

ISSN: 2952-6094

e-ISSN: 2952-6116

Núm. 11

Primer semestre – *First half*

Enero de 2024 – *January 2024*

<http://cuadernosdelaudiovisual.es>



**Cuadernos de
Audiovisual**

del Consejo Audiovisual de Andalucía



La INDEFENSIÓN de los MENORES ante la PORNOGRAFÍA en INTERNET



Portada:

Título: *Territorios domesticados 30*

Autor: Rafael Blanco Expósito "Nankayshan" (Granada, España).

Año: 2019.

Obra cedida por la Dirección General de Cultura y Patrimonio de la Universidad de Sevilla (3457-PINT).

XXVI Certamen de Artes Plásticas Universidad de Sevilla.

<http://www.patrimonioartistico.us.es/>

Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía difunde en su portada el trabajo creativo de autoras y autores nacidos o residiendo en Andalucía así como el patrimonio artístico de las instituciones andaluzas.

CONSEJO EDITORIAL | *EDITORIAL BOARD*

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

- José Francisco Domínguez del Postigo (Presidente)
- Ignacio González Prieto
- María Teresa Jiménez Vilches
- Pilar Jimeno Llerena
- Isabel Pedrote Martínez
- Mateo Rísquez Madrdejos
- Rocío Ruiz Domínguez
- Álvaro Ybarra Pacheco

DIRECTORA | *DIRECTOR*

- María del Mar Ramírez Alvarado

SECRETARÍA EDITORIAL | *EDITORIAL SECRETARY*

- Felipe Rodríguez Fernández
- Nuria Rodríguez Moreno

SECRETARÍA TÉCNICA | *TECHNICAL SECRETARIES*

- Javier Blanco Rodríguez
- Francisco Pazo Sánchez

DISEÑO EDITORIAL | *LAYOUT EDITOR*

- Mayte Álvarez - Referencias Cruzadas

COMITÉ CIENTÍFICO | *SCIENTIFIC COMMITTEE*

- Dr. Ignacio Aguaded, Universidad de Huelva, España
- Dr. Miguel de Aguilera Moyano, Universidad de Málaga, España
- Dra. Salomé Berrocal, Universidad de Valladolid, España
- Dr. Andreu Casero Ripollés, Universitat Jaume I, España
- Dr. Antonio Castillo, Universidad de Málaga, España
- Dr. Jorge Clemente Mediavilla, Universidad Complutense de Madrid, España.
Presidente de la Asociación Española de Universidades con Titulaciones en Información y Comunicación (ATIC)
- Dr. Manuel Chaparro, Universidad de Málaga, España
- Dr. Fernando Contreras, Universidad de Sevilla, España
- Dr. Marius Dragomir, Central European University, Hungría.
Director del Center for Media, Data and Society
- Dra. Carmen Espejo, Universidad de Sevilla, España
- Dra. Rosa Franquet, Universitat Autònoma de Barcelona, España.
Presidenta de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga, España
- Dr. Antonio García Jiménez Contreras, Universidad Rey Juan Carlos, España
- Dr. Josep Lluís Gómez Mompert, Universidad de Valencia, España
- Dra. Virginia Guarinos Galán, Universidad de Sevilla, España
- Dr. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Universidad de Málaga, España
- Dr. Evaristo Jiménez, Universidad de Granada, España
- Dra. Gloria Jiménez Marín, Universidad de Sevilla, España
- Dr. Gabriel Kaplún, Universidad de la República, Uruguay.
Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI)
- Dr. Jairo Lugo-Ocando, Universidad de Sharjah, Emiratos Árabes Unidos
- Dra. Carmen Marta-Lazo, Universidad de Zaragoza, España
- Dr. Javier Marzal Felici, Universitat Jaume I, España
- Dra. María Isabel Menéndez Menéndez, Universidad de Burgos, España
- Dr. Miquel de Moragas, Universitat Autònoma de Barcelona, España
- Dra. Pastora Moreno, Universidad de Sevilla, España
- Dra. María Elena Olabarri Fernández, Universidad del País Vasco, España
- Dr. Francisco Javier Ruíz del Olmo, Universidad de Málaga, España
- Dra. Charo Sádaba, Universidad de Navarra, España
- Dra. Victoria Tur Viñes, Universidad de Alicante, España
- Dr. Silvio Waisbord, The George Washington University, Estados Unidos.
Presidente de la International Communication Association
- Comité Asesor
- Dra. Rosalba Mancinas-Chavez, Universidad de Sevilla, España
- Dr. Jesús Segarra-Saavedra, Universidad de Alicante, España

EDITA | EDITED BY



Dirección:

Calle Pagés del Corro, 90 B,
41010 – Sevilla España (Seville – Spain)
info.caa@juntadeandalucia.es
<https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

Teléfonos: 955 407 310 | 900 159 159

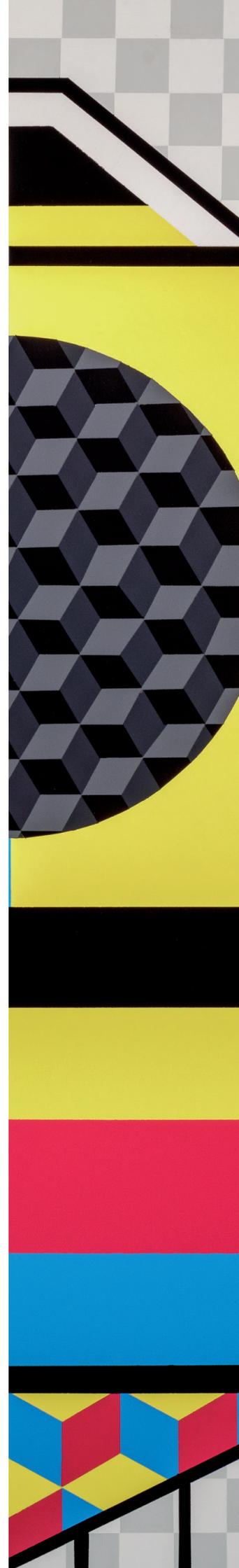
Contacto: cuadernosdelaudiovisual.caa@juntadeandalucia.es

Soporte técnico:

cuadaud.caa@juntadeandalucia.es
<http://cuadernosdelaudiovisual.es/>



Licencia de uso y distribución Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.



ÍNDICE

EDITORIAL

Difusión de la ciencia y del conocimiento: líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía en la protección de menores en el entorno digital

Science and knowledge dissemination: lines of action of the Audiovisual Council of Andalusia in the protection of minors in a digital environment

Domi del Postigo / Mar Ramírez-Alvarado..... 11-22
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.16>

TEMA CENTRAL

INFORME CAA

La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet. Aportaciones desde el Consejo Audiovisual de Andalucía

The defenselessness of minors being exposed to internet pornography. Contributions from the Audiovisual Council of Andalusia

Vídeos que explican el libre acceso de menores a contenidos de OnlyFans y otras páginas pornográficas online

Videos explaining minors unrestricted access to content on OnlyFans and other online pornographic websites

Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes

Report on free access to adult content on messaging platforms and other networks

Área de Contenidos..... 25-48
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.14>

Reflexiones en torno al impacto de la pornografía en la sexualidad de los chicos y las chicas adolescentes

Reflections on the impact of pornography on the sexuality of adolescent boys and girls

Carmen Moreno / Eva Leal-López / Inmaculada Sánchez-Queija..... 49-72
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.09>

INDEX

Niveles de conciencia y estilos parentales ante el acceso y consumo de pornografía en la infancia y adolescencia

Levels of awareness and parenting styles regarding access and consumption of pornography in childhood and adolescence

Lluís Ballester Brage / Sandra Sedano Colom / Judith Lorente-De-Sanz / Berta Aznar-Martínez 73-104
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.12>

¿Qué puede hacer la Administración para proteger a los menores frente a la pornografía en Internet?

What can the Administration do to protect minors from pornography on the Internet?

Juan María Martínez Otero 105-125
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.10>

MISCELÁNEA

Exposición de menores a la publicidad móvil

Exposure of children to mobile advertising

Beatriz Feijoo / Erika Fernández-Gómez / Jesús Segarra-Saavedra 129-142
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.15>

Producción de cine en Andalucía: balance del estado del cine andaluz contemporáneo desde una perspectiva industrial

Film production in Andalusia: balance of the state of contemporary Andalusian cinema from an industrial perspective

Francisco Javier Gómez-Pérez / José Patricio Pérez-Rufí 143-162
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.11>

RESEÑAS

¿Cómo es representada la tercera edad en las series de ficción españolas?

How is the old age depicted in the Spanish TV Series?

Sofía Otero-Escudero 165-168
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.17>

Publicidad en tiempos de feminismo

Advertising in the time of feminism

Paula Illera Miguel 169-172
<https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.19>

EDITORIAL

Cuadernos^{del}
Audiovisual
del Consejo Audiovisual de Andalucía

Difusión de la ciencia y del conocimiento: líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía en la protección de menores en el entorno digital

SCIENCE AND KNOWLEDGE DISSEMINATION: LINES OF ACTION OF THE AUDIOVISUAL COUNCIL OF ANDALUSIA IN THE PROTECTION OF MINORS IN A DIGITAL ENVIRONMENT

Domi del Postigo

Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (España)
josef.dominguez.postigo@juntadeandalucia.es

Mar Ramírez-Alvarado

Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía (España)
mariam.ramirez.alvarado@juntadeandalucia.es  0000-0002-0810-7879

Resumen: *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía* inaugura su etapa en formato de revista de investigación aproximándose a uno de los riesgos detectados y probados que entraña el uso que hacen los menores de las pantallas conectadas a la web: el de la indefensión de niños y adolescentes ante la pornografía en Internet. Este artículo –que firma el presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (en adelante, CAA) como representante legal del órgano regulador institucional que edita estos cuadernos, junto a la consejera que coordina la publicación– incide en la renovada apuesta del CAA en pro de la Ciencia Abierta para la difusión de las investigaciones y actividades, propias y ajenas, que en el ámbito audiovisual adquieren categoría de servicio público. Esta entrada introductoria también incluye, en conexión con el tema central de este número, algunos informes específicos del CAA, las conclusiones resumidas de la jornada que sobre el asunto se celebró en el Parlamento andaluz y la posterior creación de un grupo de trabajo parlamentario en Andalucía para garantizar la protección de los menores ante la pornografía en Internet.

Palabras clave: ciencia abierta; investigación; pornografía; menores; Internet.

Abstract: *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía* inaugurates its stage in the format of a research journal approaching one of the detected and proven risks involved in the use made by minors of the screens connected to the Web: the defenselessness of children and adolescents against pornography on the Internet. This article –signed by the president of the Audiovisual Council of Andalusia (hereinafter CAA) as legal representative of the institutional regulatory body that publishes these notebooks, along with the counselor who coordinates the publication– affects the renewed commitment of the CAA in favor of Open Science for the dissemination of research and activities, own and others, which in the audiovisual field acquire the category of public service. This introductory entry also includes, in connection with the central theme of this issue, some specific reports of the CAA, the summary conclusions of the conference held on the subject in the Andalusian Parliament and the subsequent creation of a parliamentary working group in Andalusia to ensure the protection of minors from Internet pornography.

Keywords: open science; research; pornography; minors; Internet.

Cómo citar:

Del Postigo, D., & Ramírez-Alvarado, M. (2024). Difusión de la ciencia y del conocimiento: líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía en la protección de los menores en el entorno digital. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 11-22. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.16>

1. Apuesta por la Ciencia Abierta: el Consejo Audiovisual de Andalucía se suma al espacio común para la difusión del conocimiento desde su ámbito como regulador institucional del Audiovisual

El Consejo Audiovisual de Andalucía es un órgano extraparlamentario de carácter independiente soportado presupuestariamente por la Junta de Andalucía. En el marco de sus funciones, desde el organismo se ha venido trabajando de manera continuada en la elaboración de estudios y la puesta en marcha de publicaciones diversas. Una de sus publicaciones periódicas son los *Cuadernos del Audiovisual del CAA*, que nacieron en 2010 con el objetivo de recoger los contenidos de las intervenciones de personas expertas en actividades organizadas por el propio órgano. En esa primera etapa ya se trataron temas como la desinformación en Internet, la regulación audiovisual en una sociedad democrática, el tratamiento periodístico en las emisiones deportivas, el presente y el futuro de la radio y de la televisión, la regulación ética de la publicidad, el tratamiento de la igualdad de género en los medios e, incluso, se hizo una primera aproximación al asunto que sostiene el contenido central de este primer número de los *Cuadernos del Audiovisual del CAA* en su apuesta académica y científica: la protección de los menores en el entorno digital.

En abril de 2023 el pleno del CAA decidió transformar sus *Cuadernos del Audiovisual* en una publicación periódica académica con el objetivo de promover la investigación y la difusión del conocimiento científico en las áreas de competencia y funciones del Consejo, definidas en la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. Dentro de estas funciones se encuentra la elaboración de estudios sobre el sector audiovisual (art. 4.21), además de otras que conectan con las áreas de especial relevancia que desde la institución han sido marcadas para el enfoque y alcance de esta publicación. Entre ellas están la regulación de los medios audiovisuales, la salvaguarda y protección de menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de mayor atención respecto a los contenidos de la programación y emisiones publicitarias; la promoción de la alfabetización mediática en el ámbito audiovisual como una vacuna necesaria contra los riesgos de la era digital, la observancia de la igualdad de género en los contenidos que emiten los medios de comunicación, el respeto a la identidad cultural o el estudio y vigilancia de las normativas respecto al control de la programación.

La actual segunda etapa de esta publicación surge del interés por transferir conocimiento a la sociedad y por actuar de puente entre la academia, el ámbito profesional, la industria audiovisual y otras instituciones y organismos reguladores del audiovisual. En este objetivo conectamos como institución pública con el movimiento global por la Ciencia Abierta y con su implementación en España en apostar por el acceso abierto y gratuito por defecto y para toda la ciudadanía a estos *Cuadernos del Audiovisual del CAA*.

Existe un amplio consenso en la idea de que la difusión y transferencia del conocimiento y la innovación son fundamentales para el impulso del bienestar social y del crecimiento económico. En este empeño vamos en la línea de la perspectiva integradora de los principales planes autonómicos, nacionales y europeos en materia de ciencia e innovación. Por una parte conectamos con la Estrategia de I+D+I de Andalucía (EIDIA), Horizonte 2027 (Consejería de Universidad, Innovación e Investigación de la Junta de

Andalucía, 2022) en lo que se refiere al objetivo definido de elevar los niveles de transferencia del conocimiento promoviendo un entorno de comunicación de la producción científica: “es necesario implementar una serie de medidas destinadas a promover un entorno donde la comunicación fluya de manera continuada y donde la colaboración entre todos los agentes del sistema, públicos y privados, favorezca una transferencia de impacto” (2022, p. 85). En este objetivo conectamos con la Estrategia Nacional de Ciencia Abierta 2023-2027 (ENCA) en la implementación del acceso abierto y gratuito por defecto a estos Cuadernos del Audiovisual del CAA en su objetivo de colaborar en la difusión hacia la ciudadanía de resultados científicos (2023, p. 11). Y, de igual manera, establecemos puentes con la Research and innovation strategy 2020-2024 de la Comisión Europea en lo concerniente a sus objetivos de promocionar una investigación científica, entre otros aspectos, orientada a facilitar la transición digital, la inclusión social y la igualdad de los ciudadanos en Europa, entre a otros aspectos claves de interés (European Commission, 2020).

Desde el regulador institucional andaluz del Audiovisual creemos importante fortalecer la calidad, la transparencia y la reproducibilidad de la actividad de acreditados especialistas e investigadores. De igual manera que publicamos en nuestra página web en abierto y sin restricción alguna los informes y estudios que se elaboran o se encargan por el propio CAA.

Desarrollados desde Andalucía, pero con clara vocación de alcance nacional e internacional, los Cuadernos del Audiovisual del CAA en su nueva etapa están abiertos a la participación de profesores e investigadores de todos los países. Nuestro empeño es aportar nuevas páginas de conocimiento y que este tenga efecto social. Los Cuadernos del Audiovisual del CAA pretenden bucear en el origen, el desarrollo y las consecuencias de asuntos vinculados a los medios de comunicación audiovisual, independientemente de su forma de emisión o de la tecnología que empleen para llegar a su audiencia, que es la misma ciudadanía por cuyos derechos frente a micrófonos y pantallas el CAA debe velar. Las páginas de estos renovados cuadernos que comienzan con este número están abiertas a artículos, ensayos e informes, con perspectivas variadas, tanto teóricas como empíricas o aplicadas. Como es natural, el rigor metodológico y la obtención de resultados de investigación son requisitos para la revisión y publicación de originales.

Con esta línea de trabajo creamos desde el CAA este nuevo espacio, respaldando la disponibilidad gratuita de los trabajos y de la literatura científica evaluada por pares. También la libertad de leer, descargar, distribuir, imprimir, citar o referenciar de manera adecuada. Así, asumimos con nuestro certificado institucional una mayor responsabilidad con la ciencia pública y con las actividades editoriales que tradicionalmente se llevan a cabo desde universidades y centros de investigación, apostando en este caso por nuevas formas colaborativas de edición.

2. Tema central: el acceso de los menores a la pornografía en Internet

Cuadernos del Audiovisual del CAA inaugura su segunda etapa en formato de revista de investigación abordando las circunstancias y los efectos del acceso de los menores a la

pornografía en Internet, un riesgo más que contrastado en el que, una vez detectadas las señales de alarma, este órgano ha centrado estudios y actividades. En esta línea se han llevado a cabo reuniones con personas expertas de todos los ámbitos implicados. Se han emitido decisiones y recomendaciones, estimando fundamental que se revise el régimen normativo vigente en lo relativo al control y acceso de menores a los contenidos de pornografía en Internet, así como apremiando a las autoridades competentes en la materia y a las plataformas digitales que alojan contenidos pornográficos a que endurezcan los requisitos de acceso con verificación de edad a los mismos. También el CAA, entre otras acciones, ha dado traslado a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y a otros organismos oficiales de los resultados de uno de sus informes técnicos (Consejo Audiovisual Andalucía, 2023), el que demuestra la existencia de páginas con contenidos pornográficos registradas en España que incumplen la verificación de edad exigida por la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) en su artículo 89.1 (Ley 13/2022, de 7 de julio).

Cada número de estos nuevos *Cuadernos del Audiovisual* dará difusión o remitirá a alguno o algunos de los informes y estudios que se llevan a cabo desde el área de contenidos del CAA. De hecho, este cuaderno (número 11, que es en realidad el número primero de esta nueva etapa como publicación académica y científica) recoge la adaptación de dos de esos informes: *Vídeos que explican el libre acceso de menores a contenidos de OnlyFans y otras páginas pornográficas online* (Consejo Audiovisual de Andalucía, 2023) e *Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes* (Consejo Audiovisual de Andalucía, 2023).

2.1. Jornada “La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet” (mayo 2023, Parlamento de Andalucía)

Una de las actividades recientes del CAA de mayor repercusión ha sido la jornada anual que el órgano celebró en el Parlamento de Andalucía en mayo de 2023 bajo el título: “La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet”. Esta ha sido otra de las principales iniciativas que conectan con este cuaderno monográfico.

“Nada pasa sin las personas pero nada perdura sin las instituciones”, con esa cita del diplomático francés Jean Monnet, uno de los precursores del europeísmo actual, comenzó su intervención en esa jornada el director del European Data Protection Supervisor (EDPS), Leonardo Cervera, para indicar con generosidad en referencia a la iniciativa del propio CAA: “Hoy unas personas han decidido hacer algo y denunciarlo y hay una institución que lo apoya” (Consejo Audiovisual de Andalucía, 2023).

