 respuesta]

Nodo 0		
Categoría	%	n
Menos de una hora	15,8	59
Entre 1 y 2 horas	43,7	163
Entre 2 y 3 horas	17,4	65
Entre 3 y 4 horas	8,0	30
Entre 4 y 5 horas	7,8	29
Más de 5 horas	1,9	7
Permanentemente	4,8	18
Otro	0,5	2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>373</b>

51. ¿PODRÍA INDICARME A QUÉ PARTIDO VOTÓ EN LAS ÚLTIMAS ELECCIONES GENERALES? [Espontánea] Valor P corregido 0,000, Chi-cuadrado=132,855, df=14

Nodo 1			Nodo 2			Nodo 3		
Categoría	%	n	Categoría	%	n	Categoría	%	n
Menos de una hora	10,5	11	Menos de una hora	17,6	23	Menos de una hora	18,2	25
Entre 1 y 2 horas	39,0	41	Entre 1 y 2 horas	57,3	75	Entre 1 y 2 horas	34,3	47
Entre 2 y 3 horas	35,2	37	Entre 2 y 3 horas	3,1	4	Entre 2 y 3 horas	17,5	24
Entre 3 y 4 horas	1,9	2	Entre 3 y 4 horas	14,5	19	Entre 3 y 4 horas	6,6	9
Entre 4 y 5 horas	0,0	0	Entre 4 y 5 horas	0,0	0	Entre 4 y 5 horas	21,2	29
Más de 5 horas	6,7	7	Más de 5 horas	0,0	0	Más de 5 horas	0,0	0
Permanentemente	6,7	7	Permanentemente	6,1	8	Permanentemente	2,2	3
Otro	0,0	0	Otro	1,5	2	Otro	0,0	0
<b>Total</b>	<b>28,2</b>	<b>105</b>	<b>Total</b>	<b>35,1</b>	<b>131</b>	<b>Total</b>	<b>36,7</b>	<b>137</b>

48. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES DEFINE MEJOR A USTED Y/O A SU HOGAR ACTUALMENTE? [Sugerida] Valor P corregido=0,000, Chi-cuadrado=51,591, df=5

Nodo 8			Nodo 9		
Categoría	%	n	Categoría	%	n
Menos de una hora	4,8	4	Menos de una hora	38,9	21
Entre 1 y 2 horas	26,5	22	Entre 1 y 2 horas	46,3	25
Entre 2 y 3 horas	19,3	16	Entre 2 y 3 horas	14,8	8
Entre 3 y 4 horas	10,8	9	Entre 3 y 4 horas	0,0	0
Entre 4 y 5 horas	34,9	29	Entre 4 y 5 horas	0,0	0
Más de 5 horas	0,0	0	Más de 5 horas	0,0	0
Permanentemente	3,6	3	Permanentemente	0,0	0
Otro	0,0	0	Otro	0,0	0
<b>Total</b>	<b>22,3</b>	<b>83</b>	<b>Total</b>	<b>14,5</b>	<b>54</b>

Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de trece años que usan internet. Método: CHAID.

**GRÁFICO 8**

Árbol de segmentación. Tiempo diario dedicado a Internet por la población andaluza de entre trece y diecisiete años

20. ¿CUÁNTO TIEMPO AL DÍA DEDICAN AL USO DE INTERNET? Menores de entre 13 y 17 años [Espontánea. Máximo 1 respuesta]

Nodo 0	
Categoría	% n
Menos de una hora	2,5 11
Entre 1 y 2 horas	16,1 71
Entre 2 y 3 horas	19,8 87
Entre 3 y 4 horas	13,6 60
Entre 4 y 5 horas	9,5 42
Más de 5 horas	17,0 75
Permanentemente	19,8 87
Otro	1,4 6
NS/NC	0,2 1
<b>Total</b>	<b>100,0 440</b>

51. ¿PODRÍA INDICARME A QUÉ PARTIDO VOTÓ EN LAS ÚLTIMAS ELECCIONES GENERALES? [Espontánea] Valor P corregido 0,000, Chi-cuadrado=192,732, df=24

Nodo 1		Nodo 2		Nodo 3		Nodo 4	
Categoría	% n	Categoría	% n	Categoría	% n	Categoría	% n
Menos de una hora	0,0 0	Menos de una hora	1,2 2	Menos de una hora	0,0 0	Menos de una hora	7,8 9
Entre 1 y 2 horas	21,7 18	Entre 1 y 2 horas	10,1 17	Entre 1 y 2 horas	6,8 5	Entre 1 y 2 horas	26,7 31
Entre 2 y 3 horas	2,4 2	Entre 2 y 3 horas	39,9 67	Entre 2 y 3 horas	6,8 5	Entre 2 y 3 horas	11,2 13
Entre 3 y 4 horas	25,3 21	Entre 3 y 4 horas	13,7 23	Entre 3 y 4 horas	6,8 5	Entre 3 y 4 horas	9,5 11
Entre 4 y 5 horas	14,5 12	Entre 4 y 5 horas	7,1 12	Entre 4 y 5 horas	2,7 2	Entre 4 y 5 horas	13,8 16
Más de 5 horas	8,4 7	Más de 5 horas	8,9 15	Más de 5 horas	38,4 28	Más de 5 horas	21,6 25
Permanentemente	20,5 17	Permanentemente	19,0 32	Permanentemente	37,0 27	Permanentemente	9,5 11
Otro	7,2 6	Otro	0,0 0	Otro	0,0 0	Otro	0,0 0
NS/NC	0,0 0	NS/NC	0,0 0	NS/NC	1,4 1	NS/NC	0,0 0
<b>Total</b>	<b>18,9 83</b>	<b>Total</b>	<b>38,2 168</b>	<b>Total</b>	<b>16,6 73</b>	<b>Total</b>	<b>26,4 116</b>

¿Qué nivel de estudios tiene usted? Valor P corregido=0,000, Chi-cuadrado=55,261, df=6

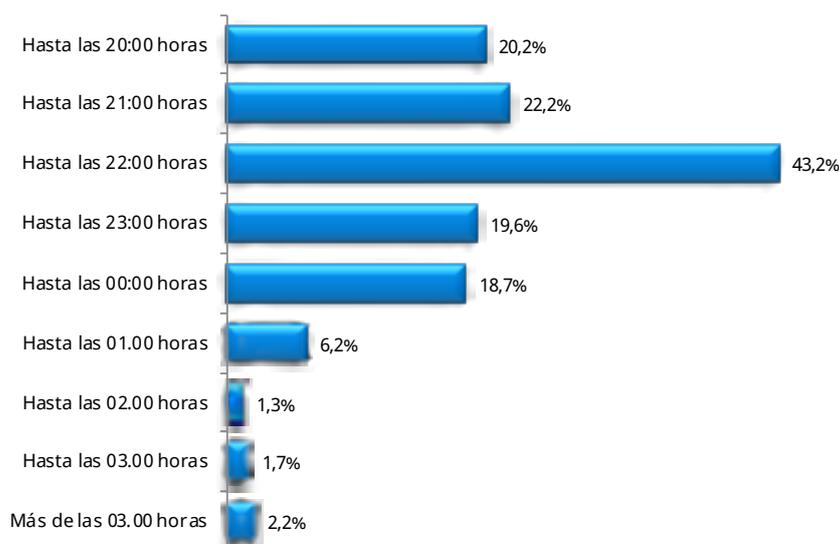
Nodo 5		Nodo 6	
Categoría	% n	Categoría	% n
Menos de una hora	2,6 2	Menos de una hora	0,0 0
Entre 1 y 2 horas	22,1 17	Entre 1 y 2 horas	0,0 0
Entre 2 y 3 horas	32,5 25	Entre 2 y 3 horas	46,2 42
Entre 3 y 4 horas	10,4 8	Entre 3 y 4 horas	16,5 15
Entre 4 y 5 horas	15,6 12	Entre 4 y 5 horas	0,0 0
Más de 5 horas	11,7 9	Más de 5 horas	6,6 6
Permanentemente	5,2 4	Permanentemente	30,8 28
Otro	0,0 0	Otro	0,0 0
NS/NC	0,0 0	NS/NC	0,0 0
<b>Total</b>	<b>17,5 77</b>	<b>Total</b>	<b>20,7 91</b>

Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de entre trece y diecisiete años que usan Internet. Método: CHAID.

En cuanto a la franja horaria de conexión a Internet, un 20,2 % de la población andaluza menor de dieciocho años se conecta hasta las 20:00 horas, un 22,2 % hasta las 21:00 horas, un 43,2 % lo hace hasta las 22:00 horas, un 19,6 % lo hace hasta las 23:00 horas, un 18,7 % hasta las 00:00 horas, un 6,2 % hasta la 1:00, un 1,3 % hasta las 2:00, un 1,7 % hasta las 3:00 y un 2,2 % hasta más de las 3:00, lo que pone de manifiesto que, además del número de horas que la población menor de dieciocho años dedica a navegar por Internet, en algunos casos, el horario de uso de Internet excede a las horas habituales de descanso.

### GRÁFICO 9

*Franja horaria en la que suelen conectarse menores*

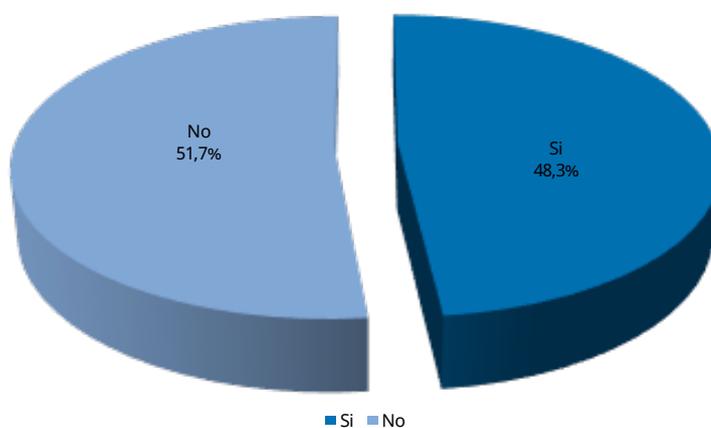


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares con menores de dieciocho años que usan Internet. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas (hogares con más de un menor).

Más de la mitad de los hogares andaluces no utiliza sistemas de control parental para registrar la exposición de los y las menores en Internet (51,7 %).

### GRÁFICO 10

*Utilización en el hogar del sistema de control parental*



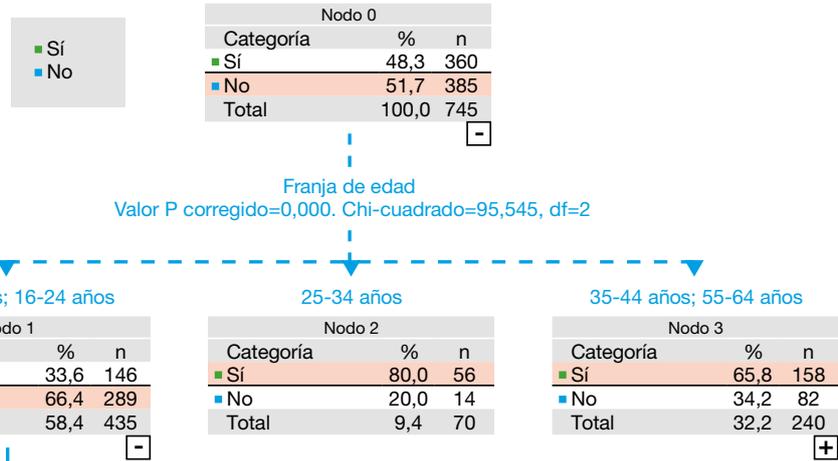
Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años.

El perfil de quienes no usan sistemas de control parental es el de personas de entre dieciséis y veinticuatro años o de 45 a 54 años (66,4 %) según se refleja en el gráfico 11.

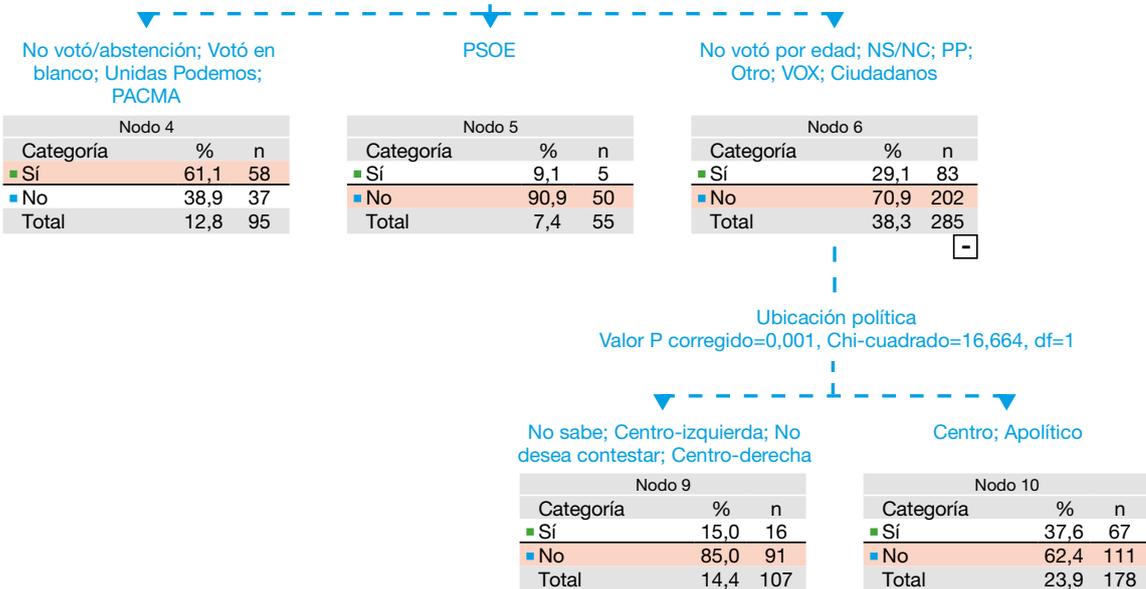
**GRÁFICO 11**

*Árbol de segmentación sobre la utilización en el hogar del sistema de control parental*

22. ¿UTILIZAN EN SU HOGAR SISTEMAS DE CONTROL PARENTAL?