En este camino andamos hoy en el Consejo Audiovisual de Andalucía como intermediarios con rango institucional, en el de insistir en la advertencia y dimensión de un problema sobre el que nos alertaron con fundamento los diversos ponentes que aceptaron convertirse en las vértebras de la columna de contenidos de la jornada. Recordamos aquí de forma somera lo que advirtieron algunos de ellos.

La catedrática de Psicología Evolutiva de la Universidad de Sevilla, Carmen Moreno (que colabora con un artículo en esta publicación) insistió en que la pornografía en

Internet muestra ausencia de afectividad y de reflexión humana, desaparece el componente afectivo y expresivo que necesitamos comunicar en las relaciones entre personas. El impacto que su consumo produce en personalidades aún no formadas como las de los menores es dañino, y más al estar combinado con una sociedad cuyo ritmo de vida es demasiado rápido como para controlar convenientemente ese consumo. La pornografía es como la gasolina que alimenta en los adolescentes el fuego de algunos de los impulsos propios de su edad.

Por su parte, el prestigioso psiquiatra Francisco Ferre, director del *AdCom* (el primer centro público para tratar las adicciones a las nuevas tecnologías), que pertenece al Hospital Gregorio Marañón en Madrid, advirtió de que este problema está en la calle. Cotejó su experiencia hospitalaria con los datos del informe de Save the Children España de septiembre de 2020, titulado *(Des)Información Sexual. Pornografía y Adolescencia*, en el que, entre otras cuestiones, se afirma que los y las adolescentes ven pornografía y casi siete de cada diez (el 68,2%) la consumen de forma frecuente. Este consumo se produce mediante el teléfono móvil en la intimidad (93,9%) y se centra en contenidos gratuitos *online* (98,5%), basados de manera mayoritaria en la violencia y la desigualdad. El doctor Ferre recordó que la curiosidad sexual es inherente a la adolescencia. A ello se suma que el espacio *online* tiene tres riesgos que facilitan el enganche de los menores: es accesible, asequible y anónimo. También incidió en que los menores deben desarrollar el componente afectivo que hay en la sexualidad, no solo la genitalidad en la que se basa y explota el porno. Aunque hablamos de un asunto novedoso, hay ya datos que dimensionan el problema. Y otros que demuestran los riesgos. Por ejemplo, en un estudio en el País Vasco que analiza 304 secuencias de webs porno, el 88,2% contienen agresiones físicas como un componente más de la erotización que provoca la violencia sexual contra la mujer (Emakunde, 2022). Ferre repitió que no nos debe extrañar, por tanto, que estudios internacionales sobre el consumo de porno prueban ya que los varones que lo consumen con asiduidad someten a su pareja y se muestran prepotentes en sus relaciones sexuales. Unas relaciones que se vuelven insatisfactorias por culpa de las expectativas que la pornografía genera en quienes luego buscan replicar las situaciones que ven en sus escenas –algo en lo que también incidió la fiscal decana de menores de Sevilla, a quien también mencionaremos aquí–. Por último, el director del *AdCom* insistió en que el móvil les ofrece a los adolescentes un servicio 24/7 con acceso libre y gratuito en la web y esto está teniendo y tendrá repercusiones en su desarrollo social, psicológico y afectivo.

Carmen Ruiz Repullo, socióloga y profesora de la Universidad de Granada, destacó el entorno hipersexualizado en que todos nos movemos. Expreso con preocupación que vivimos en un contexto de *pornosocialización* que se dirige de manera diferenciada a los chicos, por un lado, y a las chicas, por otro. Los medios de comunicación explotan esas etiquetas en sus programas y en la emisión de sus mensajes publicitarios. A las chicas se les inculca así que usar su cuerpo y su sexualidad puede ser una fuente de ingresos con ausencia de esfuerzo, una forma de ganar dinero a corto plazo más atractiva e interesante que el modelo que les ofrecen sus padres y profesores, que les hablan de estudiar y del esfuerzo para obtener un buen trabajo. A los chicos se les educa para que demuestren su potencia sexual. Carmen pidió un compromiso colectivo, demandando

que todo esto hay que prevenirlo y que los medios de comunicación, el profesorado y la sociedad en general han de implicarse en conseguirlo.

El profesor de la Universidad de Santiago de Compostela, Antonio Rial Boubeta, retomó los últimos datos del estudio de Milano y Ballester de la Universidad de las Islas Baleares (el profesor Ballester es colaborador también en este número de *Cuadernos del Audiovisual* y otro de los expertos consultados por el CAA previamente a la organización de la jornada) que indican que el 90% de los menores encuestados confirmaba haber consumido pornografía alguna vez en su vida, aumentando el porcentaje en un 20% según el mismo estudio, en tan solo cinco años. Los que consumen porno de manera regular tienen mucho riesgo de sufrir acoso por la web y de conocer gente tóxica que podría trascender del entorno digital a su vida real. Muchos de ellos sienten una menor satisfacción con la vida de la que deberían. El 39% de las chicas que consumen porno con regularidad sienten frustración, complejos, depresión... (Ballester *et al.*, 2023, pp. 28–287). Prevenir de manera integral y comunitaria es necesario. Y, en concreto, regularizar el acceso al primer móvil es fundamental, ya que el riesgo se multiplica si el móvil lo tienen a los diez años en vez de a los doce o trece.

Respecto a la ya mencionada fiscal decana de Menores de Sevilla, la jurista Marta Valcarce, nos resultó muy valioso que nos hablara desde su experiencia real con menores en delitos sexuales y nos ofreciera un marco jurídico para situar desde ese ámbito el problema. Provocó la reflexión de todos cuando recordó que en España los menores de 16 años pueden casarse legalmente, dar su consentimiento médico e incluso tener relaciones sexuales sin ser tutelados. Hecha esta apreciación relevante, la fiscal informó de que actualmente se están detectando comportamientos en los chicos y chicas menores que llegan al ámbito penal claramente influenciados por la pornografía que ven en Internet. Sorprende la precisión en el uso del lenguaje que emplean menores de 14 a 17 años, un lenguaje cargado de términos sexualizados con los que explican con decisión y al detalle determinadas prácticas sexuales. Esto se ha recogido, entre otros comportamientos, en la última Memoria de la Fiscalía General del Estado (Ministerio de Justicia, 2022). La fiscal alertó de algo en lo que coincidieron otros ponentes: los jóvenes viven en la red. La pandemia les ha reforzado su condición de *nativos digitales* cuando les abocó a consultarlo todo en Internet. Las pantallas y el universo digital alimentan sus tempranos deseos de inmediatez, lo que se muestra claramente en los menores que delinquen. En ocasiones, jueces, fiscales y letrados tienen dificultades a la hora de determinar el consentimiento en relaciones de menores que, emulando la pornografía que ven en Internet, comienzan de manera consentida, pero en algún momento, sobre todo por parte de las chicas, terminan resultando traumáticas. Valcarce hizo una interesante propuesta respecto a un leve cambio en la tipificación actual del Código Penal. Para dificultar la facilidad con que las páginas pornográficas eluden su responsabilidad legal en el fácil acceso de los menores, quizá bastaría con modificar el artículo 186 del Código Penal, incluyendo en su actual enunciado la disyuntiva “o indirecto” cuando en este se expresa: “El que, por cualquier medio directo, vendiere, difundiere o exhibiere material pornográfico entre menores de edad o personas con discapacidad necesitadas de especial protección, será castigado con la pena de prisión de seis meses a un año o multa de 12 a 24 meses”.

Así mismo, el profesor de Derecho Administrativo de la Universidad de Valencia, Juan María Martínez Otero (quien colabora también en este cuaderno número 11, segunda etapa), explicó que, a su juicio, sí existe actualmente en España normativa suficiente para proteger a los menores en Internet, empezando por la misma Constitución cuando en el artículo 20.4 se refiere a ellos: “Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”. Martínez Otero también citó la Ley 34/2002 de Sociedad de los Servicios de la Información, de aplicación a las páginas webs y plataformas digitales. Y, por último, la propia Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual, que incluye a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas, donde en su artículo 89.e) obliga a “establecer sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo de los menores, impidiéndoles el acceso a los contenidos audiovisuales más nocivos, como la violencia gratuita o la pornografía”. Por tanto, y en primera instancia, aunque el marco legal en España no es perfecto, es suficiente y hay que cumplirlo y hacer que se cumpla. Para ello, se pueden y se deben desarrollar acciones equilibrando los posibles intereses constitucionales que están en juego, como los de libertad de expresión y de empresa, con el de la protección de los menores y la salud pública.

Desde la Comisión Europea el ya citado abogado y supervisor de protección de datos, Leonardo Cervera, solicitó la actuación de los legisladores y explicó la necesidad de llegar a acuerdos con organismos competentes que aporten soluciones tecnológicas para su protección, en la misma línea que se establecen medidas para asegurar las compras o los pagos por vía digital. La protección de datos se suele utilizar como excusa para no habilitar mecanismos efectivos de detección de edad en la web. Por eso hay que habilitar una solución de verificación de edad que no colisione con la intimidad. La dificultad, en cualquier caso, de impedir absolutamente el acceso de menores no debe rebajar nuestro esfuerzo en dificultar todo lo que se pueda ese acceso. Por ejemplo, si los teléfonos móviles llevasen implementado el dato “es o no es adulto”, eso habilitaría el acceso o no a determinadas webs desde ese dispositivo. Cervera recordó que el regulador institucional francés (ARCOM) lleva tiempo trabajando en la utilización de un certificado digital con verificación de tercero institucional, que confirme la edad a la hora de acceder a esas páginas para adultos –la propia Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) fijó la fecha del 14 de diciembre de 2023 para presentar el prometedor certificado en que la AEPD también ha estado tiempo trabajando–. Esta intencionada reflexión de Cervera quedó en el aire: “sorprende que las empresas tecnológicas que son capaces de grandes invenciones, a la hora de implementar herramientas para proteger a los menores en internet alegan siempre que la solución es muy difícil”.

Abundando en esa reflexión crítica, el economista y profesor de la Universidad de Córdoba, articulista y máster en ciberseguridad, Enrique Benítez, denunció que la pornografía en España es un modelo de negocio legal muy lucrativo, que forma parte de una industria consentida de la que participan productoras de contenidos, distribuidoras, plataformas de Internet, etc. A su juicio, habría que valorar qué responsabilidades estamos exigiendo a estas empresas en este asunto, por una parte, y por otra,

la necesidad de analizar hasta dónde podemos trasladar a los padres la responsabilidad técnica para que controlen a sus hijos y eviten los grandes riesgos de Internet. Hacen falta guías fáciles de comprender y de poner en práctica elaboradas especialmente para las familias. Benítez también abrió el debate sobre hasta dónde debemos invadir la intimidad de los jóvenes para protegerles de lo que les daña en la web.

El CEO y socio fundador de Quántika14, Jorge Coronado, directamente desde su trabajo en ciberseguridad, advirtió que la pornografía no solo está en las webs pornográficas. También contienen vídeos y fotos pornográficas las redes sociales en las que interactúan muchos menores. Afirmó que una práctica con la que los adolescentes están muy familiarizados es compartir material erótico y sexual que ellos capturan o se graban a sí mismos, lo que a veces termina publicándose en páginas porno. Al respecto, recordó que la plataforma de contenidos pornográficos más vista en la web, Pornhub, retiró numerosos vídeos protagonizados presuntamente por menores ante la amenaza de algunos bancos de retirar su soporte de pago por tarjeta. Por eso se hace más difícil de lo que ya resulta conseguir la eficacia de los controles parentales cuando la pornografía termina subida a las redes por los propios menores. Y por eso muchos de los vídeos que ofrecen estas plataformas no tienen el consentimiento de quienes aparecen en ellos. Sobre las formas de dificultar el acceso de menores a las webs porno, Coronado recordó que los límites de acceso, cuando se actúa en defensa de la propiedad intelectual bloqueando las ISP (compañías que proveen el servicio de acceso a Internet de las páginas webs), funciona bastante bien en España.

Desde el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), Manuel Ransán animó a los padres a familiarizarse con las herramientas de control parental para blindar los contenidos inadecuados para sus hijos e hijas. Aunque no garantizan en su totalidad los bloqueos, ayudan bastante en el filtro de la información final que reciben los usuarios. Hizo un llamamiento a que se denuncie todo aquello que se encuentre en la red llamando al 017, número gratuito habilitado por el INCIBE. Ransán abrió una puerta a otro de los riesgos que de forma a veces paralela afecta a los menores de varias maneras: los videojuegos. Alertó acerca de que al estar las videoconsolas y los ordenadores en red exponen a los menores a contactar con extraños de otra ciudad, incluso de otro país, situaciones que pueden suponer un riesgo en cuanto se pierde el anonimato.

La responsable de comunicación de la organización Empantallados, Elena Martínez, confirmó que la pregunta estrella de los padres es “¿cuál es la edad adecuada para regalar un móvil a mi hijo?”, pero no existe una edad clara. La decisión depende de factores como la madurez del niño, su entorno familiar y social, sus capacidades emocionales y relacionales, algo que sus padres pueden conocer bien. La prevención es lo que defiende Empantallados, asociación formada en 2017 por madres y padres preocupados por cómo las pantallas han invadido los hogares y cómo las familias están recibiendo mucha carga de culpa, cuando esos padres no fueron, como hoy lo son sus hijos, nativos digitales y, además, en la mayoría de los casos, los conocimientos de las nuevas tecnologías de los progenitores son insuficientes para abordar las necesidades que la educación digital de los menores demanda. Desde Empantallados también consideran que las pantallas ofrecen una oportunidad para ayudar en la educación, no las demonizan, pero advierten de que no hay que dejarles nunca solos con la denominada

“niñera digital”. Hay que sentarse con los hijos y hablar. Conviene conocer cuáles son sus gustos, sus elecciones y sus preocupaciones. Una medida práctica, aunque parezca menor, es la de crear un “parking digital” en el hogar, un lugar donde soltar los móviles para que no interfieran en determinados momentos familiares como las comidas. Y, sobre todo, Martínez insistió en que nunca los hijos deben irse a dormir con el móvil.

El responsable del área educativa y derechos digitales de Unicef, Ignacio Guadix, alertó sobre la tentación de convertir en una situación generacional el abordaje de los riesgos de Internet. Todos, seamos nativos digitales o no, estamos condicionados por la tecnología de nuestro tiempo. Y en ese sentido está demostrado que existe una relación estrecha entre el mal uso de las tecnologías y determinados problemas de salud mental, como los altos porcentajes de ansiedad y depresión en los adolescentes de hoy. No parece muy adecuado, por tanto, que los diez años sea la edad media a la que se les regale a los niños su primer móvil. O que, en contra de lo aconsejable –y, parafraseando el consejo final de Empantallados–, tantos adolescentes duerman con el móvil (por eso un tercio se conecta a partir de las doce de la noche con las consecuencias de falta de sueño y concentración que eso supone, entre otros riesgos).

Algunos otros datos resumidos del estudio de Unicef (Andrade *et al.*, 2021) son estos: los adolescentes usan las redes y tienen más de un perfil, no solo el que sus padres conocen, para saltarse el control. Casi la mitad de los chicos y una quinta parte de las chicas ve porno en Internet. El 60% de quienes aceptan como “amigos” en las redes y en los videojuegos son desconocidos. Un 42% de los adolescentes reciben mensajes de contenido sexual. El 44% de los chavales saben qué es la *dark web* y el 5% la usa (un dato peligrosamente preocupante). A la pregunta “¿tus padres utilizan el móvil durante la cena?” casi la mitad responde que sí. Con algunos de estos datos como ejemplos, Guadix quiso dejar clara la necesidad urgente de ofrecer alfabetización digital, de manera que sean los propios jóvenes los que conozcan cuáles son las ventajas y cuáles los riesgos que ofrece Internet.

El director general de Transformación Digital Educativa de la Junta de Andalucía, Antonio Segura, informó acerca de que en la Consejería de Desarrollo Educativo se están centrando esfuerzos en diseñar planes de alfabetización digital, más allá de dotar a los centros escolares de dispositivos tecnológicos. Hay que asumir que entre las profesiones del futuro destacan las competencias digitales. Si la sociedad ha cambiado, la educación también debe cambiar, asumió. Y eso afecta a muchos docentes que, debido a una cuestión generacional, necesitan un apoyo extra en materias digitales para reducir la brecha que ellos perciben entre sus conocimientos y los de sus alumnos.

Por su parte, Pablo Manterola, psicólogo de la asociación Dale una Vuelta, referente nacional en la prevención de los daños de la pornografía en los menores, puso el acento en la gestión de las emociones, en cómo los adolescentes acuden a la pornografía cuando se sienten aburridos, ociosos y tristes. Muchos llegan al porno por accidente, pero van aumentando el consumo por días, sin darse cuenta. Aconsejó a los padres y madres que quiten los videojuegos de los móviles y que desactiven las notificaciones, invasivas y generadoras de ansiedad. También que construyan en sus hogares canales de comunicación basados en la confianza, para fomentar que los menores cuenten sus experiencias vividas en la red y así poder adelantarse en resolver conflictos.

Por último, el catedrático en Comunicación y Educación de la Universidad de Huelva, director del grupo COMUNICAR, Ignacio Aguaded, destacó la importancia de la investigación que nos lleva a obtener conclusiones que se conviertan en propuestas. Recordó Aguaded que vivimos en un mundo de pantallas por las que se emite una sobredosis informativa que no siempre es veraz. Advirtió de que el consumo de los menores de porno en Internet es uno de los problemas detectados en el marco de la ya aludida *pornosocialización*. E, insistiendo en la importancia de la alfabetización mediática, Aguaded aseveró que con ella podemos hacer mucho para mejorar la situación, ya que una persona con competencia mediática percibe el riesgo de manera muy diferente a otra persona que no la tenga. Sin embargo, la competencia mediática no se adquiere con aparatos e instrucciones de funcionamiento, sino con la reflexión. En esta línea debemos ir.

2.2. Grupo de trabajo para garantizar la protección de menores ante el acceso a la pornografía en Internet (julio 2023, Parlamento de Andalucía)

Uno de los efectos más destacados de los trabajos adelantados desde el CAA y de la celebración de la jornada, detallada en el apartado anterior, ha sido la puesta en marcha en el Parlamento de Andalucía del primer grupo de trabajo parlamentario que se ha creado para garantizar la protección de menores ante el acceso a la pornografía en Internet, en el seno de la Comisión sobre Infancia y Adolescencia. La composición de este grupo puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/composicionyfuncionamiento/organosparlamentarios/gruposdetrabajo.do?codorg=574&nlegis=12&modo=confoto>

El objetivo del mismo es del de abordar las consecuencias y el impacto del acceso de menores a la pornografía en Internet y aportar soluciones y medidas efectivas que garanticen la adecuada protección de los menores. Este grupo de trabajo, aprobado por el pleno del Parlamento de Andalucía el 13 de julio de 2023, se constituyó el 27 de septiembre del mismo año. Las distintas agrupaciones políticas registraron un alto número de propuestas de comparecencias para este grupo de trabajo, hasta 134. La primera jornada de comparecencias tuvo lugar el 6 de noviembre y la primera institución compareciente fue el CAA en la persona de su presidente.

3. Epílogo

Este número 11, primero de estos renovados *Cuadernos del Audiovisual*, conecta dos de las líneas de actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía en esta nueva etapa del órgano. Por una parte, las acciones vinculadas a la preocupación en la defensa de los menores frente a los riesgos de las pantallas en el entorno digital (uno de esos riesgos es el de la indefensión de los menores ante la pornografía en Internet, el tema que ocupa de manera principal este cuaderno). Por la otra, la difusión del conocimiento a

través de la consolidación de una revista científica. Ambas acciones se inspiran en los principios de libertad de expresión, derecho al honor e intimidad, información veraz, difusión y comunicación, de igualdad y no discriminación, y en la compatibilidad de dichos principios con los de pluralismo y objetividad en el sector audiovisual. Unos principios que deben regir también, frente a aquellas entidades y empresas a las que este órgano les exige su cumplimiento, la propia actuación del Consejo Audiovisual de Andalucía. En esa línea, queremos destacar que esta publicación se encuentra concebida bajo el cumplimiento de los parámetros de calidad que estipula la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), parámetros que se manejan a nivel internacional para la evaluación de las revistas científicas.

Por último, queda agradecer, tanto por mi parte como presidente del CAA y representante legal de la totalidad del Consejo, como por la de la consejera Mar Ramírez Alvarado –la *alma mater* de estos renovados *Cuadernos del Audiovisual* en su nueva conformación como revista académica–, a los autores que han remitido sus trabajos a este número, así como a los evaluadores, ya que la revisión científica constituye un acto voluntario de generosidad y altura intelectual.

Referencias

- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A., & Suárez, F. (2021). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. Unicef España.
- Ballester, L., Sedano, S., Aznar-Martínez, B., Cabellos, A., Lorente-De-Sanz, J., & Nadal, M. (2023). Diagnóstico sobre acceso, consumo e implicaciones de la nueva pornografía en línea en las Islas Baleares. En V. Milano (Dir.), *Estudio sobre pornografía en las Islas Baleares: acceso e impacto sobre la adolescencia, derecho internacional y nacional aplicable y soluciones tecnológicas de control y bloqueo* (pp. 28–287). Institut Balear de la Dona.
- Consejería de Universidad, Innovación e Investigación, Junta de Andalucía (2022). *Estrategia de I+D+I de Andalucía (EIDIA), Horizonte 2027*. https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-10/EIDIA_Horizonte2027_1.pdf. Consejo Audiovisual de Andalucía (2020). *Plan Estratégico 2021/2023*. <https://bit.ly/47PkAJB>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2022). *Decisión 5/2022 sobre la protección de los menores frente a los contenidos pornográficos en internet*. <https://bit.ly/47s0vcM>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023). Jornadas “La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet”. <https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/2023/05/10/jornadas-la-indefension-de-los-menores-ante-la-pornografia-en-internet/>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023a). *Acuerdo de 15 de marzo de 2023 por el que se traslada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la relación de plataformas de intercambio de vídeos de pornografía establecidos en España que ofrecen contenidos con insuficientes sistemas de verificación de edad*. <https://bit.ly/40TFHbF>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023b). *Acuerdo de 11 de mayo de 2023 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación con los vídeos y otros recursos en los que se facilita información que permite a los menores acceder a contenidos pornográficos de diversas plataformas online*. <https://bit.ly/3MXvRjo>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023c). *Acuerdo de 19 de julio de 2023, en relación con el libre acceso de menores a contenidos inadecuados en plataformas de mensajería y otras redes como Telegram*. <https://bit.ly/49OG77e>

- Emakunde - Instituto Vasco de la Mujer (2022). *El porno es una escuela de violencia contra las mujeres*. <https://www.emakunde.euskadi.eus/25n-2023/webema01-contentemas/es/>
- European Commission (2020). *Strategic plan 2020-2024 – Research and Innovation*. https://commission.europa.eu/system/files/2020-11/rtd_sp_2020_2024_en.pdf
- Ley 1/2004, de 17 de septiembre, de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, 12, de 14 de enero de 2005. <https://bit.ly/49WRgmk>
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, 163, de 8 de julio de 2022. <https://bit.ly/49X4vDC>
- Ministerio de Justicia, Fiscalía General del Estado (2022). *Memoria de la Fiscalía General del Estado 2022*. Madrid https://www.fiscal.es/memorias/memoria2023/FISCALIA_SITE/recursos/pdf/MEMFIS23.pdf
- Save the Children España (2020). *(Des)Información Sexual. Pornografía y Adolescencia (2020)*. https://www.savethechildren.es/sites/default/files/2020-11/Informe_Desinformacion_sexual-Pornografia_y_adolescencia.pdf
- UNESCO (s. f.). *Hacia una recomendación de la UNESCO sobre la ciencia abierta*. https://en.unesco.org/sites/default/files/open_science_brochure_sp.pdf
- Secretaría General Técnica del Ministerio de Ciencia e Innovación. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2023). *Estrategia Nacional de Ciencia Abierta*. <https://www.ciencia.gob.es/Estrategias-y-Planes/Estrategias/ENCA.html>
- UNESCO (s. f.) *Recomendación de la UNESCO sobre la Ciencia Abierta (2021)*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379949_spa

TEMA CENTRAL

Cuadernos^{del}
Audiovisual
del Consejo Audiovisual de Andalucía

INFORME CAA

La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet. Aportaciones desde el Consejo Audiovisual de Andalucía

THE DEFENSELESSNESS OF MINORS BEING EXPOSED TO INTERNET PORNOGRAPHY.
CONTRIBUTIONS FROM THE AUDIOVISUAL COUNCIL OF ANDALUSIA

Área de Contenidos¹

Consejo Audiovisual de Andalucía
areadecontenidos.caa@juntadeandalucia.es

Resumen: El Consejo Audiovisual de Andalucía ha venido mostrando su preocupación por el fácil acceso de los menores a contenidos pornográficos y los efectos y riesgos que llevan asociados. En este sentido, se han llevado a cabo diversos informes, trabajos y reuniones con personas expertas de todos los ámbitos implicados. A continuación se ofrecen los informes *Videos que explican el libre acceso de menores a contenidos de OnlyFans y otras páginas pornográficas online* e *Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes*.

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

Abstract: The Audiovisual Council of Andalusia has expressed its concern about the easy access of minors to pornographic content and the associated effects and risks. In this regard, various reports, studies, and meetings with experts from all relevant fields have been conducted. Below are the reports *Videos explaining minors unrestricted access to content on OnlyFans and other online pornographic websites* and *Report on unrestricted access to adult content on messaging platforms and other networks*.

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

1. Ficha técnica de los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía:
 - Coordinación y supervisión: Felipe Rodríguez Fernández.
 - Estructura del trabajo, metodología y análisis: Marianella Castilla Trigo.
 - Revisión del manuscrito y edición: Nuria Rodríguez.
 - Los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía pasan por la Comisión de Contenidos y por el Pleno del CAA.



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Área de Contenidos (2024). La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet. Aportaciones desde el Consejo Audiovisual de Andalucía. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 25-48. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.14>

1. Introducción

Los documentos que aquí se presentan son fruto de la preocupación del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) por la protección de los menores en el entorno de Internet, y, en particular, por la posibilidad de acceso a materiales de carácter pornográfico, violento o de cualquier otro tipo que pudieran afectar negativamente al desarrollo de los menores.

El CAA es la autoridad audiovisual encargada del cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad en los medios de comunicación audiovisual, de conformidad con lo establecido en los artículos 1 y 2 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA. De acuerdo con las funciones establecidas en el artículo 4 le corresponde “salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias [...]”.

En el marco de estas competencias, el *Plan Estratégico 2021/2023 del Consejo Audiovisual de Andalucía* (2020) contempla, como uno de sus objetivos y actuaciones, la protección de las personas menores de edad frente a los contenidos audiovisuales, en general, y con respecto a estos contenidos emitidos a través de Internet, en particular.

La evitación de los riesgos a los que están expuestos los niños se fundamenta en el interés superior del menor, consagrado en el artículo 3 de la *Convención sobre los derechos del niño* de las Naciones Unidas (1989).

También queda recogido en los artículos 2 y 3 de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil, y de la Ley 4/2021, de 27 de julio, de Infancia y Adolescencia de Andalucía, respectivamente. Dispone el citado artículo 2:

Todo menor tiene derecho a que su interés superior sea valorado y considerado como primordial en todas las acciones y decisiones que le conciernan, tanto en el ámbito público como privado. En la aplicación de la presente ley y demás normas que le afecten, así como en las medidas concernientes a los menores que adopten las instituciones, públicas o privadas, los Tribunales, o los órganos legislativos primará el interés superior de los mismos sobre cualquier otro interés legítimo que pudiera concurrir.

La Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia dedica su capítulo VIII a las nuevas tecnologías y reconoce expresamente los riesgos derivados de un uso inadecuado que puedan generar fenómenos como el acceso y consumo de pornografía entre la población menor de edad.

A este respecto, cabe también hacer referencia a los acuerdos de la Comisión de los Mercados y la Competencia de 16 de junio de 2022 y 15 de septiembre de 2022 en relación con las denuncias contra plataformas de intercambio de vídeos por presunto incumplimiento de la obligación de establecer mecanismos de verificación de edad, en los que se hace referencia a la temprana edad de acceso a estas plataformas en pleno proceso de desarrollo de los menores y a las características de Internet en relación con

los riesgos a los que se ven sometidos los menores. En este sentido, se pone de manifiesto que las nuevas tecnologías y la proliferación de dispositivos de uso personal han permitido un grado de accesibilidad prácticamente inmediato a este tipo de contenidos por parte de los menores.

Otra de las características es que la oferta de pornografía es asequible, toda vez que se percibe como mayoritariamente gratuita, aunque es innegable la conexión que la pornografía tiene con la publicidad de servicios o artículos sexuales, de contenidos de pago. Otro importante aspecto que destaca es que parte de las prácticas sexuales que exhibe la pornografía en Internet muestra una relación sexual estereotipada. Asimismo, se incluyen prácticas de alto riesgo, como la práctica de sexo sin protección o con violencia física o verbal. Además, las consecuencias de un acceso y consumo masivo pueden influir de manera importante en la formación del carácter de los menores, cuya protección debe prevalecer. Según se constata, el acceso a la pornografía en Internet resulta realmente preocupante toda vez que más del 50% de los adolescentes españoles de entre 14 y 17 años suele ver regularmente pornografía en Internet (Ballester *et al.*, 2019), que la edad media de inicio en el consumo de pornografía son los 14 años entre los adolescentes hombres y los 16 años en el caso de las mujeres y que, más allá de esto, al menos uno de cada cuatro varones se ha iniciado antes de los 13 (Radio Televisión Española, 2019) y la edad más temprana de acceso se anticipa ya a los 8 años (Ballester *et al.*, 2019).

2. Informes del Consejo Audiovisual de Andalucía

En este contexto, desde el año 2021 el CAA ha llevado a cabo diversos informes, trabajos y reuniones con personas expertas de todos los ámbitos implicados (desde el policial y jurídico, al científico, universitario, familiar y educativo). Entre ellos, en enero del año 2021, se elaboró un informe técnico del Área de Contenidos del CAA sobre las medidas de verificación de edad de las páginas web españolas² que ofrecían contenidos pornográficos. Posteriormente, se adoptó la Decisión 5/2022, sobre la protección de menores frente a los contenidos pornográficos en Internet, en el que, entre otras consideraciones, el Consejo estimaba fundamental que se revisara el régimen normativo vigente en lo relativo al control y acceso a los contenidos de pornografía en Internet, y apremiaba a las autoridades competentes en la materia y a las plataformas de Internet que alojan este tipo de contenidos a que endurecieran los requisitos de acceso a páginas con contenidos pornográficos.

Con posterioridad a estas actuaciones, la nueva Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, estableció en su artículo 89.1:

2. Se han considerado españolas aquellas páginas electrónicas del informe elaborado por el Área de Contenidos del CAA de enero de 2021, en cuyo aviso legal consta como responsable de los contenidos una empresa establecida en España.

1. Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, para proteger a los menores y al público en general de los contenidos audiovisuales indicados en el artículo anterior, tomarán las siguientes medidas: [...] e) Establecer y operar sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores que, en todo caso, impidan el acceso de estos a los contenidos audiovisuales más nocivos, como la violencia gratuita o la pornografía.

Por ello, el CAA decidió actualizar en febrero de 2023 el informe técnico del Área de Contenidos realizado en enero de 2021, para comprobar si las páginas web españolas que ofrecían contenidos pornográficos habían tomado las medidas pertinentes de verificación de la edad de sus visitantes. Los resultados de esta pesquisa pueden resumirse en que, de 10 páginas en cuyo aviso legal consta como responsable una empresa radicada en España, 5 de ellas no habían dispuesto ningún sistema de verificación, mientras que en las otras 5 este consistía, meramente, en una ventana emergente que impedía la visualización de los contenidos hasta que el visitante declaraba ser mayor de edad con una simple pulsación de ratón. Esto motivó que el 15 de marzo de 2023 el CAA adoptara el Acuerdo por el que se traslada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la relación de plataformas de intercambio de vídeos de pornografía establecidos en España que ofrecen contenidos con insuficientes sistemas de verificación de edad.

No obstante el anterior acuerdo, el CAA siguió trabajando en esta cuestión, elaborando el Área de Contenidos el primero de los documentos que aquí se presentan, un informe técnico que comprobó la existencia de vídeos que dan a conocer la manera de acceder a contenidos para adultos que se ofrecen en plataformas como OnlyFans, y otras webs, plataformas y redes. El informe pone de manifiesto la facilidad con que cualquier persona, incluyendo a menores de edad con dispositivos no supervisados, puede acceder a dichos contenidos, lo que motivó un nuevo acuerdo de 11 de mayo de 2023 del Consejo que alertaba sobre la cuestión y la ponía en conocimiento de los órganos competentes y de las partes implicadas.

El segundo documento es también un informe técnico del CAA, elaborado con posterioridad al primero, en el que se pone de manifiesto que, a través de simples motores de búsquedas, es posible encontrar una gran cantidad de resultados que dirigen a grupos y canales de Telegram de contenido pornográfico explícito de casi todos los países del mundo y con temáticas de lo más variadas, entre ellas pornografía extrema (incluida la infantil) y violencia extrema. Como en las anteriores pesquisas, el Consejo decidió hacer públicas las conclusiones para seguir llamando la atención sobre este alarmante problema, para lo que adoptó un acuerdo el 19 de julio de 2023.

Dado que los dos informes técnicos que aquí se publican contenían indicios y detalles que podrían permitir a los menores que eventualmente los leyeron el acceso a los contenidos sobre los que se pretendía alertar, el CAA decidió resumirlos y suprimir dichas referencias, pero los informes originales, con la información íntegra, pueden ser facilitados bajo demanda a aquellos profesionales e investigadores que acreditaran su interés en los mismos.

Referencias

- Ballester Brage, L., Orte Socías, C., Pozo Gordaliza, R., & Nevot Caldentey, L. (2019). Nueva Pornografía y Cambios en las Relaciones Interpersonales de los Adolescentes y Jóvenes: Nuevos Retos Educativos. En F. J. Murillo & C. Martínez Garrido, *Actas del XIX Congreso Internacional de Investigación Educativa (Vol. I)* (pp. 500–507). Asociación Interuniversitaria de Investigación Pedagógica (AIDIPE). <https://bit.ly/3GjAwRP>
- Ballester Brage, L., Orte Socías, C., & Pozo Gordaliza, R. (Coords.). (2019). Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales de los adolescentes y jóvenes. En *Vulnerabilidad y resistencia: Experiencias investigadoras en comercio sexual y prostitución* (pp. 249–284). Universidad de las Islas Baleares. <https://bit.ly/49MQqZr>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2022a). *Acuerdo en relación con la denuncia contra la plataforma de intercambio de vídeos de pornografía Jacquie et Michel por el presunto incumplimiento de la obligación de establecer mecanismos de verificación de edad*. <https://bit.ly/3QWeW1K>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2022b). *Acuerdo en relación con la denuncia contra una plataforma de intercambio de vídeos de pornografía por el presunto incumplimiento de la obligación de establecer mecanismos de verificación de edad*. <https://bit.ly/46zyVJ7>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2020). *Plan Estratégico 2021/2023 para el Consejo Audiovisual de Andalucía*. <https://bit.ly/47PkAJB>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2022). *Decisión 5/2022 sobre la protección de los menores frente a los contenidos pornográficos en internet*. <https://bit.ly/47s0vcM>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023a). *Acuerdo de 11 de mayo de 2023 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación con los vídeos y otros recursos en los que se facilita información que permite a los menores acceder a contenidos pornográficos de diversas plataformas online*. <https://bit.ly/3MXvRj0>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023b). *Acuerdo de 15 de marzo de 2023 por el que se traslada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la relación de plataformas de intercambio de vídeos de pornografía establecidos en España que ofrecen contenidos con insuficientes sistemas de verificación de edad*. <https://bit.ly/40TFHbF>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023c). *Acuerdo de 19 de julio de 2023, en relación con el libre acceso de menores a contenidos inadecuados en plataformas de mensajería y otras redes como Telegram*. <https://bit.ly/49OG77e>
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023d). *Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes*.
- Consejo Audiovisual de Andalucía (2023e). *Videos que explican el libre acceso a contenidos de Onlyfans y otras páginas pornográficas online*. <https://bit.ly/3RmAhCO>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (1989). *Convención sobre los derechos del niño*. UNICEF Comité Español. <https://bit.ly/3MZhWCZ>
- Ley 1/2004, de 17 de septiembre, de Creación del Consejo Audiovisual de Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, 12, de 14 de enero de 2005. <https://bit.ly/49WRgmk>
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, 163, de 8 de julio de 2022. <https://bit.ly/49X4vDC>
- Ley 4/2021, de 27 de julio, de Infancia y Adolescencia de Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, 189, de 9 de agosto de 2021. <https://bit.ly/49Xj9uS>
- Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. *Boletín Oficial del Estado*, 15, de 17 de enero de 1996. <https://bit.ly/47Uufl>
- Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y adolescencia frente a la violencia. *Boletín Oficial del Estado*, 134, de 5 de junio de 2021. <https://bit.ly/40XoLRB>
- Radio Televisión Española (2019, 10 junio). La edad de acceso a la pornografía en España se adelanta a los ocho años y se generaliza a los 14. *RTVE.es*. <https://bit.ly/3Rcg5n6>

Vídeos que explican el libre acceso de menores a contenidos de OnlyFans y otras páginas pornográficas online

VIDEOS EXPLAINING MINORS UNRESTRICTED ACCESS TO CONTENT ON ONLYFANS AND OTHER ONLINE PORNOGRAPHIC WEBSITES

Área de Contenidos³
 Consejo Audiovisual de Andalucía
areadecontenidos.caa@juntadeandalucia.es

Resumen: La protección de los menores de edad frente a contenidos audiovisuales que les pudieran perjudicar ha llevado al Consejo Audiovisual de Andalucía a investigar sobre si los contenidos para adultos, ofrecidos por redes sociales como *OnlyFans* y otras páginas webs pornográficas, pueden ser fácilmente accesibles por menores. Para realizarlo se han analizado 35 vídeos, principalmente de *YouTube* y Facebook, publicados entre 2020 y 2023. En estos vídeos se ofrecen tutoriales sobre los modos y las aplicaciones a través de los que acceder libremente, sin controles ni filtros, a contenidos de carácter marcadamente sexual, vídeos y fotos a los que, en el caso de *OnlyFans*, plataforma que limita el acceso a los menores de 18 años, se accede mediante pago y suscripción. El informe pone de manifiesto la facilidad con la que se puede acceder a dichos contenidos, también por menores de edad con dispositivos no supervisados. En las jornadas celebradas por el Consejo sobre la indefensión de los menores ante la pornografía en Internet se destacó la normalización entre nuestros jóvenes de ciertos comportamientos, lenguaje y hábitos, muestra de un entorno hipersexualizado en el que los jóvenes perciben cómo su cuerpo puede ser una fuente de ingresos sin esfuerzo.