51. ¿PODRÍA INDICARME A QUÉ PARTIDO VOTÓ EN LAS ÚLTIMAS ELECCIONES GENERALES? [Espontánea]  
Valor P corregido 0,000, Chi-cuadrado=49,487, df=2



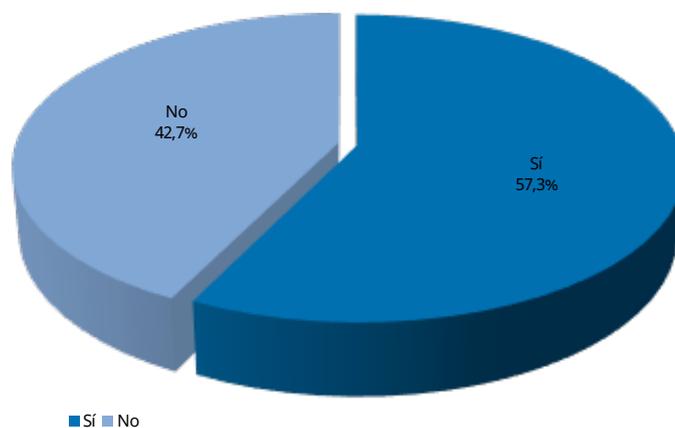
Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que usan Internet. Método: CHAID.

### 3.4. Menores y uso de redes sociales

El 57,3 % de las personas encuestadas afirman que las y los menores de dieciocho años que residen en su hogar sí tienen perfil activado en redes sociales.

#### GRÁFICO 12

*Perfiles de menores en redes sociales*

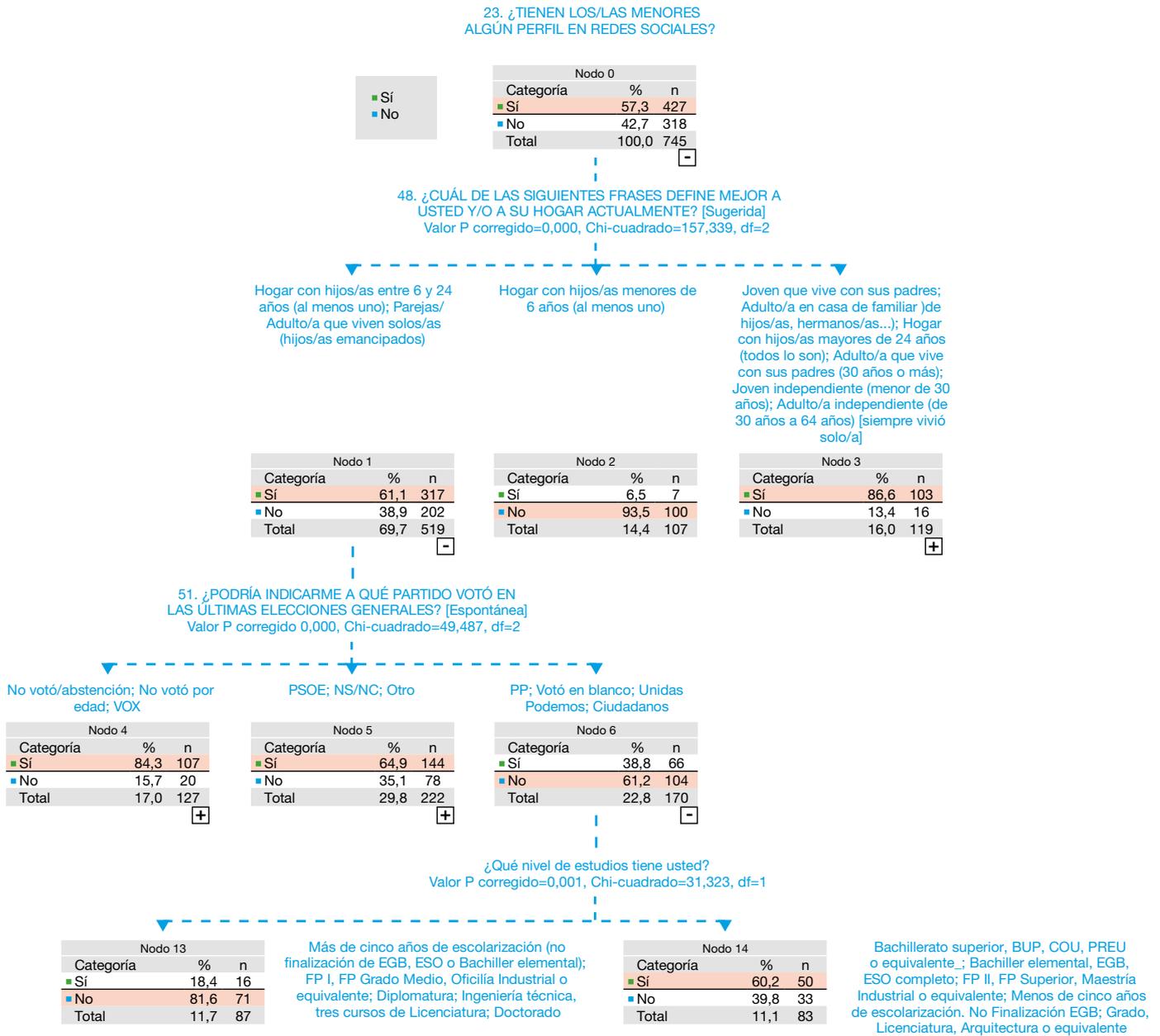


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que utilizan Internet.

En el gráfico 13 se presentan las características de quienes afirman que los menores de dieciocho años que residen en su hogar sí tienen perfiles en redes sociales.

**GRÁFICO 13**

*Árbol de segmentación. Perfiles de redes sociales de menores de dieciocho años*

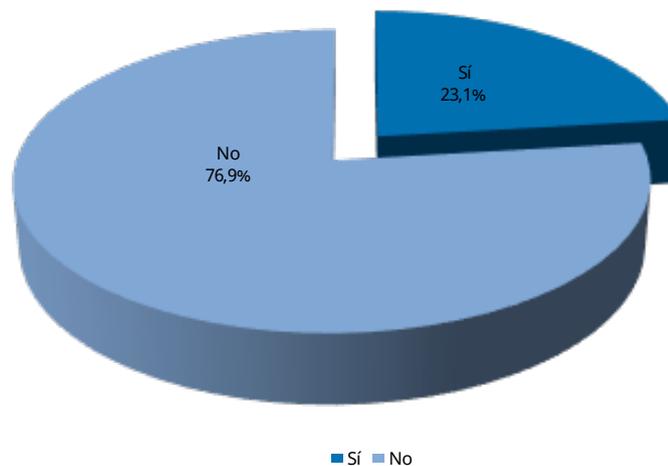


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que usan Internet. Método: CHAID.

Un 76,9 % de la población andaluza encuestada cree que los y las menores de dieciocho años que residen en su hogar no comparten sus datos personales en redes sociales.