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

Abstract: The protection of minors against audiovisual content that could harm them has led the Audiovisual Council of Andalusia to investigate whether adult content offered by social networks such as OnlyFans and other pornographic websites can be easily accessible to minors. To carry out this investigation, 35 videos were analyzed, mainly from YouTube and Facebook, published between 2020 and 2023. These videos provide tutorials on methods and applications to freely access, without controls or filters, sexually explicit content, videos, and photos. In the case of OnlyFans, a platform that restricts access to individuals under 18 years old, entry is granted through payment and subscription. The report highlights the ease with which such content can be accessed, even by minors using unsupervised devices. In the sessions held by the Council on the vulnerability of minors to pornography on the Internet, it was emphasized that certain behaviors, language, and habits are becoming normalized among our youth. This normalization is indicative of a hypersexualized environment where young people perceive their bodies as a source of income without much effort.

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

3. Ficha técnica de los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía:
 - Coordinación y supervisión: Felipe Rodríguez Fernández.
 - Estructura del trabajo, metodología y análisis: Marianella Castilla Trigo.
 - Revisión del manuscrito y edición: Nuria Rodríguez.
 - Los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía pasan por la Comisión de Contenidos y por el Pleno del CAA.

1. Introducción. El punto de partida

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), siguiendo su tarea de proteger a los menores ante los contenidos audiovisuales que les perjudiquen y en su preocupación sobre la indefensión de los chavales ante la pornografía en Internet, publica el Informe sobre *Vídeos que explican el libre acceso a contenidos de Onlyfans y otras páginas pornográficas online*. Este informe se realiza con el objeto de comprobar la existencia en Internet de vídeos que explican la manera de acceder a contenidos para adultos que se ofrecen en redes sociales como OnlyFans y otras páginas webs pornográficas.

Para realizar este estudio se han analizado 35 vídeos, en su mayoría dirigidos a mostrar cómo ver material audiovisual para adultos. Las búsquedas relacionadas con este asunto en YouTube han dado como resultado una serie de vídeos en los que puede confirmarse que, en efecto, estos ofrecen información sobre los modos y las aplicaciones a través de los que acceder libremente, sin controles ni filtros, a contenidos para adultos y de carácter marcadamente sexual, que alberga la red social OnlyFans. Las comprobaciones realizadas permiten afirmar que las soluciones que ofrecen los tutoriales localizados de algunos *youtubers* sobre cómo ver contenido de OnlyFans, tienen el objetivo de explicar la manera en la que los vídeos y fotos que existen en la propia aplicación (a OnlyFans se accede mediante pago y suscripción) puedan verse de otro modo, en otras aplicaciones o webs, de manera libre y gratuita.

OnlyFans es una red social de origen británico, usada para difundir y consumir contenidos exclusivos y a la carta, de naturaleza variada, desde deportivos, de emprendimiento, de alimentación o artísticos, hasta otros de naturaleza sexual. Estos últimos son los que han tenido un enorme auge y podría decirse que, en la actualidad, son un tipo de contenido abundante en esta red social. Además, conviven en la plataforma dos tipos de usuarios: los fans y los creadores. Ambos están presentes en una dinámica que permite que se elaboren y consuman contenidos exclusivos, con la peculiaridad de que el creador puede adaptar solicitudes de determinados usuarios, con lo que se crea también una especie de contenidos a la carta, por cuyos consumos se paga. A diferencia de la generalidad de redes sociales, a las que puede accederse desde los 13 años, OnlyFans (2021) es una plataforma que limita el acceso a los menores de 18 años, y así se indica en su política de términos y condiciones.

Según la opinión de varios expertos que participaron en las jornadas organizadas por el Cuaderno Audiovisual de Andalucía (2023a) abordando la indefensión de los menores ante la pornografía en Internet, OnlyFans es una red social permitida y legitimada en parte, por el contexto social en el que viven nuestros jóvenes hoy. Un entorno hipersexualizado que normaliza ciertos comportamientos, usos del lenguaje y hábitos que incitan a que, particularmente las chicas, encuentren en este tipo de plataformas una nueva vía de generar ingresos rápidos y fáciles, usando la explotación de su cuerpo.

2. Metodología

Las búsquedas de vídeos se han realizado principalmente en YouTube y Facebook. Para localizar estos contenidos se han usado buscadores, tanto de Google, como de las propias webs de YouTube y Facebook. El material localizado se publicó entre 2020 y 2023. Los resultados también han proporcionado algunas páginas webs que ofrecen similares soluciones. Así, se ha optado por incluir algunas páginas webs en este informe a pesar de que, no tratándose de material audiovisual, son relevantes para el objeto del mismo, dado que se trata de material escrito que remite a material audiovisual, de manera que, siguiendo la información que se difunde a través de estas webs, bien a través de artículos informativos, bien a través de tutoriales, o foros, se accede al mismo tipo de contenidos al que conducen los vídeos localizados, es decir, a material audiovisual de contenido sexual y pornográfico, no apto para menores, sin que medie ningún tipo de sistema de verificación de edad. Puede constatarse que las búsquedas han ofrecido mucha información que se alberga en páginas webs aparentemente inofensivas, aunque con variadas soluciones escritas en este sentido: cómo llegar a ver, sin pagos previos, ni suscripciones y, por tanto, de manera ilimitada sin clasificación de edad, contenido para adultos, ya sea en OnlyFans o en otras plataformas.

3. Webs, redes y otras plataformas a tener en cuenta

Los vídeos localizados ofrecen soluciones y tutoriales con el objetivo de que el contenido para adultos que alberga la red social OnlyFans sea desbloqueado. Pero no solo; con las comprobaciones posteriores se ha podido observar que resulta posible y fácil en Internet dar con este tipo de contenido por muy protegido que esté en la red social de origen. Pero no solo abunda de OnlyFans, sino que, siguiendo las pistas que dan los vídeos, se accede a una cantidad ingente de material pornográfico *online*, cuyo acceso no se impide a menores.

CumTube y Pornhub son otras de las webs más visitadas. Hay vídeos que señalan estas aplicaciones para ver contenido para adultos. Su objetivo es la descarga de vídeos de contenido erótico y pornográfico. Pornhub, además de *app* de descarga, es también un sitio web de pornografía en Internet con sede en Montreal, Canadá. En junio de 2020 Pornhub era el décimo sitio web con más tráfico del mundo.

Por otra parte, Dirtyship, Famousinternetgirl, Nsfw247.to y Prothots, son plataformas de contenido pornográfico, donde se localizan, entre otros, los contenidos de las creadoras de OnlyFans que hayan sido filtrados. A ellas se accede sin ningún tipo de advertencia sobre verificación de edad.

Algunas de estas plataformas ofrecen una sección en la que se pueden leer los nombres de las personas cuyo contenido puede localizarse.

En adición añadimos Reddit, una red social compuesta por una colección masiva de foros, donde la gente, previamente registrada, puede compartir noticias y contenido, además de comentar las publicaciones de otras personas. Para ver contenido o leer comentarios no sería necesario contar con un registro, aunque algunas comunidades en

Reddit pueden exigir ser mayores de edad o registrarse previamente para ver su contenido. Algunas webs especializadas llaman a Reddit el foro más importante del mundo (Fernández, 2019). Es una de las plataformas más aludidas en los vídeos para encontrar contenido de OnlyFans y para adultos sin otra restricción que asegurar que se es mayor de edad. Los registros y maneras de acceder a estos contenidos se logran siguiendo las pautas indicadas en los vídeos. Tanto a través del móvil, como en el ordenador, puede accederse. Se requeriría saber el nombre de quien se busca, por ejemplo, actrices de OnlyFans, lo cual no es difícil de conocer. De hecho, las personas buscan concretamente vídeos de creadores o creadoras –parece haber vídeos mayoritariamente protagonizados por mujeres– muy concretos. No está todo lo que existe en OnlyFans, solo aquello que se ha filtrado desde la plataforma.

YouTube siempre ha tenido un conjunto de normas de la comunidad que describen qué tipo de contenido no está permitido en su plataforma. Estas políticas se aplican a todo tipo de contenido en la plataforma, incluidos vídeos, comentarios, enlaces y miniaturas. Las normas de la comunidad son una parte clave del conjunto más amplio de políticas y se actualizan periódicamente en consulta con expertos externos y creadores de YouTube para seguir el ritmo de los desafíos emergentes.

Se aplican estas normas de la comunidad mediante una combinación de revisores humanos y aprendizaje automático, y se aplican a todos por igual, independientemente del tema o los antecedentes, el punto de vista político, la posición o la afiliación del creador. Las políticas tienen como objetivo hacer de YouTube una comunidad más segura y, al mismo tiempo, dar a los creadores la libertad de compartir una amplia gama de experiencias y perspectivas. Así lo exponen en la propia plataforma.

En relación con la desnudez y contenido sexual, YouTube indica que el contenido explícito que pretenda provocar placer sexual no está permitido y que su publicación puede provocar que se retire el contenido en cuestión o que se cancele el canal. Además, indica que los vídeos con contenido fetichista se retirarán o se les aplicará una restricción de edad y que, en la mayoría de los casos, no se permiten imágenes de fetichismo violento, explícito o humillante. YouTube invita a denunciar el contenido que infrinja esta política ofreciendo el enlace donde realizar la denuncia y consultar las instrucciones para ello. Además, YouTube (2022) informa de que el contenido sexualmente explícito con menores y el contenido que explote sexualmente a menores no está permitido y de que reportan los contenidos que contienen imágenes de abuso sexual infantil al Centro Nacional para Niños Desaparecidos y Explotados, que trabaja con agencias policiales globales.

Por último, parece oportuno señalar que, para la realización de este informe, también se han buscado los materiales objeto del estudio a través de motores simples de búsqueda de Google, de manera que ello ha arrojado numerosos resultados. Sin que sea el objetivo de este trabajo listarlos todos exhaustivamente, sí es significativo indicar que desde esos artículos escritos localizados en webs, muchas de ellas especializadas en asuntos digitales, o desde espacios dedicados a informaciones periodísticas del tipo diario, se ha logrado obtener una información similar a la de los vídeos y, en ocasiones, más completa, dada la posibilidad de contar el artículo escrito con una mayor extensión.

Se resalta esta circunstancia porque, aun tratándose de material escrito que se alberga en webs generales, es una información que remite a contenido audiovisual pornográfico, no apto para menores, y al que se accede sin ningún tipo de restricción o, como mucho, mediante un sistema de clic en la afirmación de que se es mayor de edad, por lo que el contenido localizado en estas webs está al mismo nivel que el que se localiza en los vídeos.

Resulta significativo que, si bien, muchas de estas páginas y artículos pretenden dar a conocer una realidad que puede ser preocupante para las grandes empresas tecnológicas, como puede ser el hecho de que las aplicaciones o redes como OnlyFans ya no sean tan seguras, en estos mismos artículos se ofrece la pista y solución para saber a través de qué aplicaciones o espacios poder acceder a ese contenido, que, además, si está publicado es porque se han vulnerado las reglas de funcionamiento de las propias redes o porque hay quienes las filtran y publican en otros lugares, con intereses comerciales, también.

Uno de los aspectos que llama la atención que destacan tanto los vídeos localizados, como los múltiples artículos escritos que se localizan sencillamente en Internet, es la facilidad con la que, a través de la *app* de mensajería privada Telegram, se accede a multitud de grupos que vehiculan material pornográfico, bien de OnlyFans, que es un gran reclamo para el sistema de mensajería privada, bien de cualquier otra plataforma.

Localizar estos grupos parece fácil desde la propia *app*, como desde el ordenador. Cualquiera puede hacer la comprobación para localizar grupos o acceder a ellos desde el ordenador. Se explica en estos artículos que para entrar a esos grupos, si son privados, se ha de recibir una invitación ya que son confidenciales, mientras que los grupos públicos sí están controlados.

Un menor con móvil que pueda instalar o tenga instalado Telegram podría acceder a todo este contenido y, si sus ajustes lo tuvieran bloqueado, ya hay modo de saber cómo se desbloquea a través de los tutoriales encontrados vía vídeo, vía web.

La información también la hemos encontrado en algunas direcciones web con contenido de texto informativo que muestran lo que se explica y que, además, han proporcionado un conocimiento mayor sobre cómo ver contenido de OnlyFans en otros lugares fuera de esta plataforma, cómo localizar grupos de Telegram, –“los mejores”– con este tipo de contenido, que Reddit deja ver libremente para adultos o qué plataformas ofrecen este mismo tipo de contenidos, no necesariamente de OnlyFans. Ofrecen información concreta, por ejemplo, que Coomer es una base de datos pública de OnlyFans. En esta página está el contenido de pago de muchos creadores de contenido de la popular red social para adultos. Las personas encargadas de filtrar el contenido en esta web son los propios usuarios que pueden subir las fotos y vídeos de cuentas de OnlyFans a Coomer de forma anónima para que cualquiera pueda verlos de forma gratuita.

En lo referente a Twitter, fuentes consultadas indican que se le conoce como “el oasis del porno más allá de OnlyFans”, de manera que, a pesar de que la red social ha estrechado el cerco sobre las noticias falsas y contenido violento, no ha hecho lo mismo con las fotos y vídeos porno. No es descabellado decir, por lo tanto, que Twitter se ha convertido en uno de los últimos refugios del contenido XXX. Del mismo modo aluden

a Telegram, que, como se ha apuntado, es el otro oasis. Existe un control en los canales públicos, en los que el contenido pornográfico, terrorista o la violación de la propiedad intelectual será motivo de bloqueo. Sin embargo, los canales privados son confidenciales y cifrados. Eso significa que nadie puede verlos. Por eso, solamente se puede acceder a ellos a través de un enlace o de una invitación del administrador (Redondo, 2021).

A fecha de cierre de este cuadernillo se ha comprobado que YouTube ha retirado el 43% de los vídeos denunciados en la selección que ha servido como base de este informe.

Referencias

Consejo Audiovisual de Andalucía (2023a). *Jornadas: La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet*. <https://bit.ly/3TdFiz9>

Consejo Audiovisual de Andalucía (2023b). *Vídeos que explican el libre acceso a contenidos de Onlyfans y otras páginas pornográficas online*. <https://bit.ly/3RmAHC0>

Fernández, Y. (2019). *21 subreddits que los editores de Xataka consideran imprescindibles*. Xataka. <https://bit.ly/40OENx9>

Onlyfans (2021). *Términos de servicio*. <https://bit.ly/3uxJ38g>

Redondo, M. (2021). Los canales de Telegram, la nueva alternativa a OnlyFans: 'Todo el dinero que gano es mío, sin comisiones'. *Hipertextual*. <https://bit.ly/40T6PY7>

YouTube. *Normas y políticas*. <https://bit.ly/47L7mxx>

YouTube (2022). *Política sobre desnudos y contenido sexual*. <https://bit.ly/3sObYEq>

Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes

REPORT ON FREE ACCESS TO ADULT CONTENT ON MESSAGING PLATFORMS AND OTHER NETWORKS

Área de Contenidos⁴
Consejo Audiovisual de Andalucía
areadecontenidos.caa@juntadeandalucia.es

Resumen: En la línea del informe anterior, el Consejo Audiovisual de Andalucía aborda un nuevo trabajo de análisis de contenidos fácilmente accesible por menores en Internet y que pudieran resultar perjudiciales para ellos. Para la selección de los contenidos se han usado palabras y expresiones clave en los principales buscadores de Internet y en los de las propias plataformas y redes sociales: Telegram, WhatsApp, Facebook, TikTok, Instagram y también otras páginas webs a las que han conducido los hilos encontrados. En el transcurso de este trabajo ha sido posible suscribirse a 59 canales y grupos de Telegram, a tres de WhatsApp, a una plataforma de mensajería con contenido delictivo y acceder a contenido pornográfico y violento en Facebook, y, en menor medida, en Instagram y TikTok. La investigación realizada pone de manifiesto que, a través de simples motores de búsqueda, es posible encontrar una gran cantidad de resultados que dirigen a grupos y canales de Telegram y, en menor medida, de otras redes, de contenido pornográfico explícito, sin que operen mecanismos de verificación de edad, además de otro contenido inadecuado, como gore y violencia extrema, maltrato animal, suicidio y acceso a drogas y sustancias ilegales.

Palabras clave: Internet; infancia; menores; pornografía; redes sociales; violencia.

Abstract: In line with the previous report, the Audiovisual Council of Andalusia undertakes a new analysis of content easily accessible to minors on the Internet that could be harmful to them. To select the content, key words and expressions have been used in major internet search engines and those of the platforms and social networks themselves: Telegram, WhatsApp, Facebook, TikTok, Instagram, and also other websites to which the threads found have led. In the course of this work, it has been possible to subscribe to 59 Telegram channels and groups, three on WhatsApp, a messaging platform with criminal content, and access pornographic and violent content on Facebook, and to a lesser extent, on Instagram and TikTok. The research conducted reveals that, through simple search engines, it is possible to find a large number of results leading to Telegram groups and channels, and to a lesser extent, to other networks, with explicit pornographic content, without age verification mechanisms in operation, in addition to other inappropriate content such as gore and extreme violence, animal abuse, suicide, and access to drugs and illegal substances.

Keywords: Internet; childhood; minors; pornography; social networks; violence.

4. Ficha técnica de los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía:
 - Coordinación y supervisión: Felipe Rodríguez Fernández.
 - Estructura del trabajo, metodología y análisis: Marianella Castilla Trigo.
 - Revisión del manuscrito y edición: Nuria Rodríguez.
 - Los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía pasan por la Comisión de Contenidos y por el Pleno del CAA.

1. Presentación

Este informe se realiza al objeto de profundizar en la línea de trabajo relacionada con la protección de menores, emprendida por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), sobre la comprobación y denuncia de la existencia de contenidos inadecuados, nocivos o de riesgo para los menores de edad, y que son fácilmente accesibles para estas audiencias en Internet.

En el marco, pues, de estas actuaciones sobre la protección de los menores respecto a la pornografía en línea –y otros contenidos audiovisuales inadecuados– en Internet, el Área de Contenidos del CAA ha elaborado varios informes en los que ha podido constatar la existencia de estos contenidos en diferentes sitios webs, sin que operen mecanismos de limitación de edad para acceder a ellos, en una presunta violación de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual o de la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia, entre otras.

Uno de esos últimos trabajos constató y denunció la existencia de vídeos que daban a conocer la manera de acceder a contenidos para adultos que se ofrecían en plataformas como OnlyFans, y otras webs, plataformas y redes, una práctica que se había apuntado en el contexto de los trabajos, jornadas y reuniones que este organismo ha mantenido con instituciones, expertos y agentes implicados en la línea de trabajo descrita.

El último informe aludido abrió una nueva vía de investigación, pues en él, Telegram se revelaba como una de las plataformas de mensajería instantánea en la que más fácilmente es accesible la pornografía, un contenido que puede potencialmente llegar a los menores con acceso a un dispositivo móvil y, por tanto, a la aplicación.

Este informe recoge los resultados de las investigaciones realizadas para comprobar si tales extremos son ciertos y estos vienen a corroborar tal realidad. Y tal realidad resulta difícil de calificar a la luz de los contenidos a los que se ha podido acceder sin ningún tipo de limitación.

Un menor con un dispositivo móvil puede acceder, a través de Telegram –minoritariamente a través de WhatsApp, pero también aquí– a un tipo de contenido del todo inadecuado para estas audiencias y de dudosa legalidad en general, sin limitación alguna. Asimismo, la investigación ha llevado a localizar material inadecuado en WhatsApp y Facebook. También en una cuenta de Instagram.

No han podido comprobarse todos los hilos y pistas que han ido arrojando estos trabajos, dada la necesaria limitación de la investigación y realización de este trabajo en espacio y tiempo, pero, por lo observado, podría llegarse a presumir que el material inadecuado al que se ha accedido en Telegram, pornográfico y gore, parece ilimitado. También, que hay un contenido inadecuado que, aunque menos visible y abundante, sigue siendo accesible para menores en Instagram, YouTube y otras plataformas y redes sociales menos conocidas.

2. Metodología

El universo del informe lo conforman principalmente los contenidos localizados en las plataformas de mensajería Telegram y WhatsApp, en la plataforma de intercambio de vídeos YouTube, y también en Facebook, TikTok e Instagram.

Del mismo modo, se ha analizado material audiovisual alojado en otras páginas webs a las que han conducido las pistas e hilos que arrojaron los principales resultados.

Este informe ha considerado el material audiovisual presente en estas plataformas y sitios webs al haber encontrado en ellos contenidos prohibidos e inadecuados para su visualización por parte de menores de edad y que son accesibles sin limitación alguna.

El trabajo de búsqueda de contenidos se ha llevado a cabo entre los días 9 y el 23 de junio de 2023. La selección de los contenidos analizados en el presente informe se ha realizado a partir de la introducción de palabras y expresiones clave en los buscadores de internet, el empleo de diferentes palabras y expresiones clave en los buscadores concretos de las plataformas y redes sociales analizadas, y las sugerencias presentadas por las propias plataformas desde los resultados de las búsquedas.

3. Contenidos localizados

Las búsquedas realizadas han permitido localizar, como se ha dicho, en Telegram fundamentalmente, pero también en WhatsApp y Facebook, así como en otras plataformas que funcionan también como redes de mensajería o foros, los contenidos audiovisuales que se describen a continuación.

Pornografía de todo tipo y variedad. La cantidad de terminología referida a los distintos tipos de contenido pornográfico que se ofrece como reclamo para el acceso a estos grupos o canales en Telegram y WhatsApp es variadísima y abundante. En WhatsApp solo hay, de momento, grupos; la funcionalidad de canales acaba de anunciarse, pero aún no en España.

Algunas modalidades, tanto de pornografía como de otro tipo de contenido inadecuado, se escriben con una grafía que pretende codificar las palabras textuales pues se refieren a prácticas prohibidas, términos tabús o descripciones de material que no es legal o se juega con esa idea. Es decir, palabras textuales que, bien pretendan codificarse para evitar que este tipo de contenido sea detectado y evitar así su bloqueo y censura por las plataformas, bien para potenciar la motivación y curiosidad de las personas, de manera que ello haga que pinchen estos *links* y generen tráfico a estas páginas, grupos y canales que, a veces, no ofrecen el contenido que anuncian como reclamo.

En el transcurso de esta investigación se ha accedido –sin impedimento respecto a restricción de edad alguno, salvo la simple advertencia y no en todos–, en las aplicaciones, plataformas, redes y webs indicadas, al siguiente contenido: pornografía de todo tipo y variedad, gore y violencia extrema, maltrato animal, suicidio y acceso a drogas y sustancias ilegales.

4. Acceso a los grupos y canales

En el transcurso de la realización de este trabajo, estos servicios técnicos han podido suscribirse a 59 canales y grupos de Telegram, a tres de WhatsApp, a una plataforma de mensajería con contenido delictivo (sin dificultad) y acceder a contenido pornográfico y violento en Facebook, y, en menor medida, en Instagram y TikTok.

Se ha podido comprobar, también, que el enlace al grupo de Facebook con este tipo de contenido puede hacerse sin necesidad de tener perfil en esta red, ya que este ha sido indexado y accesible desde los resultados que ha arrojado una de las búsquedas realizadas en Google.

Para ver los contenidos de estos grupos y canales en las aplicaciones de mensajería, se han seguido los consejos de los abundantes tutoriales que existen en Internet (muchos son sitios especializados en tecnología), tanto contenido escrito en páginas webs y artículos, como a través de vídeos de YouTube.

Para poder suscribirnos a estos canales, solo ha sido necesario tener un móvil y seguir los pasos de los tutoriales para desbloquear el contenido sensible en Telegram. Para WhatsApp no ha sido necesario. No obstante, las búsquedas e intentos de suscribirnos a grupos de esta plataforma han sido en su mayoría infructuosos. Resulta más difícil y son menos numerosas las opciones encontradas en las búsquedas. También ha habido muchos grupos anunciados cuyos enlaces de invitación estaban rotos o expirados.

4.1. Pornografía

4.1.1. Telegram

La mayor parte del material analizado en Telegram es pornográfico y proviene de canales, algunos de ellos tienen millones de suscriptores. También hay grupos con miles de miembros. Al contenido de un canal se puede acceder sin invitación y sin unirse (pero ello no impide ver el contenido) y a un grupo hay que acceder mediante enlace de invitación. Todos los solicitados han sido aceptados. Los canales y grupos comprobados en este trabajo son en su mayoría públicos.

El contenido pornográfico que se vehicula en estos grupos y canales es ilimitado, variado e incesante. Los envíos son constantes. Los mismos canales dan otras claves y enlaces a otros grupos con el mismo contenido y conducen también a otros enlaces donde se ofrecen *packs* de pago.

4.1.2. TikTok

Se vehicula material procedente de OnlyFans, del cine porno, de vídeos caseros, se filtran de TikTok, en suma, de muchas páginas y plataformas, robados o subidos por usuarios. Se sospecha que hay menores en esas imágenes.

Se encuentra una variedad abundante de material pornográfico de facilísimo acceso. Ahí mismo se aportan enlaces y se dan condiciones si se quiere ver más. Se publicitan

packs y usuarias. Se juega con reclamos del tipo “Vídeos eróticos de violaciones”, que conducen a un contenido de *dating* con chicas, bajo ese reclamo. Se juega con la idea y el tabú del incesto y algunos vídeos se anuncian bajo ese título.

Hay grupos de BDSM (una sigla que combina las letras iniciales de las palabras *Bondage*, Disciplina, Dominación, Sumisión, Sadismo y Masoquismo) y un grupo que presenta pornografía que –simulada o no– escenifica sexo con provocación de daño y dolor.

Se ha localizado un grupo de TikTok que vehicula muchos vídeos pornográficos de orígenes diversos y también de desnudos de chicas procedentes de cuentas filtradas de TikTok. Se juega con este reclamo y algunas de las personas que aparecen tienen aspecto de menores. Se sospecha, pues, que contenido de desnudos y escenas sexuales, sabiéndolo buscar, estaría visible en la red social de vídeos TikTok.

4.1.3. Omegle

Se ha conocido que Omegle es una plataforma para chatear y en la que se sospecha que existen menores ofreciendo vídeos de escenas sexuales y eróticas. Muchas de estas se filtran en sitios pornográficos de Internet, y Telegram no ha sido menos. A pesar de que en muchos canales se indica que no se admite porno de menores, sí aceptan Omegle y se solicita y pide por usuarios en muchos grupos. Se presume que se pide porque en ellos aparecen menores teniendo sexo con alguien o en solitario. Hay grupos (no canales) con este nombre, al que, para acceder a contenido hay que enviar vídeos, de manera que así los administradores prueban la fiabilidad de quien entra. No ha logrado encontrarse este tipo de material de una manera abundante, porque la mayoría se ofrece mediante accesos privados y packs de pagos. Los administradores y usuarios se protegen aquí.

4.1.4. Facebook

Siguiendo los enlaces que se facilitan en un grupo de Facebook se accede a material pornográfico y zoofílico, sin más, sin ningún tipo de restricción. La red social alberga esos enlaces junto con otros de violencia extrema, crímenes y matanzas, de manera que a veces los vídeos pueden verse en el propio sitio de Facebook, y, otras, conduce a otras plataformas en las que estos se alojan, pero son perfectamente accesibles. En algunos residenciados en Facebook se ha colocado una advertencia acerca de la existencia de contenido sensible sobre una imagen borrosa, que se desbloquea a golpe de clic.

4.1.5. WhatsApp

En WhatsApp no se ha encontrado material pornográfico.

4.2. Gore. El mundo de los horrores

Otro tipo de contenido localizado es el perteneciente al género gore o que se califica como tal. Los grupos y canales que, en Telegram y WhatsApp (dos), contienen este tipo de material es el que se ha descrito anteriormente, es decir, contenido desprovisto de cualquier tipo de humanidad y que presenta imágenes en las que se inflige al ser humano –y a animales en algunos casos– daños y torturas de todo y variado tipo, y que violan los más básicos derechos humanos.

El contenido gore se encuentra de forma abundante en la Deep Web o Internet profunda. La Deep Web es aquella que, de manera paralela al Internet que conocemos y en el que navegamos de manera cotidiana (Clear Internet) ofrece contenidos delictivos y posibilidades para todo tipo de ciberdelincuencia y actuación criminal y a la que los usuarios solo pueden acceder a través de navegadores especializados. Se trata de una parte oscura en la que campa contenido ilegal y fruto de la comisión de crímenes y a la que a la policía le resulta difícil rastrear, si no es mediante agentes infiltrados, gracias al anonimato que brinda esta parte oscura para navegar. A pesar de que Internet está plagado de explicaciones sobre el nocivo y horripilante contenido que hay en la Deep Web, esta también favorece que los activistas de países con regímenes dictatoriales denuncien a través de ella la violación de derechos humanos sin temor a ser rastreados, amenazados y asesinados. Sostienen los foros especializados en la Deep Web que esta, además de permitir crímenes consistentes en contratación de sicarios, *hackers* informáticos, filtraciones de datos personales y tarjetas bancarias o venta de armas y sustancias ilegales, posibilita asimismo acceder a gran cantidad de vídeos e imágenes de pornografía, incluida la infantil, así como de horrores perpetrados contra seres humanos y animales o contenido extremo, incluido el terrorista.

Señalan otros expertos que el Código Penal en España tipifica como delitos la mera observación de material pornográfico infantil o material yihadista (Radio Televisión Española, 2017). Salvo el último, que se sepa –se desconoce el origen de vídeos de ejecuciones y otras barbaridades que hay en los aludidos canales de Telegram o WhatsApp–, el material localizado en estos grupos, canales, plataformas, redes y otras páginas webs, tienen este tipo de contenido descrito como el que también se halla en la Deep Web.

En Telegram encontramos desde torturas a personas, robos, violentas imágenes de todo tipo, a canales que, según otras fuentes consultadas, han sido copiados de la mismísima Deep Web como algunos que contienen maltrato animal, asesinato a capricho o maltrato de bebés. Estos tres existen como canales, pero no ha podido capturarse contenido durante los días en los que se ha desarrollado esta investigación. Parecían no estar operativos.

YouTube contiene vídeos en los que se ofrece un contenido en ocasiones pixelado, en otras no, que se dice procedente de la Deep Web. Se han encontrado, asimismo, varios vídeos que han conducido sin mayor problema a la localización de grupos de naturaleza gore y extremadamente violenta.

También esos vídeos han dado información sobre la existencia de webs de contenido gore, a través de las que se puede entrar a ver una cantidad, de nuevo ilimitada, de

imágenes en las que la realidad parece superar a cualquier película de terror. Algunas de esas páginas han sido cerradas o censuradas. No obstante, al buscarlas, aparecen otras como alternativas.

Los vídeos citados también nos han conducido a contenidos audiovisuales que, simplificada, llamaremos gore, en páginas webs. En todas ellas el acceso es libre. Algunas advierten que el contenido que se va a ver es para mayores de 18, pero, de nuevo, el control se supera con un clic. Se encuentra también en ellas pornografía extrema y alguna ofrece contenidos bajo la categoría de violación.

4.2.1. *Venta de drogas*

Se han localizado dos canales en Telegram destinados a este contenido. Se presume que abundan.

4.2.2. *Hardcrush o estripar pequeños animales*

Un tipo de contenido que es difícil de encontrar en canales públicos de Telegram es el que ofrece imágenes de maltrato animal. Pero este es un reclamo que aparece en vídeos sobre los contenidos más duros de la Deep Web, así que Telegram también tiene sus grupos con nombres que hacen referencia a la sádica práctica de aplastar animales con los pies, un tipo de contenido también fetichista. No se ha accedido a material directo, pero sí a grupos que intercambian enlaces y dirigen a *packs* y a maneras de obtener ese material. En estos grupos se ofrecen, a modo de reclamo, capturas de pantalla con una compilación de vídeos de este tipo. Es suficiente para ver con claridad qué tipo de imágenes nos esperan tras ellos.

4.2.3. *El horror en Facebook*

Sorprendentemente –Facebook censura pornografía y contenidos violentos– se ha podido llegar sin dificultad a este tipo de contenidos que vienen describiéndose en la red social Facebook. La comprobación ha podido hacerse solo en un grupo, pues sus resultados aparecieron al final de esta investigación, aunque se presume que pueda haber más material de este tipo y que no será tan difícil dar con él, aunque no esté tan a la vista, rastreando las pistas y enlaces que los grupos, tanto públicos como privados de la red, amparan. Cualquier persona con curiosidad, menor o no, puede llegar a ellos. En este grupo, público, y a cuyo contenido se ha podido acceder sin necesidad de tener una cuenta en Facebook, se ocultan vídeos a cual más extremo y violento, desde intervenciones en cuerpos, hasta violencia carcelaria, pasando por lapidaciones y otras ejecuciones a través de técnicas diversas.

4.2.4. *Tortura de cárteles*

En el aludido grupo de Facebook se encuentra un fotograma que deja ver a dos hombres sentados, amordazados y maniatados, en una escena que permite pensar que van a ser

torturados. En los comentarios que acompañan a la fotografía, alguien pregunta quién tiene el vídeo al que pertenece la imagen.

Estos servicios técnicos pudieron descubrir que el vídeo, cuyo título se omite y que en algunas plataformas aparecía escrito con palabras codificadas, es de extrema crueldad. Corre por Internet la leyenda sobre las censuras y bloqueos que pesaron sobre él, de manera que fue retirado de la red, ya que, al parecer, se viralizó. Ello incrementó la demanda y curiosidad sobre estas imágenes y su historia, y YouTube o TikTok tienen *hashtags* que lo identifican. Ello ha llevado a que en estas plataformas de vídeos se siga hablando de él, exhibiendo el aludido fotograma, como uno de los vídeos más violentos de todo Internet. De esas plataformas, este tipo de contenido se censura, es decir, no pueden ofrecer esos vídeos. No obstante, ha sido siguiendo las pistas que se dan en ellos como se ha llegado a su localización. Otras pistas también se encontraron en Twitter, donde se enlaza todo su contenido, que, finalmente alojan webs de contenido violento y gore.

La historia de este vídeo se encuentra en un blog de narcos, el cual explica que muestra un acto horripilante donde sicarios del Mayo Zambada, narcotraficante mexicano que junto con el Chapo Guzmán y el Azul lideran el cártel de Sinaloa, le sacaron el corazón a un sujeto y a otro lo decapitaron. Se trataba de padre e hijo, ambos pertenecientes al grupo delictivo Guardia Guerrerense y fueron asesinados de manera atroz.

4.2.5. Suicidio

El suicidio y las autolesiones son un tipo de contenido cuya apología está prohibida y no debe encontrarse en Internet. Las búsquedas para hallar grupos de este tipo en las plataformas de mensajería aludidas suelen ser infructuosas y, en su lugar, abundan las páginas de recursos de ayuda y apoyo a las personas en riesgo de suicidio. No obstante, en esta investigación se ha localizado un grupo de esos en WhatsApp. A su enlace de invitación se ha accedido desde contenido de Facebook que se ha podido localizar desde una búsqueda de Google. El grupo contaba en las fechas de realización de este informe con 71 participantes, se presume que todos son muy jóvenes. Hay personas que cuentan estar ingresadas en centros, después de haber tenido tentativas o que padecen depresión y quieren saber cómo intentarlo. Hay conversaciones en las que se pregunta cómo alguien puede cortarse las venas de una manera eficaz, así como fotos de brazos con autolesiones y cortes.

5. Las razones detrás del libre mercado de contenidos en Telegram

Las fuentes consultadas para buscar una explicación que permita entender las razones por las que existe en la plataforma un mercado libre de contenidos, de dudosa legalidad, coinciden en sostener que Telegram se ha convertido en un centro para los ciberdelincuentes que buscan comprar, vender y compartir datos robados y herramientas de piratería, entre los delitos que más frecuentemente se cometen en la red, que ha visto cómo se traslada a ella la criminalidad de la Deep Web, la zona oscura de Internet,

donde abunda el ciberdelito amparado en el anonimato que proveen los servidores para entrar en ella (Diaconía España; Biurrum, 2021; Campus de ciberseguridad, 2022; Murphy, 2021).

Hay características de Telegram que han favorecido esa migración de la delincuencia a esta plataforma, de origen ruso, creada en 2013.

Así lo vino a demostrar una investigación publicada en septiembre de 2021 en *Financial Times*, realizada por la firma de inteligencia cibernética Cyberint. Publicación e investigación explican que la aplicación de mensajería emerge como una alternativa a la web oscura. La investigación encontró una red creciente de piratas informáticos que compartían filtraciones de datos en la popular plataforma, a veces en canales con decenas de miles de suscriptores, atraídos por su facilidad de uso y moderación. En muchos casos, dice esta firma, el contenido se parece al de los mercados que se encuentran en la web oscura, un grupo de sitios webs ocultos que son populares entre los piratas informáticos y a los que se accede mediante un *software* anónimo específico. Ha habido un aumento de más del cien por cien en el uso de Telegram por parte de los ciberdelincuentes, y ello, entre otras razones, porque la mensajería encriptada es cada vez más popular entre los actores de amenazas que realizan actividades fraudulentas y venden datos robados. Telegram tiene más de 500 millones de usuarios activos y superó las mil millones de descargas en agosto de 2021.

Telegram permite a los usuarios transmitir mensajes a sus seguidores a través de canales o grupos y estos, a su vez, pueden ser públicos o privados. A ellos se puede acceder fácilmente. A los públicos mediante búsqueda y acceso libre, sin más límite, a los privados mediante enlace de invitación. Los grupos admiten hasta 200 000 miembros, los canales pueden tener suscriptores ilimitados. También pueden enviarse y recibirse grandes archivos de datos, incluidos archivos de texto y *zip*, directamente a través de la aplicación.

Otros foros explican que esta es un tipo de plataforma que lo permite todo en aras de la libertad de expresión. Se trata de una aplicación clonada de WhatsApp, pero con una enorme capacidad ilimitada de almacenamiento y con capas extra de seguridad.

Además, al contrario de lo que pasa en otras aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, en Telegram no es imprescindible que la cuenta vaya enlazada a un número de teléfono. De esta forma, las redes de trata de blanca, por ejemplo, según denuncia la plataforma #DesactivaLaTrata pueden buscar y meter a personas en grupos privados donde se comparten vídeos y fotos pornográficas, únicamente utilizando su nombre.

Los criminales ya no necesitan ir a la Deep Web, porque pueden encontrar más público en Telegram. Ya se encuentran mercados ilegales de compra y venta de documentos robados o falsos, sicarios, drogas, etc. Telegram solo censura pedopornografía o terrorismo extremo. Mientras Facebook, Instagram, Google y YouTube, vetan el contenido pornográfico –aunque se ha encontrado material en estas plataformas– y casi todas las redes sociales lo hacen. Telegram no.

Otro factor fundamental son las políticas de moderación de Telegram, más relajadas que en otras plataformas. Es una crítica que la compañía viene recibiendo desde sus inicios. El último de los motivos para esta creciente tendencia está en la facilidad de

acceso. Navegar en la Internet profunda requiere conocimientos tecnológicos y el uso de herramientas específicas como el navegador TOR, capaz de hacer anónima la actividad. Pero usar Telegram no tiene ninguna complicación y cualquiera puede encontrar rápidamente lo que busca.

5.1. ¿Telegram no bloquea contenidos ilegales?

Según explica la propia plataforma, todos los chats y grupos de Telegram son territorio privado de sus respectivos participantes y no procesa solicitudes relacionadas a ellos. Pero los sets de *stickers*, canales y bots en Telegram están disponibles públicamente. Si se localizan y se cree que son ilegales, la plataforma facilita una dirección para denunciarlos.

5.2. ¿Telegram procesa solicitudes de terceros para quitar contenidos?