#### GRÁFICO 14

*Tráfico de datos personales de menores en redes sociales*

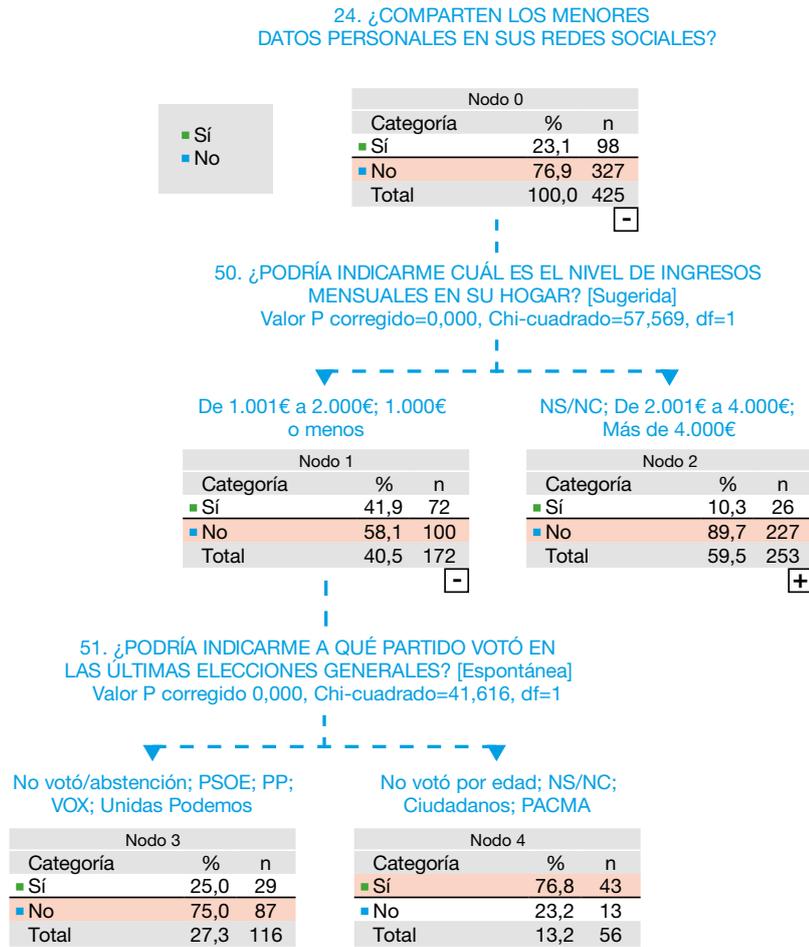


Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que utilizan Internet y tienen perfiles en redes sociales.

Aquellas personas que en mayor medida han respondido que los menores que residen en su hogar no comparten datos personales en redes sociales afirman percibir ingresos mensuales de más de 2.000 euros (41,9 %) o no contestan a esta cuestión, como se refleja en el gráfico 15.

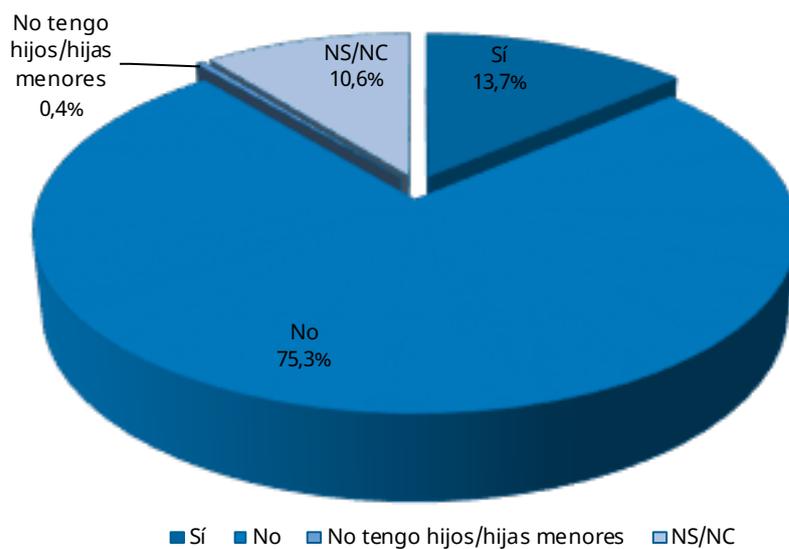
**GRÁFICO 15**

*Árbol de segmentación. Tráfico de datos personales de menores en redes sociales*



Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que usan Internet. Método: CHAID.

El 75,3 % de las personas consultadas cree que los y las menores no consumen pornografía en Internet. No obstante, un 13,7 % de las personas encuestadas cree que sí lo hacen.

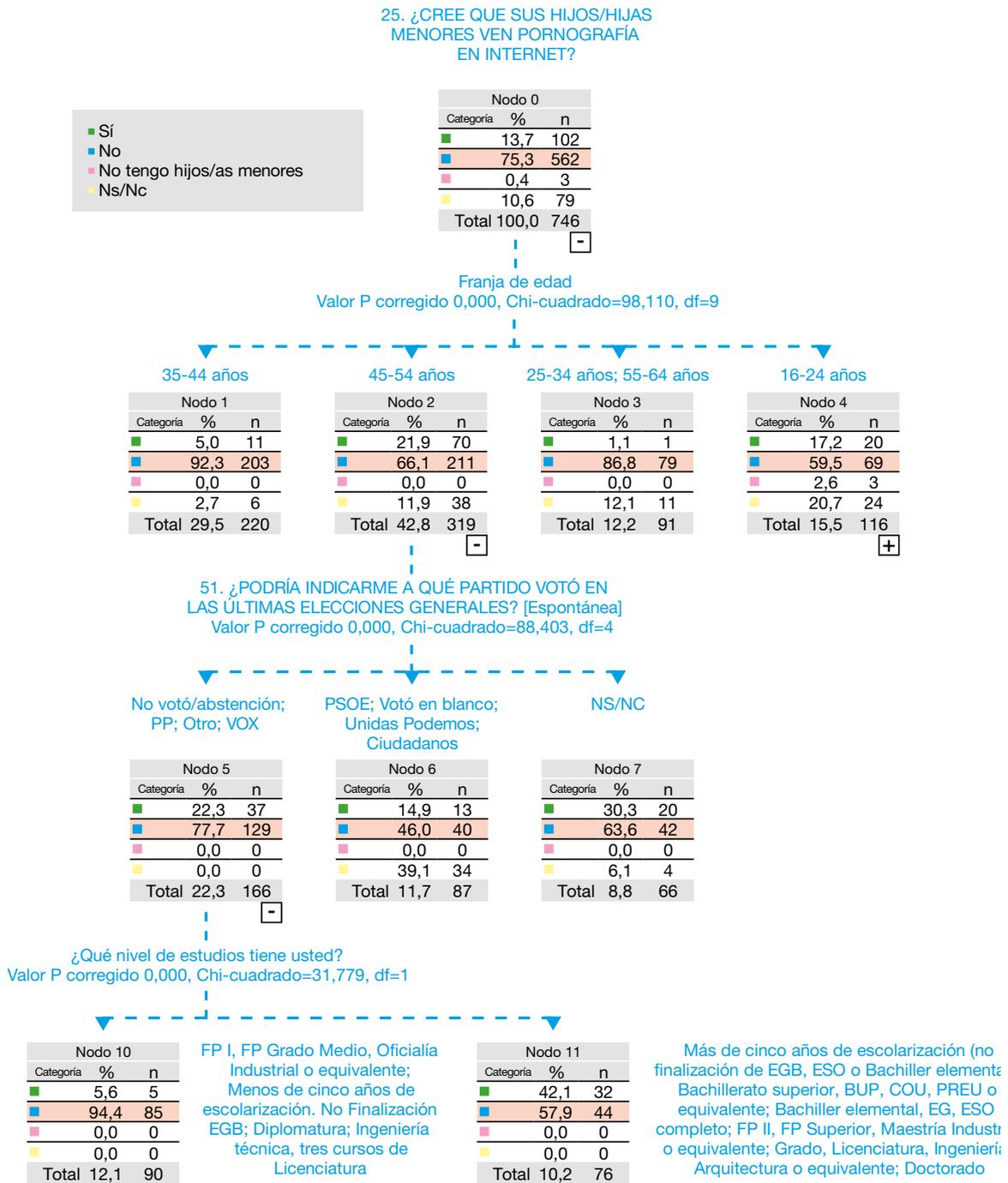
**GRÁFICO 16***Consumo de pornografía en Internet por menores*

Fuente: BAA, edición 2023. Base: hogares andaluces con menores de dieciocho años que usan Internet.

En el gráfico 17 figura el perfil de quienes creen que sus hijos e hijas menores no consumen pornografía en Internet. La primera variable de segmentación es la edad, seguida del recuerdo de voto y del nivel de estudios.

**GRÁFICO 17**

Árbol de segmentación sobre el consumo de pornografía en Internet por menores



### 3.5. Comparativa de hogares con y sin menores de trece años

#### 3.5.1. Preferencia de medios de comunicación audiovisual para entretenimiento

El medio de comunicación preferido en mayor medida por la población andaluza para entretenerse es Internet, así lo afirma el 42,2 % de las personas consultadas. Ahora bien, son los hogares con menores de entre trece y diecisiete años los que en mayor medida muestra esta preferencia (52,2 %), seguidos muy de cerca por los hogares con menores de trece años (50,7 %). A mayor distancia se encuentran los hogares sin menores (37,6 %).

La televisión como medio de entretenimiento es preferida en mayor medida (39,9 %) por los hogares en los que no hay menores.

La radio como medio de entretenimiento es menos preferida que los dos anteriores (8 %) por la población andaluza. En los hogares con menores de entre trece y diecisiete años este medio es preferido por un 10,9 % y en los hogares sin menores por un 9,3 %.

Llama la atención que los videojuegos como medio de entretenimiento es una de las opciones menos valorada por las personas consultadas, pues solo un 4 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete años dicen preferir los videojuegos para entretenerse.

**TABLA 1**

*Elección de medios de comunicación audiovisual con fines de entretenimiento según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO PARA ENTRETENERSE</b>	<b>Internet</b>	50,7 %	52,2 %	37,6 %	42,2 %
	<b>Televisión</b>	29,3 %	21,5 %	39,9 %	35,9 %
	<b>Libros</b>	8,7 %	7,1 %	7,9 %	8,0 %
	<b>Radio</b>	6,4 %	10,9 %	9,3 %	8,4 %
	<b>Videojuegos</b>	1,5 %	4,0 %	1,3 %	1,8 %
	<b>Periódicos/ Prensa diaria</b>	0,0 %	0,0 %	1,0 %	0,7 %
	<b>Otros</b>	3,0 %	3,8 %	1,1 %	1,5 %
	<b>Ninguno</b>	0,4 %	0,4 %	1,6 %	1,3 %
	<b>Revistas/ Publicaciones periódicas</b>	0,0 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis años o más.

### 3.5.2. Preferencia de medios de comunicación audiovisual para informarse

A la hora de elegir un medio de comunicación para informarse, la población andaluza apuesta por la televisión. Efectivamente, las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años prefieren este medio con fines informativos en un 62,3 % de los casos. Le siguen los hogares sin menores (59,9 %) y aquellos otros con menores de trece años (52,1 %).

Internet es el segundo medio preferido por los andaluces y andaluzas como medio de información. Así lo demuestra el hecho de que el 36,6 % de las personas que viven en hogares en los que hay menores de trece años, el 31,5 % de las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete y el 30,3 % de los hogares en los que no viven menores muestren esta preferencia.

La radio como medio informativo es uno de los menos preferidos por las personas encuestadas. Solo un 6,4 % de las personas que habitan en hogares con menores de trece años, un 5,4 % de los que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete y un 4,5 % de los que viven en hogares sin menores, dicen preferir la radio como medio informativo.

**TABLA 2**

*Elección de medios de comunicación audiovisual para informarse según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERIDO PARA INFORMARSE</b>	<b>Televisión</b>	52,1 %	62,3 %	59,9 %	58,9 %
	<b>Internet</b>	36,6 %	31,5 %	30,3 %	31,8 %
	<b>Radio</b>	6,4 %	5,4 %	4,5 %	4,7 %
	<b>Periódicos/Prensa diaria</b>	0,8 %	0,4 %	2,6 %	2,0 %
	<b>Revistas/Publicaciones periódicas</b>	0,0 %	0,0 %	0,6 %	0,1 %
	<b>Videojuegos</b>	4,1 %	0,4 %	1,8 %	2,1 %
	<b>Ninguno</b>	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,2 %
	<b>Otros</b>	0,0 %	0,0 %	0,3 %	0,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis años o más.

### 3.5.3. Consumo diario de televisión

Una gran mayoría de la población andaluza dice ver la televisión diariamente, y lo hacen en mayor medida (91,5 %) las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años. Le siguen los hogares sin menores (93 %) y los hogares con menores de trece años (90,8 %).

**TABLA 3**

*Personas que ven la televisión a diario según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>CONSUMO DIARIO TELEVISIÓN</b>	<b>Sí</b>	90,8 %	91,5 %	93,0 %	92,6 %
	<b>No</b>	9,2 %	8,5 %	7,0 %	7,4 %
	<b>NS/NC</b>	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis años o más.

Son los hogares sin menores los que más tiempo diario dedican a ver la televisión (2:49). Le siguen los hogares con menores de entre trece y diecisiete años (2:11) y por último los hogares con menores de trece años (2:06).

**TABLA 4**

*Tiempo medio de uso de la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>CONSUMO DIARIO DE TELEVISIÓN</b>	<b>Tiempo medio de visionado diario</b>	2:06	2:11	2:49	2:37

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis años o más.

### 3.5.4. Motivo principal para consumir televisión

El 75,3 % de los hogares sin menores y el 74,5 % de los hogares con menores de trece años ven la televisión para entretenerse. Con este mismo propósito lo hace el 64,6 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete años. En cambio, los hogares que hacen uso de la televisión para informarse están relativamente igualados con independencia de la edad de quienes habitan en ellos. En concreto un 34,9 % de los hogares que consumen televisión con fines informativos tienen menores de entre trece

y diecisiete años, un 32,2 % tienen menores de trece años y un 31,1 % de los hogares no tienen menores.

**TABLA 5**

*Motivo por el que la población andaluza ve la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>MOTIVO POR EL QUE CONSUME TELEVISIÓN</b>	<b>Entretenerse</b>	74,5 %	64,6 %	75,3 %	73,8 %
	<b>Informarse</b>	32,2 %	34,9 %	31,1 %	32,1 %
	<b>Desconectar/Relax</b>	16,1 %	15,1 %	11,2 %	12,8 %
	<b>Acompañamiento</b>	4,9 %	9,0 %	5,8 %	5,8 %
	<b>Aprendizaje</b>	0,5 %	0,5 %	0,8 %	0,8 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: televidentes. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.5.5. Plataformas para el consumo de televisión

El 78,6 % de los hogares sin menores consumen televisión a través de TDT. También usan este medio un 68,5 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete años y un 61,9 % de los hogares con menores de trece años.