Telegram indica que su misión es entregar un medio de comunicación seguro en todo el planeta. Procesa solicitudes legítimas para quitar contenido público ilegal (sets de *stickers*, bots y canales). Por ejemplo, sets de *stickers* que violan los derechos de propiedad intelectual o bots de pornografía. Los sets de *stickers* subidos por los usuarios, canales y los bots hechos por terceros, no son parte del núcleo de la UI de Telegram. Tampoco procesa denuncias que se relacionan con restricciones locales de libertad de expresión. Por ejemplo, si criticar a un gobierno es ilegal en un país, Telegram no formará parte de esa censura con motivaciones políticas. Esto va contra sus principios de funcionamiento (Miller, 2015). Telegram aclara que, si bien bloquea bots y canales terroristas (por ejemplo, los relacionados a ISIS), no lo hace con aquellos que expresan pacíficamente opiniones alternativas.

La web ADSLZone ahonda un poco más y explica estos extremos. Indica que Telegram no va a bloquear un canal por incumplir las reglas determinadas por ese canal, aunque es posible que el creador o administrador de un grupo sí decida bloquear a las personas que no las respeten, pero esto será específico del canal y no de Telegram. Más allá de las reglas propias de cada uno, hay reglas generales que cualquier canal debe cumplir en la aplicación sobre temas que no se permiten, ya sea un administrador o un creador:

- Pornografía o distribución de cualquier tipo de contenido relacionado.
- Descargas ilegales a través de canales especializados.
- Canales terroristas y bots relacionados. Telegram ha conseguido bloquear miles de bots y canales del ISIS en los últimos meses gracias a usuarios que los reportan al descubrirlos en la *app*.
- Por violar derechos de propiedad intelectual. Por ejemplo, piratear libros y compartirlos por la aplicación, enviar películas, etc.

Un canal puede denunciarse desde la propia aplicación. Para ello hay que abrir el canal, tocar en los tres puntos de la esquina superior derecha, marcar la opción “reportar”,

elegir entre las opciones y causas (Spam, Violencia, Abuso infantil, Pornografía, Otros), y confirmar. Automáticamente se enviará un reporte (García, 2023).

5.3. ¿Hay censura en WhatsApp?

No. Consultado al respecto el medio *Maldita.es*, que realizó una investigación ante los rumores sobre estas actuaciones por parte de WhatsApp contra comentarios contrarios al Gobierno, cuando la *app* empezó a limitar los reenvíos de información, esta concluyó que ello se debió a que WhatsApp puso en marcha a nivel mundial una limitación para el envío de todos los mensajes que eran reenviados más de 5 veces. Se trataba de una medida para restringir la viralización de posible desinformación, sobre todo en el contexto de emergencia del coronavirus. Sin embargo, esto no quiere decir que haya un control sobre los contenidos a los que WhatsApp limita su difusión, ya que según la propia compañía, los mensajes en su plataforma están cifrados. Es decir, ni la compañía ni nadie que no sean el emisor y el receptor del mensaje saben qué contenido se está reenviando. (Maldita.es, 2020).

5.4. ¿Qué política de contenidos tiene Facebook?

La consulta en la propia red nos lleva a leer sus *Normas comunitarias* (Meta), que se aplican a personas de todo el mundo y a todos los tipos de contenido. Cada sección de las *Normas comunitarias de Facebook* (Meta, s. f.) empieza con unas bases de la política –seguridad, menores, discurso de odio, etc.– que establecen el objetivo de esta.

Puede encontrarse contenido que no está permitido; contenido que no está permitido sin información o contexto adicional para la aplicación de la política, el contenido que está permitido pero incluye una pantalla de advertencia y el contenido que está permitido pero solo pueden ver los mayores de 18 años.

5.4.1. Contenido sexual

El contenido restringido de Facebook se encuentra en su normas comunitarias, pero puede avanzarse que no permite la exhibición de desnudos o actividad sexual. Además, de forma predeterminada, se eliminan imágenes de carácter sexual para evitar que se comparta contenido no consentido o de menores. Las restricciones sobre la exhibición de actividad sexual también se aplican al contenido creado de manera digital, a menos que se publique con fines educativos, humorísticos o satíricos.

5.4.2. Bases de la política de seguridad y suicidio

Si bien la plataforma, que dice trabajar con expertos para ayudar a evitar estas conductas, no permite que las personas ensalcen o promuevan el suicidio y las autolecciones (ya sea de forma deliberada o no), sí permite que se debata sobre estos temas,

ya que ello favorece que Facebook sea un espacio en el que la gente pueda compartir sus experiencias, sensibilizar sobre estos problemas y buscar apoyo mutuo.

5.4.3. Violencia

Con el objetivo de proteger a los usuarios frente a las imágenes perturbadoras, se elimina el contenido que resulta especialmente violento o gráfico, como los vídeos en los que se muestran desmembramientos, entrañas visibles o cuerpos calcinados. También el contenido que incluye comentarios sádicos acerca de imágenes en las que se aprecia sufrimiento de personas o animales. En el contexto de las conversaciones sobre temas importantes (por ejemplo, sobre conflictos armados, acciones terroristas o violaciones de los derechos humanos) se permite el contenido gráfico (con ciertas limitaciones) para fomentar la condena de estos hechos y sensibilizar sobre ellos. Se añade una etiqueta de advertencia a ciertas imágenes gráficas o violentas que avisa a las personas antes de que hagan clic para ver el contenido. Asimismo, se restringe la capacidad de los usuarios menores de 18 años de ver este tipo de contenido, señala Facebook.

Las *Normas comunitarias de Facebook* (Meta, s. f.) se agrupan en secciones, cada una de las cuales engloba políticas de contenidos:

- Conducta delictiva y violencia: violencia e incitación; personas y organizaciones peligrosas; organización de actos dañinos y fomento de actividades delictivas; bienes y servicios restringidos; y fraude y engaño.
- Seguridad: suicidio y autolesiones; explotación sexual, abuso y desnudos de menores; explotación sexual de adultos; *bullying* y acoso; trata de personas; e infracciones de privacidad.
- Contenido inaceptable: lenguaje que incita al odio; contenido gráfico y violento; desnudos y actividad sexual de adultos; y servicios sexuales.
- Integridad de las cuentas y autenticidad de la identidad: integridad de las cuentas y autenticidad de la identidad; *spam*; ciberseguridad; comportamiento inauténtico; información errónea; y cuentas conmemorativas.
- Respeto a la propiedad intelectual: propiedad intelectual.
- Solicitudes y decisiones relacionadas con el contenido: solicitudes de los usuarios; y medidas adicionales para protección de menores.

Referencias

Biurrun, A. (2021). ¿Se está convirtiendo Telegram en la nueva Internet Profunda?. *La Razón*. <https://bit.ly/3upJUaR>

Campus de ciberseguridad (2022, 15 marzo). *Dark Web: ¿Qué pasa con Telegram?* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/40OGVF3>

Consejo Audiovisual de Andalucía (2023). *Informe sobre el libre acceso a contenido adulto en plataformas de mensajería y otras redes*.

Diaconía España (s. f.). #DESACTIVALATRATA. *El lado oscuro de Telegram*. <https://bit.ly/46ujddN>

- García, R. (2023). Por qué te pueden bloquear un canal en Telegram. *ADSLZone*. <https://bit.ly/47scRI3>
- Maldita.es (2020). No hay nadie controlando, revisando o censurando el contenido de tus mensajes de WhatsApp. *Maldita.es*. <https://bit.ly/49OTZHE>
- Meta (s. f.). *Normas comunitarias de Facebook*. <https://bit.ly/3Rdrp1h>
- Miller, C. (2015). 'Russia's Mark Zuckerberg' takes on the Kremlin, comes to New York. *Mashable.com*. <https://bit.ly/3Rcy4ts>
- Murphy, H. (2021). Telegram emerges as new dark web for cyber criminals. *Financial Times*. <https://on.ft.com/3RbhmuI>
- Radio Televisión Española (2017). Canal 24 horas. Cámara abierta 2.0. #DeepWeb - ¿Qué se mueve debajo de la red? [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/47rQWuo>
- Telegram.org (s. f.). FAQ. Hay contenido ilegal en Telegram. ¿Cómo puedo quitarlo de ahí? <https://bit.ly/40ZCTtG>
- Telegram.org. (s. f.) FAQ. ¡Espera! 0_o ¿Procesan solicitudes de terceros para quitar contenidos? <https://bit.ly/40ZCTtG>



Reflexiones en torno al impacto de la pornografía en la sexualidad de los chicos y las chicas adolescentes

REFLECTIONS ON THE IMPACT OF PORNOGRAPHY ON THE SEXUALITY OF ADOLESCENT BOYS AND GIRLS

Carmen Moreno

Universidad de Sevilla (España)
mcmoreno@us.es  0000-0002-1660-7072

Eva Leal-López

Universidad de Sevilla (España)
ellopez@us.es  0000-0001-7773-1723

Inmaculada Sánchez-Queija

Universidad de Sevilla (España)
queija@us.es  0000-0002-4688-4206

Recibido: 01-11-2023 | Aceptado: 01-12-2023

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo principal mostrar por qué la pornografía no es una herramienta de educación sexual y, en segundo lugar, ofrecer líneas de actuación en el ámbito psicoeducativo, tanto en el contexto familiar como escolar. Para ello, el texto se organiza en torno a nueve puntos que tienen que ver con la sexualidad y, en particular, con la sexualidad en la adolescencia. En cada uno de esos puntos se destaca, en primer lugar, una idea que tiene que ver con un contenido de la sexualidad saludable, la que contribuye al bienestar de la persona. En segundo lugar, se analizará cómo es tratado ese contenido en la pornografía. Y, en tercer lugar, se hará una reflexión acerca de la repercusión que puede tener ese tratamiento pornográfico del tema sobre la sexualidad de los y las adolescentes. Por último, lo anterior dará pie a subrayar que es urgente contar con el apoyo institucional necesario para que, tanto desde el contexto familiar como desde el escolar, se aborde este asunto, introduciendo en el segundo caso los contenidos de la educación sexual dentro del currículum escolar.

Palabras clave: adolescentes; pornografía; sexualidad.

Abstract: The main objective of this work is to show how pornography is not a tool for sexual education and, secondly, to offer lines of action in the psychoeducational field, both in the family and school context. To this end, the text is organized around nine key points related to sexuality and, in particular, sexuality in adolescence. Each point presents information on three relevant aspects. First of all, an idea stands out that has to do with the content of healthy sexuality, which contributes to the well-being of the person. Secondly, how this content is treated in pornography will be analyzed. And, thirdly, a reflection will be made about the impact that this pornographic treatment of the topic may have on the sexuality of adolescents. Finally, the above will give rise to emphasizing that it is urgent to have the necessary institutional support so that, both from the family and school contexts, this issue is addressed, introducing in the second case the contents of sexual education into the school curriculum.

Keywords: adolescents; pornography; sexuality.



Cómo citar:

Moreno, C., Leal-López, E., & Sánchez-Queija, I. (2024). Reflexiones en torno al impacto de la pornografía en la sexualidad de los chicos y las chicas adolescentes. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 49-72. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.9>

1. Introducción

Si quienes estamos ya en la adultez avanzada recordáramos cómo aprendimos nuestras primeras nociones sobre sexualidad, seguramente identificaremos como principales fuentes de información a nuestros iguales y a documentos escritos (diccionarios, revistas, libros, etc.). Entonces era casi impensable que una persona adulta (docente o de la familia) se detuviera a entrar en ese terreno que era casi (y sin casi) tabú. Desgraciadamente, en esto último han cambiado poco las cosas, ya que sigue siendo excepcional que una persona adulta hable abiertamente de contenidos sobre sexualidad con un chico o una chica adolescente. Sin embargo, los cambios han sido muy significativos en lo que respecta a los otros recursos con los que cuentan nuestros chicos y chicas para informarse sobre sexualidad. Son nativos digitales e Internet está presente en sus vidas constantemente. Sin duda, es una fuente de recursos informativos muy valiosa, pero no deja de tener también algunos problemas y peligros importantes, y el acceso a la pornografía a edades tempranas lo es sin lugar a duda.

Es así como abordamos en este artículo un tema que suscita una enorme preocupación, no solo entre quienes educan o trabajan con adolescentes, sino que, por las implicaciones que tiene o podría tener, algunas de las cuales iremos comentando en estas páginas, se trata de un asunto con fuerte impacto en toda la sociedad.

Quizá venga bien, en primer lugar, delimitar la magnitud del problema. Así, recientemente se están escuchando noticias muy alarmantes acerca del acceso a la pornografía de nuestros menores. En tales noticias se llega a decir que “los niños acceden a la pornografía con 8 años”. Si lo que queremos es que las familias y quienes desempeñan funciones educativas estén preparados para evitar el acceso de los y las menores a la pornografía o abordar sus efectos, no hay necesidad de exagerar los datos. Es verdad que las cifras sobre prevalencia de uso de la pornografía en la adolescencia nos muestran cada vez porcentajes más altos y que la edad de inicio en su uso se ha ido adelantando, pero no puede darse a entender que esto ocurre a los 8 años. A esa edad puede suceder que, de manera errática, algunos niños o niñas hayan accedido a contenidos pornográficos, pero eso ocurre de manera excepcional y ocasional (aunque, ciertamente, es algo posible, especialmente cuando permitimos que manejen móviles u ordenadores con acceso a Internet sin supervisión adulta). Sin necesidad de exagerar los datos o hacer de la excepcionalidad norma, el acceso a pornografía de nuestros menores es un tema que debe preocuparnos y que debe ser abordado.

Volviendo al tema central de este artículo, se advierte que tiene entre sus palabras: “adolescencia”, “sexualidad” y “pornografía”. Son términos centrales en torno a los cuales pivota todo el trabajo. Por tanto, se dedican a continuación unas líneas a definirlos.

Dar una definición de adolescencia no es fácil. Tradicionalmente se ha definido como la etapa de transición que transcurre entre la infancia y la adultez, que se inicia cuando se producen los cambios fisiológicos visibles propios de la pubertad que conducen a la madurez sexual, en torno a los 11-12 años. Pero no es fácil decidir cuándo termina, por lo que con frecuencia se adopta la mayoría de edad legal como el momento en el que finaliza la adolescencia. Sin embargo, las condiciones de vida actuales conllevan que las actitudes y comportamientos adolescentes puedan perdurar hasta bien entrada la tercera década

de la vida. Lo que sí sabemos es que, por definición, desde que comienza a estudiarse en los albores del siglo xx, la adolescencia se define como un constructo biopsicosocial (Hall, 1904): biológico porque su inicio lo marcan los cambios puberales que acabamos de mencionar y porque su duración estará marcada por los neurológicos que mencionaremos más adelante; psicológico, entre otras cuestiones, porque es el momento en el que las personas comienzan a buscar y definir su identidad, quiénes son y qué lugar ocupan y/o quieren ocupar en el mundo; y social porque está muy influenciado por el contexto sociohistórico que se vive. Todos estos aspectos influyen en la sexualidad adolescente y pueden estar haciéndolo en el consumo del porno. En este sentido, Oliva (2003) destacaba el papel que tienen las transformaciones sociales acaecidas desde las últimas décadas del siglo xx (y añadimos las autoras, en estas dos primeras décadas del XXI) en los retos a los que deben hacer frente las nuevas generaciones de adolescentes. Entre estas transformaciones sociales destacaba la rapidez con que se producen y el amplio abanico de posibilidades que la sociedad actual abre a la adolescencia para definir su identidad. Una amplitud que, lejos de facilitar el logro de una identidad definida, la complejiza y dificulta. El chico o la chica adolescente debe posicionarse ante un espectro de estilos de vida, valores y opciones sociales mayores de los que tuvieron sus antecesores. La rapidez de estas transformaciones deriva en perplejidad entre las personas adultas que les rodean, que tuvieron una transición a la adultez más cercana a lo tradicional. Por tanto, estos adultos no siempre tienen las herramientas y conocimientos para ayudar a sus adolescentes en la exploración y selección de opciones que la actual sociedad oferta y ante la que no siempre se sienten competentes. Entre estos cambios, es fácil incluir las diferentes opciones de identidad de género, de orientación sexual y de sexualidad en general de las que tienen conocimiento las chicas y los chicos adolescentes a través de las pantallas y a golpe de *click*. Y es que, la influencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías es uno de los aspectos sociohistóricos que también destacaba Oliva (2003). En este sentido, y relacionándolo con el tema que nos ocupa, la chica o el chico adolescente que está viviendo un aumento del deseo sexual producto de los cambios puberales tiene, en su escritorio a través del ordenador o en sus manos en el teléfono móvil, una ventana abierta a un mundo de posibilidades: *Tiktokers, instagrams, reels, etc.*, que describen, publicitan, o sencillamente transmiten las distintas opciones disponibles. Así, por ejemplo, no es difícil que, por ejemplo, vídeos cortos con contenido sexual puedan llegar al móvil o a la pantalla de las y los adolescentes a través de mensajería instantánea o de sus perfiles de redes sociales. Mensajería y redes sociales que tienen, en sus términos y condiciones de uso, que no pueden ser utilizados por menores de 13 o 16 años (edad ejemplo que corresponde a Instagram y WhatsApp, respectivamente), pero que son usadas a edades más tempranas con el beneplácito de las familias. De hecho, en un amplio estudio con una muestra de 41 509 adolescentes llevado a cabo por UNICEF se mostró que el 97,7% de chicos y chicas escolarizados entre 1º y 2º de ESO reconoce tener, al menos, una red social y el 99% una aplicación de mensajería instantánea (Andrade *et al.*, 2021).

Y, si chicos y chicas son sexualmente maduros ya en la pubertad, ¿por qué se considera problemático que accedan a pornografía? La respuesta a esta pregunta se desarrollará a lo largo de estas páginas, en este momento se continúan analizando las características de la adolescencia.

Así, lo que a menudo ha hecho presentar a la adolescencia como etapa tormentosa, problemática en esencia y de crisis es el hecho de que durante este periodo se debe hacer frente a un conjunto de transformaciones muy importantes (téngase en cuenta que es la etapa vital con más cambios y que se producen en menor espacio de tiempo tras la primera infancia). Algunas de estas transformaciones se comentan a continuación.

Por un lado, debe asimilar los cambios físicos que conducen a un cuerpo adulto sexuado, y también a la aparición o intensificación del deseo sexual. Ambos asuntos obligan al chico y a la chica adolescente a reestructurar su imagen corporal condicionada por esta nueva apariencia física y a modificar su forma de mostrarse y relacionarse con los demás, también con sus objetos de deseo sexual.

En segundo lugar, los cambios en las competencias cognitivas, entre ellas la capacidad de planificación y de pensamiento abstracto o de autocontrol, aumentan de forma considerable entre los 10-12 y los 16 años, aproximadamente, siendo un momento de desarrollo tan radical y rápido que no deja fuera algunos problemas. Entre ellos, la dificultad en la toma de decisiones para discernir y, por tanto, actuar en consecuencia, sobre lo realmente importante de una situación y los detalles accesorios (Brainerd & Reyna, 2015), por ejemplo, decisiones sobre si continuar o no viendo las imágenes a las que ha accedido o si buscar más imágenes/vídeos de ese tipo o no. Para más complejidad, los cambios no finalizan a los 16 años, con la adquisición de las capacidades cognitivas adultas, sino que continuarán hasta bien entrada la tercera década de la vida (los veintitantos) con consecuencias que serán descritas más adelante.

En la adolescencia también aparecen importantes cambios en las relaciones con los otros y con él/ella mismo/a como sujeto que va adquiriendo apariencia adulta y que experimenta deseos sexuales. Se está haciendo referencia a transformaciones que tienen lugar en la relación con sus madres/padres, con sus docentes en el instituto y con el grupo de iguales, donde se inician las relaciones de pareja y la posibilidad de comenzar una relación sexual (Manning *et al.*, 2006). En este último sentido, los datos del estudio HBSC en España 2018 (Moreno *et al.*, 2020a) informan de que el 19,4% y 29,7% de las y los adolescentes de 15-16 y 17-18 años, respectivamente, tienen pareja en la actualidad.