**TABLA 6**

*Modo de visionar la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>CÓMO VE LA TELEVISIÓN</b>	<b>Lo hago por TDT</b>	61,9 %	68,5 %	78,6 %	73,8 %
	<b>Lo hago por plataforma</b>	34,1 %	31,5 %	19,9 %	24,5 %
	<b>Lo hago por Internet</b>	4,0 %	0,0 %	1,3 %	1,6 %
	<b>Otro</b>	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
	<b>NS/NC</b>	0,0 %	0,0 %	0,2 %	0,1 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: televidentes.

### 3.5.6. Aspectos mejor y peor valorados de la televisión

Uno de los aspectos mejor valorados por las personas que hacen uso de la televisión es el entretenimiento que proporciona este medio. Lo hacen en mayor medida los hogares con menores de entre trece y diecisiete años, seguidos de los hogares con menores de trece años y, en último término, los hogares sin menores.

**TABLA 7**

*Percepción de los aspectos que más satisfacen de la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>LO MEJOR DE LA TELEVISIÓN</b>	<b>Entretiene</b>	51,8 %	58,3 %	44,9 %	47,9 %
	<b>Información en directo</b>	33,3 %	19,8 %	20,0 %	22,8 %
	<b>Informa de muchos temas</b>	24,2 %	28,1 %	24,3 %	24,7 %
	<b>Desconecta</b>	9,5 %	4,7 %	7,4 %	7,6 %
	<b>Hace compañía</b>	6,0 %	9,1 %	10,5 %	9,6 %
	<b>Nada</b>	1,8 %	0,2 %	2,6 %	2,1 %
	<b>Todo</b>	0,7 %	1,0 %	4,6 %	3,4 %
	<b>NS/NC</b>	1,4 %	1,5 %	0,7 %	0,8 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: televidentes. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

Los dos aspectos peor valorados por la población andaluza se refieren a la existencia de demasiados programas del corazón y al exceso de publicidad. Un 46,3 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete años y un 43,9 % de los hogares con menores de trece años creen que existen demasiados programas del corazón. Asimismo, un 50,5 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete y un 42,3 % de los hogares con menores de trece años opinan que existe demasiada publicidad.

**TABLA 8**

*Percepción de los peores aspectos de la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>LO PEOR DE LA TELEVISIÓN</b>	<b>Demasiados programas del corazón</b>	43,9 %	46,3 %	38,3 %	40,4 %
	<b>Excesiva publicidad</b>	42,3 %	50,5 %	41,8 %	43,5 %
	<b>Manipulación de la información</b>	15,4 %	13,7 %	22,5 %	20,0 %
	<b>Falta de educación y de civismo (insultos, lenguaje, gritos...)</b>	10,3 %	9,5 %	5,2 %	6,9 %
	<b>No respetan los horarios protegidos</b>	6,2 %	2,0 %	1,4 %	2,4 %
	<b>Todo</b>	5,6 %	6,8 %	7,0 %	6,7 %
	<b>Muy sensacionalista</b>	3,1 %	2,0 %	4,6 %	3,8 %
	<b>Distrae y no se hacen otras actividades</b>	0,5 %	0,0 %	0,4 %	0,4 %
	<b>Nada</b>	0,4 %	0,0 %	4,6 %	3,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: televidentes. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.5.7. Consumo habitual de radio

Los hogares con menores de entre trece y diecisiete años son los que en mayor medida (66,5 %) dicen hacer uso de la radio, le siguen los hogares con menores de trece años (62,6 %) y, en menor medida, los hogares sin menores (57,9 %).

**TABLA 9**

*Personas que usan de manera habitual la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>OYENTES HABITUALES DE LA RADIO</b>	<b>Sí</b>	62,6 %	66,5 %	57,9 %	40,0 %
	<b>No</b>	37,4 %	33,5 %	42,1 %	60,0 %
	<b>NS/NC</b>	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de 16 años o más.

Las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años son las que mayor tiempo dedican a oír la radio diariamente. A mayor distancia se encuentran los hogares con menores de trece años y, en último lugar, los hogares sin menores.

**TABLA 10**

*Tiempo medio de uso de la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>RADIOYENTES DIARIOS</b>	<b>Tiempo medio diario de escuchar la radio</b>	2:50	4:08	2:32	2:51

Fuente: BAA, edición 2023. Base: radioyentes diarios.

El motivo principal por el que las personas encuestadas escuchan la radio es el entretenimiento. Así lo ponen de manifiesto las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años (51,4 %) y las que lo hacen en hogares con menores de trece años (42,7 %) y, en menor media, quienes viven en hogares sin menores (46,6 %).

TABLA 11

Motivo por el que se escucha la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
MOTIVO POR EL QUE ESCUCHA LA RADIO	Entretenerse	42,7 %	51,4 %	46,6 %	46,6 %
	Informarse	22,3 %	12,8 %	19,2 %	18,2 %
	Acompañamiento	52,9 %	50,3 %	42,4 %	45,8 %
	Desconectar/Relax	14,7 %	8,6 %	13,9 %	13,6 %
	Aprendizaje	1,6 %	1,0 %	0,9 %	1,1 %
	NS/NC	0,0 %	2,7 %	0,6 %	0,8 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: radioyentes diarios. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

La mayoría de la población andaluza escucha la radio a través de un aparato de radio. Son las personas que viven en los hogares sin menores las que en mayor medida hacen uso de aparatos de radio. Aunque en menor medida, los hogares con menores de trece años y los hogares con menores de entre trece y diecisiete años, también hacen un importante uso de aparatos de radio.

TABLA 12

Modo de escuchar la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
CÓMO ESCUCHA LA RADIO	Lo hago por aparato de radio	64,1 %	57,7 %	72,1 %	67,7 %
	Lo hago por streaming	16,0 %	15,4 %	10,8 %	18,6 %
	Lo hago por streaming y aparato de radio	19,9 %	24,2 %	16,6 %	12,9 %
	NS/NC	0,0 %	2,7 %	0,5 %	0,8 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: radioyentes diarios.

La mayoría de los hogares andaluces hacen uso de la radio en formato tradicional. Sin embargo, es apreciable el uso de Spotify en los hogares con menores de entre trece y diecisiete años (34,8 %) y en los hogares con menores de trece años (26,4 %).

**TABLA 13**

*Formato preferido para escuchar la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>FORMATO PREFERIDO PARA ESCUCHAR LA RADIO</b>	<b>Radio</b>	82,5 %	72,7 %	79,2 %	78,4 %
	<b>Podcast</b>	0,8 %	4,3 %	2,9 %	2,7 %
	<b>Música en Spotify</b>	26,4 %	34,8 %	22,1 %	25,5 %
	<b>Música en otras plataformas</b>	12,3 %	12,8 %	10,0 %	11,1 %
	<b>NS/NC</b>	0,0 %	5,4 %	0,5 %	1,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: radioyentes diarios. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.5.8. Consumo habitual de Internet

**TABLA 14**

*Personas que hacen uso habitual de Internet según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>USO HABITUAL DE INTERNET</b>	<b>Sí</b>	99,2 %	98,4 %	78,3 %	85,0 %
	<b>No</b>	0,8 %	1,6 %	21,7 %	15,0 %
	<b>NS/NC</b>	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis años o más.