Sin embargo, después de enunciar todo este conjunto de transformaciones, es muy importante dejar claro que, a pesar de todo, el estereotipo, muy extendido en nuestra cultura, de la adolescencia como etapa necesariamente conflictiva y de crisis no se corresponde con la realidad. Fundamentalmente porque el adolescente no tiene que hacer frente de una vez a todos esos cambios, sino que se va centrando de forma sucesiva en unos pocos de ellos (Coleman & Hendry, 2003). Así, por ejemplo, en los inicios de la adolescencia suele estar más preocupado por las transformaciones físicas que está experimentando su cuerpo que por su futuro profesional o sus relaciones con una pareja sexual, justo lo inverso de lo que sucede hacia el final de la etapa.

Por su parte, la sexualidad, segundo concepto central en este trabajo, hace referencia a un conjunto de atributos que están en la esencia de nuestra condición humana y que mediatizan nuestro desempeño como personas a largo de todo el ciclo vital. Como tal, se trata de una realidad compleja en la que confluyen componentes de naturaleza

muy diversa: lo estrictamente biológico, lo cultural y, naturalmente, lo personal. Dentro de esto último, la sexualidad humana está, a su vez, impregnada de aspectos bien diferentes. Por un lado, está el de los *conocimientos*, es decir, la información que cada cual tiene acerca de lo que es la sexualidad y lo que significa para las personas, de cómo se manifiesta, de la responsabilidad que conlleva sus diferentes manifestaciones o de cómo evitar sus riesgos, entre otras cuestiones. Por otro, el de las *conductas* (la masturbación, las diferentes prácticas sexuales, la opción de la castidad, el uso de métodos anticonceptivos y preventivos de infecciones de transmisión sexual, etc.). Otro aspecto implicado es el de los *valores y las actitudes* que se tiene sobre cada una de esas manifestaciones y, finalmente, la propia *historia* de la persona (lo que se ha ido aprendiendo acerca de la expresión de afectos y comunicación íntimos, sobre uno/a mismo/a, sobre cómo afrontar las relaciones de afecto –con seguridad, evitación o con ansiedad–, el modelo de relación de pareja que se ha visto en los progenitores, la definición de los roles de género dentro de casa, etc.).

Precisamente por esta complejidad que la caracteriza, por los diferentes factores que entran en juego, por ser algo que condiciona y, a su vez, está influido por el resto de nuestros atributos y circunstancias, y por ser algo que está presente en todas las etapas del ciclo vital (incluidas la infancia y la senectud), no es fácil dar una definición simple de ella. Está claro que es algo inherente al ser humano, especialmente dentro de la relación de pareja donde ocupa una función más allá del placer, implicando la cercanía y la transmisión de afectos. También la sexualidad está presente en infinidad de manifestaciones culturales, como la publicidad, donde se usa como reclamo para productos de muy diversa índole. E, igualmente, aunque se trata de una actividad gratificante en sí misma también puede dar lugar a problemas y conducir a consecuencias que hipoteca, con mayor o menor gravedad, el futuro de las personas.

Dicho todo lo anterior, queda claro que la sexualidad es mucho más que las conductas y, por supuesto, que las conductas coitales. Como aproximación a su definición, puede decirse que la sexualidad hace referencia al conjunto de conocimientos, actitudes, afectos, fantasías y conductas con las que la persona trata de buscar placer. Así, tanto el deseo, la atracción y el enamoramiento, como el sentirse hombre o mujer u otra identidad, el pensar y actuar conforme a esos roles de género –o no–, entre otros aspectos, son expresiones de nuestra sexualidad.

Lo que se va a tratar de desarrollar en estas páginas son las posibles implicaciones sobre la sexualidad de los y las adolescentes de lo que, según la Real Academia Española (RAE), es la pornografía: la presentación abierta y cruda del sexo que busca producir excitación (Real Academia Española, s. f., definición 1).

2. Sexualidad saludable – Pornografía – Impacto en la sexualidad adolescente

A continuación se presentan nueve argumentos de sexualidad saludable y en cada uno de ellos se destacará, en primer lugar, cómo es abordado ese contenido desde la pornografía y, en segundo lugar, su impacto previsible sobre la sexualidad adolescente. Sobre

este último asunto, es importante destacar que no existe investigación explícitamente diseñada y con los ingredientes de calidad necesarios para responder a las preguntas que se irán planteando, pero sí se dispone de evidencia indirecta que puede ayudar a presentar hipótesis bien fundamentadas sobre esos efectos.

2.1. El papel de la comunicación, el lenguaje, la expresión de afectos y de emociones en la sexualidad humana

La evolución de nuestra especie nos ha ido dotando a los humanos de una serie de características que cumplen un papel muy importante en nuestra sexualidad. Como ocurre con la historia, donde el pasado nos ayuda a entender el presente, de igual manera nuestro pasado como especie nos ayuda a entender por qué somos como somos hoy.

Hagamos un breve viaje de la mano de la paleontología y la psicología evolucionista de unos 4-5 millones de años atrás, cuando, quizá forzados por los cambios climáticos, algunos homínidos abandonaron los árboles y se hicieron bípedos. Este paso fue crucial porque, en efecto, la postura erecta, la bipedestación, ha tenido consecuencias decisivas para nuestra especie (Palacios, 2006).

El paso de ser cuadrúpedos a bípedos provocó que se liberaran los brazos y las manos para defenderse y atacar, para trabajar, portar a las crías, comunicarse, también para acariciar, abrazar y para la relación sexual íntima.

En paralelo, esa mano prensil que había sido tan útil para asirse a las ramas, moverse por los árboles, coger objetos, etc., tuvo una evolución que fue decisiva en este proceso de hominización: el paso de la garra a las uñas planas con yemas sensibles en los dedos convirtió a la mano en un instrumento fundamental para la caricia y la ternura.

Que en este proceso de hominización los brazos, además las manos y la piel se desnudaran de pelos, nos convirtió en sujetos especialmente dotados para el tacto (un sentido primigenio en la evolución) y el contacto corporal. Como señala López (2008), nuestra piel desnuda es un radar de unos dos metros cuadrados, sensible al dolor y al placer, sensaciones que nuestras neuronas comunican a determinados sistemas reflejos (como la excitación sexual) y al cerebro. Somos, así, una especie para el contacto corporal; lo necesitamos, nos consuela, nos enternece, nos estremece y, en el caso de la relación sexual, nos excita.

Otro logro importante tiene que ver con la disminución de la mandíbula y de los dientes. El uso de útiles y herramientas para conseguir alimentos y la defensa hizo que disminuyera la utilización de las mandíbulas y los colmillos para esos fines, lo que originó que fueran perdiendo funcionalidad y tamaño. Esto provocó, al mismo tiempo, una reducción del tamaño de los músculos necesarios para mover las mandíbulas, con lo que el cráneo tuvo más espacio para crecer y, de paso, también aumentó el cerebro y las facultades mentales que servirían para mejorar la cultura (entre ellas, el lenguaje humano, con un impacto tremendo y evidente en la comunicación e interacción humanas, la capacidad para fabricar y usar útiles y herramientas, la memoria, la capacidad de metacognición, etc.). Pero la diversificación y movilidad de la musculatura del rostro permitió, además, que la cara ganara en expresividad y se convirtiera en un

instrumento clave para algo tan humano como es la expresión de emociones, un ingrediente esencial en los encuentros sexuales humanos.

En definitiva, la postura erecta, la frontalidad, la relación cara a cara, la liberación de los brazos, la mayor precisión y sensibilidad de las manos, la desnudez de la piel, el gran desarrollo del cerebro, la versatilidad de la conducta, el lenguaje, la memoria, la expresividad de la cara, están entre los cambios que nos hacen más humanos y que convierten a nuestra sexualidad en algo tan complejo como comentamos al inicio.

Somos así el resultado privilegiado de una larga evolución como especie en la que nos hemos revelado, en esencia, como seres emocionales y comunicativos.

Sin embargo, y volviendo al eje de este trabajo, todo este componente comunicativo, afectivo y de expresión de emociones está completamente ausente en la pornografía. En lo que atañe al lenguaje, no hay apenas diálogos y, en lo que concierne a los afectos y emociones, están excluidos del guion.

Según Rodríguez Suárez (2020), esto contribuye a generar mucha confusión en las ideas que los chicos y las chicas adolescentes van construyendo sobre lo que es la sexualidad. Así, confunden sexualidad con genitalidad (para ellos, sexualidad es “follar”), órganos sexuales con órganos genitales, relaciones sexuales con coito, disfrutar sexualmente con tener orgasmos, y placer y comunicación con rendimiento y productividad genital. Es decir, se empobrece lo que como especie hemos ido aprendiendo y que nos permite disfrutar de más sensaciones, más versátiles, ricas y placenteras. Sobre alguno de estos equívocos, se volverá más adelante.

2.2. El placer sexual es independiente de la apariencia física

La riqueza de recursos que acaba de comentarse de la que ha ido dotándonos nuestra evolución como especie hace de nuestra sexualidad un valioso patrimonio que está presente a lo largo de todo nuestro ciclo vital (con características y manifestaciones diferentes según el momento evolutivo) y en todo tipo de personas.

Sin embargo, también aquí la pornografía nos traslada una imagen distorsionada y empobrecida de la sexualidad humana. Los cuerpos tanto masculinos como femeninos que nos muestra encajan con los prototipos de belleza de cada sexo en grado superlativo; son cuerpos muy vistosos y, en el caso de las mujeres, si bien son cuerpos delgados, suelen tener grandes pechos, el pubis rasurado, etc. En lo que atañe a los varones, además de cuerpos musculosos y bien definidos, están dotados de penes grandes y con llamativas erecciones.

Esta persistencia de belleza estereotipada que se exhibe en la pornografía contribuye a que muchos chicos y chicas adolescentes terminen asociando sexualidad con tener cuerpos perfectos, con erecciones enormes y duraderas, con cuerpos y genitales sin rastro de vello y con realizar complejas posturas en la relación coital. Se trata de expectativas que son muy difíciles de cumplir, lo que puede generar mucha inseguridad y debilitamiento de la autoestima. En el caso de las chicas, se trata de requisitos que se añaden a la exigencia de belleza que ya reciben como mandato de género, lo que está llevando a que un número demasiado grande de ellas se esté operando los pechos

a edades muy tempranas, incluso antes de los 18 años, o que los problemas de autoestima corporal en chicas sean relativamente frecuentes. En cualquier caso, muchos y muchas adolescentes se debaten con el convencimiento interior de que no van a poder emular a esos modelos y, en consecuencia, van a tener una sexualidad “de tercera”, mucho menos satisfactoria y placentera. Algo a todas luces erróneo.

2.3. En la sexualidad humana también debe haber cierta dosis de control y reflexión

Efectivamente, con independencia de la urgencia del deseo, en los encuentros sexuales se ponen en marcha un número importante de procesos cognitivos que implican, entre otros, planificación (por ejemplo, ¿dónde y cómo? ¿qué método anticonceptivo utilizar?), memoria (cómo no volver a repetir experiencias anteriores poco gratificantes o cómo hacerlo para que los buenos recuerdos de otras se repitan), control (las cosas a menudo no suceden al ritmo que nos gustaría y es mejor esperar), reflexión (¿es conveniente plantear ahora un encuentro íntimo o es mejor esperar a ver cómo evoluciona esta relación?), etc. Es decir, mucha de nuestra conducta sexual va precedida de una importante dosis de pensamiento y es conveniente que así sea.

Sin embargo, como se argumentó previamente estas capacidades están en pleno desarrollo durante la adolescencia. El órgano biológico donde residen buena parte de esa evolución, el cerebro, está experimentando cambios que le van a dificultar hacer este trabajo de planificación, control y reflexión de la manera en que probablemente podrá hacerlo unos años después, ya como adulto.

Esos cambios en el cerebro se están produciendo en dos ámbitos que brevemente se comentan a continuación (Braams *et al.*, 2015; Fuhrmann *et al.*, 2015; Mills *et al.*, 2014; Oliva, 2013; Palacios, 2011; Spear, 2000; Wetherill & Tapert, 2019).

Por un lado, el sistema mesolímbico de recompensa o circuito del placer, encargado de que resulten placenteras actividades como una buena conversación con amistades, la comida, el consumo de drogas y, cómo no, el sexo. Es un sistema que se hiperactiva con la descarga hormonal que produce la pubertad, debido a que está inervado por receptores de esteroides gonadales. Por otra parte, el sistema de control cognitivo (el córtex prefrontal) se desarrolla con la edad. Esta estructura regula nuestra racionalidad, la capacidad que tenemos para inhibir conductas impulsivas, para tomar decisiones valorando opciones, para tener en cuenta las consecuencias de nuestros actos, nos permite reflexionar, pensar en las consecuencias de nuestros actos para nosotros mismos y para los demás, planificar, frenar impulsos o reflexionar antes de actuar. El córtex prefrontal sufre un fuerte desarrollo durante la primera mitad de la adolescencia, lo que permite a la chica o el chico adolescente utilizar plenamente buena parte de estas funciones cognitivas a partir de los 15-16 años. Sin embargo, su desarrollo continúa hasta la tercera década de la vida, fundamentalmente a través de la mielinización tanto de la corteza prefrontal como de las vías que la unen a otras áreas cerebrales, destacando el sistema mesolímbico a los efectos de este texto.

Es decir, los años de la adolescencia vienen a coincidir con años en los que se produce una asincronía entre los cambios hormonales (que empiezan y terminan antes, y actúan en el sistema mesolímbico) y otros cambios neurológicos más lentos, de finalización más tardía y situados principalmente en el córtex prefrontal. Así, la maquinaria que se encarga de reforzar las conductas placenteras y, por tanto, de aumentar la probabilidad de su repetición o realización (incluso cuando supone riesgos) es más precoz que la maquinaria cortical que debe controlar las consecuencias que pueden derivar de la conducta o el análisis en términos de riesgo-beneficio. Dicho de otra manera, los mecanismos excitativos preceden a los inhibitorios.

Utilizando el símil de la bicicleta estropeada, que a veces utilizan los expertos en este campo (Bell & McBride, 2010), lo que sucede es que el cerebro adolescente funciona como una bicicleta con problemas de diseño, en el sentido de que tiene unos pedales muy potentes para coger velocidad, experimentar esa sensación y disfrutarla al máximo, pero al mismo tiempo no tiene todavía un manillar que permita elegir la dirección que más conviene o unos frenos que ayuden a regular la velocidad ante una situación de peligro o cuando se ha llegado al destino.

Dos cuestiones quedarían por destacar en este sentido: por un lado, que la pubertad precoz aumenta la asincronía entre estos circuitos en la medida que la sobreexcitación mesolímbica se produce también precozmente.

Por otro, que el sistema mesolímbico se hiperactiva en situaciones sociales y emocionales: la presencia de iguales y las situaciones con carga emocional potencian los efectos recompensantes de las conductas, incluidas las de riesgo (por ejemplo, en una tarea de simulación de conducción de una moto, las áreas sociales y de recompensa se activan más cuando se va con un amigo o amiga detrás, se muestran conexiones corticales menos eficientes, se percibe menos riesgo en las distintas situaciones de conducción que se presentan en diapositivas y la conducción es más arriesgada; Sabina-Baltruschat *et al.*, 2021).

Pues bien, teniendo en cuenta todo lo anterior, ¿qué se encuentra el chico o la chica adolescente en la pornografía? Sexo, una actividad ante la que siente curiosidad, que está siendo objeto de su interés por primera vez en su vida, para la que su cuerpo se está preparando y que es gratificante en sí misma. Ante la pornografía, en el cerebro adolescente puede ocurrir algo parecido a lo que es echar gasolina al fuego: una actividad gratificante en el momento en que las actividades placenteras son más recompensantes, y cuando es más difícil que aparezca un control cortical. Por este motivo, durante la adolescencia, el riesgo de que se inicie el hábito de ver pornografía o, incluso, un comportamiento adictivo por la gratificación inmediata que aporta (a menudo, además, asociada a la masturbación) es más elevado que en la adultez y lo es aún más para quienes están inmersas o inmersos en una pubertad precoz.

El problema adicional es que, como iremos viendo, ese tiempo viendo pornografía cumple en muchos casos una función “educadora”, en el sentido de que va moldeando la manera de entender, sentir y comportarse en relación con la sexualidad en un momento, la adolescencia, que se considera una ventana de educación privilegiada debido a la enorme plasticidad cerebral de estos años (Fuhrmann *et al.*, 2015). También sobre este asunto y la

necesidad de aportar a la adolescencia otros escenarios en los que informarse, conocer y disfrutar la sexualidad desde una perspectiva saludable, se volverá más adelante.

Es importante, en cualquier caso, reflexionar en este punto que lo que acabamos de exponer es parte de la base biológica que puede ayudar a comprender los riesgos de ver pornografía en esta etapa. Sin embargo, no a todos ni a todas las adolescentes les resulta gratificante ver pornografía; también es importante tener en cuenta que hay muchas diferencias individuales en la capacidad cortical para controlar la conducta y que la educación puede aumentar la capacidad crítica y ayudar en la toma de decisiones.

2.4. La sexualidad es asunto de uno, frecuentemente de dos, pero también puede haber más participantes

A partir de la pubertad, el organismo alcanza la madurez sexual (ya es posible la reproducción), los chicos y chicas adolescentes sienten la necesidad de buscar satisfacciones específicamente sexuales y comienzan a consolidar su orientación del deseo, de forma que se sentirá atraído o atraída por los estímulos sexuales acordes con ese deseo. Es a partir de este momento cuando se trata de satisfacer el deseo sexual a través de la autoestimulación o en contacto con otras personas. Aunque lo más frecuente en los encuentros sexuales humanos es que sean de dos personas, hay encuentros con más de dos que pueden ser saludables, siempre y cuando estén claramente presentes el acuerdo, el respeto y el placer compartido.

Sin embargo, la pornografía también muestra experiencias sexuales grupales en las que a menudo aparece una sola mujer con un grupo de hombres en situaciones donde la mujer es sometida, humillada y vejada. Puesto que el rol de la mujer en la pornografía será abordado más adelante, ahora interesa reflexionar en por qué la actividad grupal puede captar especialmente la atención de los y las adolescentes.

Estamos de nuevo ante un asunto muy significativo en la adolescencia, que es la importancia que tiene el grupo de iguales como agente socializador (Brown & Larson, 2009; Rubin *et al.*, 2015; Sánchez-Queija & Sánchez, 2015). El grupo de iguales es tan relevante a estas edades por el disfrute al que dan lugar las actividades con él (habitualmente, de todas las actividades que el o la adolescente hace al cabo de un día, son las que realiza con su grupo de iguales las más gratificantes), porque genera una necesidad imperiosa de sentirse miembro de él (los chicos y chicas hacen a veces “lo que sea” con tal de que el grupo les acepte) y de experimentar el sentimiento de pertenencia a ese colectivo; el grupo es relevante también por la importancia que tiene a la hora de validar el yo (es importante que el grupo reconozca, por ejemplo, que “eres buena jugando al fútbol”) y, como se comentó en el punto anterior, por el papel que tiene como activador del circuito del placer (las actividades son más gratificantes cuando se realizan en grupo).