No se observa una diferencia significativa en el tiempo dedicado al uso de Internet en función del tipo de hogares. Todas las personas de los hogares estudiados, con independencia de la edad de sus miembros componentes, navegan por Internet más de una media de tres horas diarias.

**TABLA 15**

*Tiempo medio de los usuarios habituales que navegan por Internet según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
USO DIARIO DE INTERNET	Tiempo medio diario de utilización de Internet	3:18	3:51	3:38	3:37

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza que hace uso diario de Internet.

El principal motivo de la población andaluza para hacer uso de Internet es el entretenimiento, principalmente para las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años (83,9 %). También alcanzan un peso porcentual notable quienes viven en hogares sin menores (81,5 %) y con menores de trece años (80,2 %).

**TABLA 16**

*Motivos de uso de Internet según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
MOTIVO PRINCIPAL PARA USAR INTERNET	Informarse	23,6 %	27,9 %	23,7 %	24,4 %
	Entretenerse	80,2 %	83,9 %	81,5 %	81,5 %
	Desconectar/Relax	10,4 %	4,1 %	10,2 %	9,4 %
	Acompañamiento	0,7 %	0,5 %	0,2 %	0,4 %
	Aprendizaje	15,5 %	7,5 %	7,6 %	10,9 %
	NS/NC	0,0 %	0,0 %	0,6 %	0,7 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza que hace uso diario de Internet. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

La mayor preocupación de las personas consultadas respecto al uso de Internet es la privacidad de sus datos y los timos y los fraudes. Tanto en un caso como en el otro, no existen diferencias significativas entre los hogares con menores y sin ellos. Otra de las cuestiones que preocupa a la población andaluza es el robo de datos personales y bancarios. Esta preocupación es mayor (37,7 %) en los hogares con menores de entre trece y diecisiete años.

TABLA 17

Preocupación respecto al uso de Internet según hogares con presencia de menores por tramos de edad

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>MAYOR PREOCUPACIÓN RESPECTO AL USO DE INTERNET</b>	La privacidad de mis datos en el entorno digital	47,1 %	48,1 %	52,0 %	50,5 %
	Los timos y fraudes	47,5 %	47,6 %	49,7 %	48,5 %
	El robo de datos personales y bancarios	35,4 %	37,7 %	35,3 %	35,7 %
	La protección de menores frente a la pornografía	26,9 %	9,6 %	2,8 %	9,1 %
	Los ataques y daños al sistema y equipos	4,5 %	9,4 %	10,3 %	9,0 %
	La suplantación de la personalidad	9,3 %	9,4 %	10,3 %	10,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza que hace uso diario de Internet. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.5.9. Pluralidad imparcialidad en los medios de comunicación audiovisual

La gran mayoría de las personas consultadas cree que la televisión está politizada, especialmente quienes viven en hogares con menores de trece años (97,3 %). También opinan así quienes viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años (94,4 %) y en hogares sin menores (93,7 %).

TABLA 18

Politización de la televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>POLITIZACIÓN DE LA TELEVISIÓN</b>	Sí	97,3 %	94,4 %	93,7 %	94,4 %
	No	1,6 %	1,9 %	3,5 %	2,9 %
	NS/NC	1,1 %	3,7 %	2,8 %	2,7 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

Lo mismo ocurre en el caso de la televisión, aunque en menor medida, la mayoría de las personas encuestadas creen que la radio está politizada. Efectivamente, el 90,1 % de los hogares con menores de trece años, el 84,6 % de los hogares sin menores y el 82,2 % de los hogares con menores de entre trece y diecisiete años así lo creen.

**TABLA 19**

*Politización de la radio según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>POLITIZACIÓN DE LA RADIO</b>	<b>Sí</b>	90,1 %	82,2 %	84,6 %	85,2 %
	<b>No</b>	3,9 %	5,4 %	8,6 %	7,2 %
	<b>NS/NC</b>	6,0 %	12,4 %	6,8 %	7,6 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

Más de dos tercios de las personas encuestadas, con independencia de si en sus hogares viven menores o no, creen que Internet está politizada.

**TABLA 20**

*Politización de Internet según hogares con presencia de menores por tramos de edad.*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>POLITIZACIÓN DE INTERNET</b>	<b>Sí</b>	77,9 %	75,1 %	77,8 %	77,0 %
	<b>No</b>	15,4 %	14,3 %	11,2 %	12,8 %
	<b>NS/NC</b>	6,7 %	10,6 %	11,0 %	10,2 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

Respecto a la imparcialidad, Internet o bien aprueba, o se acerca al aprobado en la valoración hecha por las personas encuestadas, con independencia de la edad de las personas que forman los hogares. La radio aprueba en imparcialidad en todos los tipos de hogares. En cambio, la televisión suspende en todos los casos, es decir, en opinión de las personas encuestadas.

**TABLA 21**

*Valoración media de la imparcialidad de los medios de comunicación según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>IMPARCIALIDAD</b>	<b>Radio</b>	5,13	5,16	5,14	5,17
	<b>Televisión</b>	4,80	4,87	4,75	4,81
	<b>Internet</b>	5,09	5,11	4,76	4,93

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

El análisis del pluralismo en los medios de comunicación audiovisual ha evidenciado la aprobación de las personas consultadas en todos los tipos de hogares considerados. Internet es el medio mejor valorado en todos los casos.

**TABLA 22**

*Valoración media del pluralismo en los medios de comunicación según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>PLURALISMO</b>	<b>Radio</b>	5.71	5.90	5.75	5.77
	<b>Televisión</b>	5.65	5.86	5.42	5.53
	<b>Internet</b>	6.21	6.44	5.85	6.03

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

### 3.5.10. Vigilancia y protección a menores

Casi la totalidad de la población andaluza se muestra a favor de que sean los padres, madres, tutores o tutoras quienes vigilen y protejan a las y los menores ante los medios de comunicación. No obstante, también son significativos los pesos porcentuales obtenidos a favor de que sean las instituciones las que se responsabilicen de ello.

**TABLA 23**

*Responsabilidad de vigilancia y protección de los menores frente a los medios de comunicación audiovisual según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>RESPONSABILIDAD DE VIGILANCIA Y PROTECCIÓN DE LOS Y LAS MENORES ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>Sus padres, madres o tutores/as legales</b>	88,2 %	94,5 %	93,8 %	92,6 %
	<b>Las instituciones públicas (estatales, autonómicas)</b>	32,5 %	35,0 %	31,1 %	31,8 %
	<b>Las cadenas de televisión</b>	8,2 %	16,8 %	10,0 %	10,5 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

### 3.5.11. Regulación de los medios de comunicación audiovisual

Un 46 % de las personas encuestadas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete años y un 37,9 % de las que viven en hogares con menores de trece años, coinciden en afirmar que es bastante necesaria la regulación de la radio y televisión.

**TABLA 24**

*Necesidad de regulación de contenidos de los programas y publicidad emitidos por radio y televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>NECESIDAD DE QUE LOS ORGANISMOS PÚBLICOS REGULEN LOS CONTENIDOS DE PROGRAMAS Y PUBLICIDAD EN RADIO Y TELEVISIÓN</b>	<b>Muy necesaria</b>	37,5 %	39,5 %	33,8 %	35,1 %
	<b>Bastante necesaria</b>	37,9 %	46,0 %	39,2 %	39,8 %
	<b>Algo necesaria</b>	21,5 %	10,6 %	18,6 %	18,3 %
	<b>Poco necesaria</b>	1,6 %	0,7 %	3,9 %	3,0 %
	<b>Nada necesaria</b>	1,3 %	0,7 %	1,1 %	1,1 %
	<b>NS/NC</b>	0,2 %	2,5 %	3,4 %	2,7 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

### 3.5.12. Disposición a denunciar o reclamar

El 70,1 % de las personas que viven en hogares con menores de entre trece y diecisiete y un 68 % de las que viven en los hogares con menores de trece años estarían dispuestas a reclamar o denunciar contenidos de programas o publicidad. También lo harían, aunque en menor medida (58,5 %), aquellas personas que viven en hogares sin menores.

**TABLA 25**

*Disposición para denunciar ante organismo o institución pública sobre contenidos o publicidad en radio y televisión según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>DISPOSICIÓN A RECLAMAR O DENUNCIAR</b>	<b>Sí</b>	68,0 %	70,1 %	58,5 %	62,3 %
	<b>No</b>	31,2 %	25,0 %	36,9 %	33,8 %
	<b>NS/NC</b>	0,8 %	4,9 %	4,6 %	3,9 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de dieciséis o más.

Las personas que han manifestado no tener disposición para denunciar contenidos emitidos por radio y televisión han elegido distintos motivos para no hacerlo, entre los que se destacan el considerar que hacerlo no serviría para nada. Tanto en el primer caso como en el segundo, destacan los hogares donde viven menores.

**TABLA 26**

*Motivos por los que no denunciaría ante organismos o instituciones públicas los contenidos o publicidad en radio y televisión no adecuados según hogares con presencia de menores por tramos de edad*

		Hogares según presencia de menores por tramos de edad			
		Menores de trece años	Menores entre trece y diecisiete años	Sin menores de edad	Total
<b>MOTIVOS POR LOS QUE NO DENUNCIARIA</b>	No serviría de nada, no hacen caso, no merece la pena	52,2 %	57,1 %	40,2 %	45,5 %
	Por no saber dónde dirigirse para denunciar o cómo hacerlo	41,2 %	33,9 %	19,4 %	23,6 %
	Para evitarse líos, problemas, complicaciones	24,7 %	13,4 %	27,8 %	26,5 %
	Cada cual sabe qué debe ver, no hay que controlar tanto	21,4 %	6,3 %	13,3 %	14,3 %
	No le compete, corresponde a gente más preparada	19,8 %	14,3 %	16,2 %	16,6 %
	Por no tener preparación o edad (demasiado mayor, joven)	6,6 %	2,7 %	17,0 %	14,1 %
	No le interesa, no le preocupa, no le molesta, es permisivo/a	5,5 %	4,5 %	12,0 %	9,9 %
	Por falta de tiempo	0,0 %	1,8 %	2,0 %	1,7 %
	Por timidez o vergüenza propia	0,0 %	2,7 %	0,7 %	0,8 %

Fuente: BAA, edición 2023. Base: población andaluza de 16 o más que no consideran oportuno reclamar o denunciar. Respuesta múltiple, los porcentajes suman más del 100 %, pues su base no es el total de las respuestas, sino los individuos que eligen cada una de ellas.

## 4. Resumen final

El 75,4 % de las personas menores de dieciocho años hacen uso habitual de Internet. De entre las personas consultadas:

- El 68,4 % lo usa para ver contenidos *online* o a la carta (series, vídeos, películas...).
- El 66,7 % para chatear, enviar y recibir mensajes.
- El 63,4 % para jugar *online* (63 %).
- El 19 % consultan contenidos en redes sociales.
- El 8,9 % para intercambiar fotos.
- El 2,6 % para realizar compras *online*.

En cuanto a la edad de comienzo de uso de Internet por la población menor de dieciocho años, los resultados son los siguientes:

- El 44,7 % comienza antes de los ocho años.
- El 36,7 % lo hace entre los ocho y los diez años.
- El 21 % entre los once y los trece años.
- Solo un 2,3 % lo hace a partir de los trece años.

El 42,1 % de la población andaluza menor de dieciocho años se conecta a Internet de manera permanente. El 42,4 % se conecta una o dos veces al día. Solo el 9,1 % se conecta ocasionalmente, no todos los días.

Respecto al tiempo diario de conexión a internet por la población menor de dieciocho años, los datos obtenidos son los siguientes:

- En la franja de edad entre trece y diecisiete años:
  - El 19,8 % hace uso de Internet de manera permanente.
  - El 17 % más de cinco horas diarias.
  - El 9,5 % entre cuatro y cinco horas diarias.
  - El 13,6 % entre tres y cuatro horas diarias.
  - El 19,8 % entre dos y tres horas diarias.
  - El 16,1 % entre una y dos horas diarias.
  - El 2,5 % menos de una hora diaria.
- En la población menor de trece años:
  - El 4,8 % hace uso de Internet de manera permanente.
  - El 1,9 % más de cinco horas diarias.
  - El 7,8 % entre cuatro y cinco horas diarias.
  - El 8 % entre tres y cuatro horas diarias.
  - El 17,4 % entre dos y tres horas diarias.
  - El 43,7 % entre una y dos horas diarias.
  - El 15,8 % menos de una hora diaria.

Las respuestas sobre la franja horaria en la que los y las menores se conectan a Internet ofrecen los siguientes datos:

- El 20,2 % se conecta a Internet hasta las 20:00 horas.
- El 22,2 % hasta las 21:00 horas.
- El 43,2 % hasta las 22:00 horas.
- El 19,6 % hasta las 23:00 horas.
- El 18,7 % hasta 00:00 horas
- Y ya de forma minoritaria, el 6,2 % hasta la 1:00 hora, el 1,3 % hasta las 02:00 horas, el 1,7 % hasta las 03:00 horas y el 2,2 % hasta más de las 03:00 horas.

Más de la mitad de los hogares andaluces no utiliza sistemas de control parental para registrar la exposición de los y las menores en Internet (51,7 %).

En el apartado relacionado con el uso de las redes sociales, los resultados son los siguientes: el 57,3 % de las personas encuestadas afirman que las y los menores de dieciocho años que residen en su hogar sí tienen perfil activado en redes sociales, un 76,9 % de la población andaluza cree que los y las menores de dieciocho años que residen en su hogar no comparten sus datos personales en redes sociales, y el 75,3 % de las personas consultadas cree que los y las menores no consumen pornografía en Internet, mientras que un 13,7 % de las personas encuestadas cree que sí lo hacen.

## 5. Referencias

Consejo Audiovisual de Andalucía (2024). *Barómetro Audiovisual de Andalucía 2023*. Disponible en: <https://bit.ly/3NxukA5>