Todo esto puede hacer entender que las secuencias pornográficas en las que se realiza sexo en grupo atraigan la atención de la adolescencia e, incluso, que sirvan de inspiración para llevar a cabo sucesos como los de las denominadas “manadas” que en los últimos años aparecen en las noticias. Este fenómeno supone la agresión de un

grupo de chicos a una chica y, sin embargo, el grupo y la sobreactivación mesolímbica son igual de importantes para chicas y para chicos. Por tanto, no puede explicarse ni por el desarrollo cerebral, que es normativo, ni por los también normativos cambios sociales en el grupo de amigos que se producen en la adolescencia, aunque ambas cuestiones aporten elementos a la explicación de este fenómeno. Para su comprensión hace falta atender a más factores, entre los que se encuentra la elevada misoginia o la estructura patriarcal que aún hoy permea nuestra sociedad y que se refleja claramente también en la pornografía. Continuaremos desarrollando parte de esta idea en el siguiente apartado.

2.5. Hombres y mujeres somos seres sexuados y con igual derecho al placer y al disfrute en los encuentros sexuales

Sin duda, la lucha del feminismo ha servido para ir creando una conciencia de que hombres y mujeres tenemos también en este campo, el de la sexualidad, igual derecho al placer en nuestras experiencias sexuales.

Sin embargo, la mayor parte de la pornografía nos muestra una cara de la sexualidad en las antípodas de esta conciencia, ya que, por un lado, está mayoritariamente orientada al placer masculino y, por otro, muestra roles extremadamente estereotipados en lo que atañe al tratamiento del género.

Así, por un lado, en la pornografía lo que prevalece es el placer y el orgasmo masculinos, de manera que las prácticas sexuales que se suceden están orientadas exclusivamente a esos fines. Por tanto, no es extraño que el guion de una película pornográfica sea extremadamente simple: no hay preliminares o los preliminares son muy absurdos y directos, entrándose directamente en la relación sexual; el “nudo” son felaciones o penetraciones, a menudo con posturas complejas poco placenteras si se dieran en la realidad, y el “desenlace” es la eyaculación masculina, algo a lo que se dedica el detalle de los primeros planos y que será el objetivo final de todo el “argumento”.

Por otro lado, y en cuanto al tratamiento del género, en la pornografía los roles que despliegan hombres y mujeres en las diferentes secuencias están extremadamente estereotipados. Ellos se muestran como activos, exhibiendo un deseo y una disponibilidad sexual permanentes, son los que llevan la iniciativa, se muestran como dominantes (hasta el punto de que pueden adoptar formas violentas) y, como consecuencia de esta visión coitocéntrica y falocéntrica que predomina, lo que importa en las tomas es el tamaño y la funcionalidad del pene. Por su parte, ellas se muestran en un rol de subordinadas, sumisas y su placer es absolutamente irrelevante y, a menudo, claramente fingido.

Es evidente, por tanto, que los modelos de comportamiento sexual que llegan a los y las adolescentes a través de la pornografía no se corresponden con los de una sexualidad saludable, basada en el respeto y consideración al placer de la otra persona y en la igualdad entre hombres y mujeres, que deberían ser los principios que guiaran la sexualidad del siglo XXI.

2.6. Los encuentros sexuales implican normas y valores morales: deben ser deseados y consentidos por todos sus protagonistas

La sexualidad implica normas y valores morales (López, 2015). Los derechos humanos de las personas que participan en el encuentro sexual no son una cuestión más que tener en cuenta, sino un aspecto central de la relación (United Nations Population Fund, 2014). Por eso, un principio de la sexualidad saludable es que debemos saber comunicar cómo queremos relacionarnos y respetar los límites que plantea la otra persona. Contar con el consentimiento de la otra parte es básico y se debe tener en cuenta que dicho consentimiento puede ser revocado en el momento en el que alguna acción no resulte agradable.

En la pornografía, como se decía en el punto anterior, es indiferente el deseo de la mujer, los protagonistas actúan de manera mecánica, como si les moviera un deseo constante y una disponibilidad absoluta, con lo que se invisibiliza el tema del consentimiento; es más, cuando en algún caso la mujer se muestra reticente a realizar una felación o un coito, finalmente se demuestra que el “no” del inicio finalmente era un “sí”, con lo que se legitima la insistencia del varón para que la mujer acceda. Es tan indiferente lo que pueda sentir u opinar la mujer que en ocasiones incluso pueden aparecer bajo los efectos del alcohol u otras drogas o dormidas, todas ellas situaciones que hacen imposible la existencia de consentimiento y que nos recuerdan las noticias de violaciones con sumisión química que a veces encontramos en los medios de comunicación.

No hace falta remontarnos a la pornografía para encontrar manifestaciones cotidianas que revelan un sustrato cultural común que relativiza el valor del consentimiento. Así, hay un conjunto de valores que, aunque afortunadamente, ya no son dominantes, siguen estando presentes entre nosotros. Por ejemplo, la idea que considera que las chicas pierden el derecho a decir no una vez que se han superado ciertos límites porque un encuentro sexual, una vez comenzado, tiene que completarse y ella lo habría provocado. Para los chicos, en cambio, se considera que tienen adquirido ese derecho y que no pueden controlarse.

A menudo queremos creer que una vez conseguido un determinado estado de opinión que implica avances en sensibilidad hacia derechos cívicos y convivencia social, solo queda mejorar y que no hay opción para volver atrás. Sin embargo, tristemente no es así. Viene bien en este momento mostrar los resultados del Barómetro de Opinión de la Infancia y la Adolescencia (Bello *et al.*, 2019; Rivera *et al.*, 2022). El Barómetro OPINA trabaja con adolescentes de 11 a 18 años y se interesa, entre otros asuntos, por sus preocupaciones, opiniones y valoraciones sobre diferentes asuntos políticos y sociales. En 2020 participaron más de 8000 adolescentes. Al comparar diferentes ediciones del estudio, se ha encontrado que, en un periodo de tiempo tan corto como de solo tres años, ha aumentado la distancia que los adolescentes varones muestran hacia el feminismo y ha disminuido la preocupación por la violencia de género. Estos resultados del Barómetro OPINA (con adolescentes de 11 a 18 años) coinciden con los del Barómetro Juventud y Género de la FAD (Rodríguez *et al.*, 2021), realizado con adolescentes y jóvenes de 15 a 29 años. Así, por ejemplo, se señala que más de 7 de

cada 10 mujeres jóvenes consideran que las desigualdades de género son elevadas en España, frente a solo 4 de cada 10 hombres. Además, detectaron un incremento en el porcentaje de chicos que negaron la existencia de la violencia de género o que le restaron importancia: desde 2017 a 2021, el porcentaje que piensa así se ha duplicado y se sitúa en el 20%; es decir, uno de cada cinco adolescentes y jóvenes varones de 15 a 29 años cree que la violencia de género no existe y que es solo un “invento ideológico”. Sin duda, son datos preocupantes y que muestran un peligro de involución en lo que atañe al reconocimiento de derechos de igualdad y equidad entre hombres y mujeres.

2.7. El placer sexual se experimenta a través de múltiples formas

La breve excursión que hicimos en el primer punto de la mano de la paleontología y la psicología evolucionista nos sirvió para mostrar la sofisticación de la sexualidad humana e invitó a pensar en la cantidad de recursos para experimentar placer con que contamos, desde los más reflejos, a los asociados a los sentidos (vista, oído, olfato, gusto y, especialmente, el tacto), a la imaginación o al lenguaje. Sin embargo, a lo largo de estas páginas se ha hecho referencia a la pobreza de recursos para el placer que suele mostrarse en la pornografía, centrada prácticamente en coitos o felaciones a varones.

¿Qué se sabe sobre el comportamiento sexual de los y las adolescentes? Puesto que en este tema se dispone de datos fiables, a continuación se le dedica un cierto espacio a analizarlos.

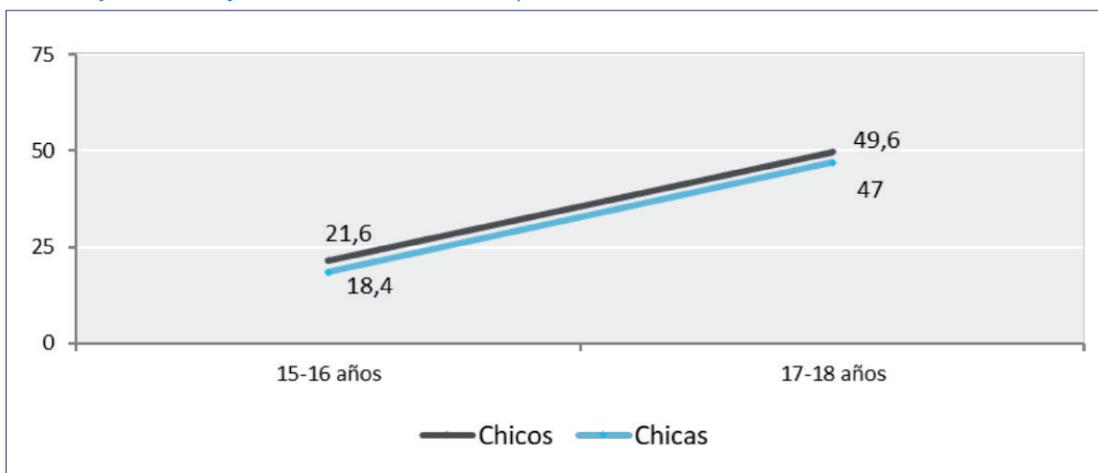
Para ello, se acude a continuación a los datos disponibles del estudio *Health Behaviour in School-aged Children* (HBSC) (Inchley *et al.*, 2020; Moreno *et al.*, 2020a, 2020b, 2020c). El HBSC es un estudio colaborador de la OMS, en el que participan en la actualidad más de 50 países y se realiza cada cuatro años desde los años 80. Su objetivo es el estudio de los estilos de vida, la calidad de los contextos de desarrollo y el bienestar y ajuste personal de la población adolescente escolarizada de 11, 13 y 15 años. En su edición de 2018 participaron más de 40 000 adolescentes españoles de 11 a 18 años, ya que en nuestro país se amplía la muestra hasta la mayoría de edad, con muestras representativas de todas las comunidades autónomas (en el caso de Andalucía, participaron 3071 adolescentes). A continuación, se presentan resultados de la edición de 2018 (en breve se harán públicos los resultados de 2022) referidos a la conducta sexual, asunto por el que se preguntó solo a adolescentes a partir de 15 años.

Como se aprecia en la Figura 1, en torno a una cuarta parte de los y las adolescentes de 15-16 años ha mantenido relaciones sexuales coitales y a los 17-18 años lo manifiesta casi la mitad de ellos y ellas. Estos porcentajes son muy similares en el caso de Andalucía (véase Moreno *et al.*, 2020c; Moreno *et al.*, en prensa).

Como suele ocurrir con este tipo de resultados, a algunas personas les parecerán porcentajes bajos y para otras serán altos. Pero es importante tener en cuenta estos resultados para los siguientes apartados que se presentan a continuación, donde se muestra que el coito no es precisamente la actividad más placentera para las mujeres, y más si se trata de adolescentes que están familiarizándose con las nuevas sensaciones que experimenta su cuerpo en los encuentros sexuales.

FIGURA 1

Porcentaje de chicos y chicas de 15 años o más que dice haber mantenido relaciones sexuales coitales



Fuente: Moreno *et al.* (2020a)

2.8. Los encuentros sexuales deben ser placenteros para todas las personas que los protagonizan

Continuando con los resultados del Estudio HBSC, uno de los hallazgos encontrados es que, al tratar de explicar qué variables referidas a estilos de vida se asocian al bienestar emocional de los y las adolescentes, se encontró que, para los varones de 17 años, sentirse físicamente activos y haber tenido relaciones sexuales coitales actuaban claramente asociados al bienestar. Sin embargo, en las chicas a los 15 años, lo que se encontró es que haber tenido relaciones sexuales coitales se asociaba con niveles más bajos de bienestar emocional (Ramos, 2010).

Estos resultados hacen pensar que precisamente el coito no es la práctica sexual que da lugar a más placer o el que se adecua mejor al placer y a la sexualidad de las mujeres, y más a estas edades en las que las chicas están aprendiendo a conocer su cuerpo y su respuesta al placer en los encuentros sexuales. De hecho, parece que las mujeres y los hombres tienen diferente forma de entender la sexualidad; en el caso femenino, más asociada a los afectos y en el masculino, al acto en sí mismo (López *et al.*, 2011). Igualmente, no debemos descartar también que sobre ellas recaerá más la preocupación de un embarazo, lo que puede restar satisfacción a la relación, como se verá en el siguiente punto.

¿Por qué, entonces, las chicas se implican en prácticas sexuales que no les aportan placer? Una posible respuesta es que, con bastante probabilidad, están respondiendo más al deseo del otro que al propio porque hay todo un marco cultural que empuja a las mujeres a renunciar a deseos personales en beneficio del varón, y más en el terreno sexual, donde tradicionalmente la mujer ha tenido poco que decir (reflejo de ello son los modelos de hombres y mujeres que aparecen en la pornografía). Es decir, los y las adolescentes, evidentemente, no solo se nutren de la pornografía, sino que lo hacen también de contenidos culturales que enraízan en un sustrato de valores común. Y en ese sustrato de valores están, por ejemplo, los “mitos del amor romántico”, un conjunto

de creencias sobre las relaciones de pareja que está en la base de que muchas chicas acepten y se sometan a los deseos de sus parejas e incluso al maltrato (Fundación Mujeres, 2011; Ruiz-Repullo, 2016). Entre los mitos, “creer que, cuando se ama de verdad, el otro debe ser lo fundamental en tu vida”, “la atribución de la felicidad a la capacidad de dar la felicidad al otro” o la “falacia de la entrega total” son buenos ejemplos en lo que se está analizando ahora. Los resultados de un estudio reciente (Díaz-Aguado *et al.*, 2021), realizado con chicas de 14 a 20 años, vendrían a confirmar estas sospechas, ya que encontró que el 11,1% reconoció haberse “sentido presionada para situaciones de tipo sexual en las que no quería participar”. Por su parte, Collins *et al.* (2009) indicaron que las chicas se implican en encuentros sexuales coitales para no perder a la pareja o por dificultad para expresar sus propios deseos y necesidades en la relación.

2.9. La sexualidad saludable hace hincapié en el bienestar y la salud y, entre otras cosas, en la prevención de embarazos y de infecciones de transmisión sexual

La sexualidad saludable (Harden, 2014) es aquella que, siguiendo la definición de salud de la OMS, contribuye al bienestar de la persona y, por tanto, debe estar exenta, entre otras cosas, de la preocupación y el riesgo de un embarazo no deseado o de contraer una infección de transmisión sexual.

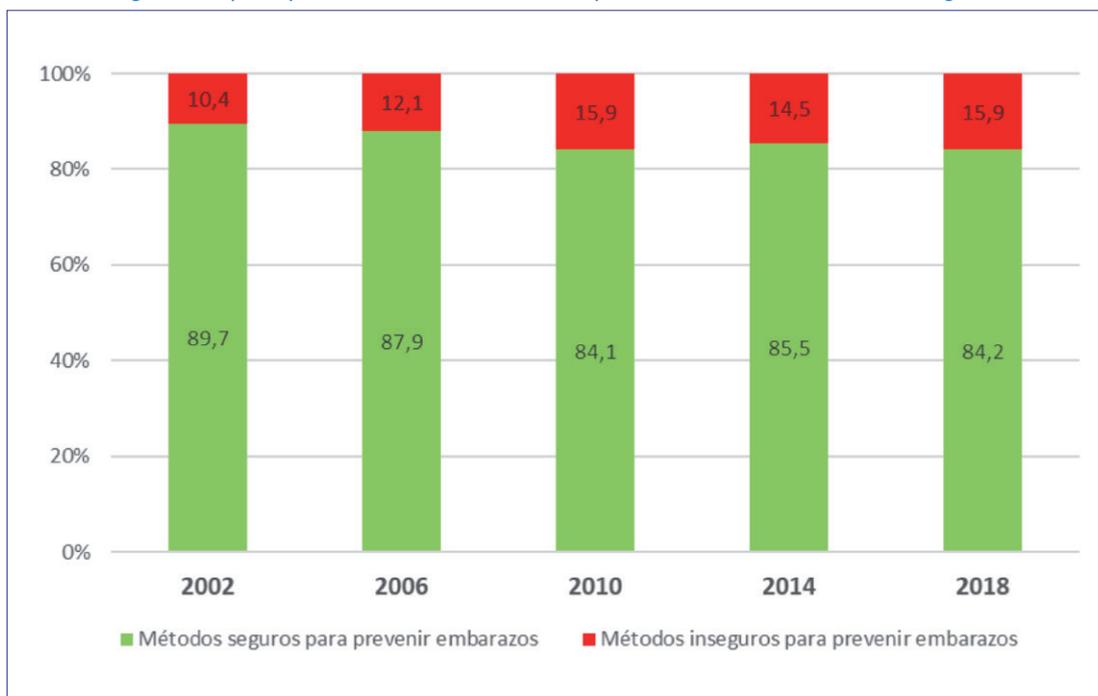
Afortunadamente, son del pasado los tiempos en que el uso de métodos anticonceptivos (y, en particular, de preservativos) era ilegal en nuestro país. Hoy existe en el mercado una variedad de productos que ayudan a tomar medidas eficaces contra estos riesgos. Sin embargo, muchos de nuestros y nuestras adolescentes no saben cómo acceder a ellos, o se sienten inseguros para hacerlo o no saben cómo utilizarlos. En este sentido, en casi ninguna escena de cama de una película convencional y, por supuesto, pornográfica se ofrecen modelos acerca de cuándo y cómo introducir el uso del preservativo en medio de la excitación de un encuentro sexual, de manera que el mensaje que se puede estar transmitiendo con estas películas es de normalización de prácticas sexuales de riesgo.

Hace unos 35 años que se puso en marcha en nuestro país una campaña publicitaria con la que se pretendía que los y las adolescentes utilizaran el preservativo en sus relaciones sexuales. La campaña, además de ser un escándalo en su momento (Corroto, 2019), fue exitosa y permitió que nuestro país haya estado entre los primeros países europeos en el uso de este recurso. Lo que nos encontramos hoy en día es que va descendiendo su uso a favor de la píldora anticonceptiva, que, efectivamente, previene embarazos, pero no previene infecciones de transmisión sexual. Las figuras que se presentan a continuación lo muestran.

Como se aprecia en la Figura 2, un 16% de adolescentes corrieron riesgo de embarazo en el último encuentro sexual al no haber utilizado ningún método anticonceptivo seguro (por ejemplo, los datos específicos de Andalucía revelan que un 13% utilizó la “marcha atrás”). Por su parte, la Figura 3 pone de manifiesto que el 25% de los y las adolescentes corrieron riesgo de contraer una infección de transmisión sexual en el último encuentro sexual en 2018.

FIGURA 2

Porcentaje de adolescentes españoles que en cada una de las ediciones del estudio HBSC ha usado métodos seguros (1) para prevenir embarazos versus quienes han usado métodos inseguros (2)



(1) Métodos seguros para prevenir embarazos: preservativo, píldora, combinación de preservativo y píldora, y otros métodos anticonceptivos (DIU, hormonales, etc.)

(2) Métodos no seguros para prevenir embarazos: no usar ningún método, "marcha atrás"

Nota. Estos porcentajes han sido calculados considerando únicamente al total de adolescentes de 15 a 18 años que ha mantenido relaciones sexuales coitales. Fuente: Moreno *et al.* (2020a)

Siguiendo con los resultados obtenidos en el Estudio HBSC, brevemente se presentan a continuación otras dos consecuencias de no usar métodos anticonceptivos eficaces: el uso de la píldora "del día después" y la experiencia de haber tenido algún embarazo. Pero antes de mostrar los resultados de este apartado, debe precisarse que los porcentajes se han calculado considerando solo a las mayores de 15 años que dicen haber tenido relaciones sexuales coitales y, en este caso, además, solo se tienen en cuenta las respuestas de las chicas.

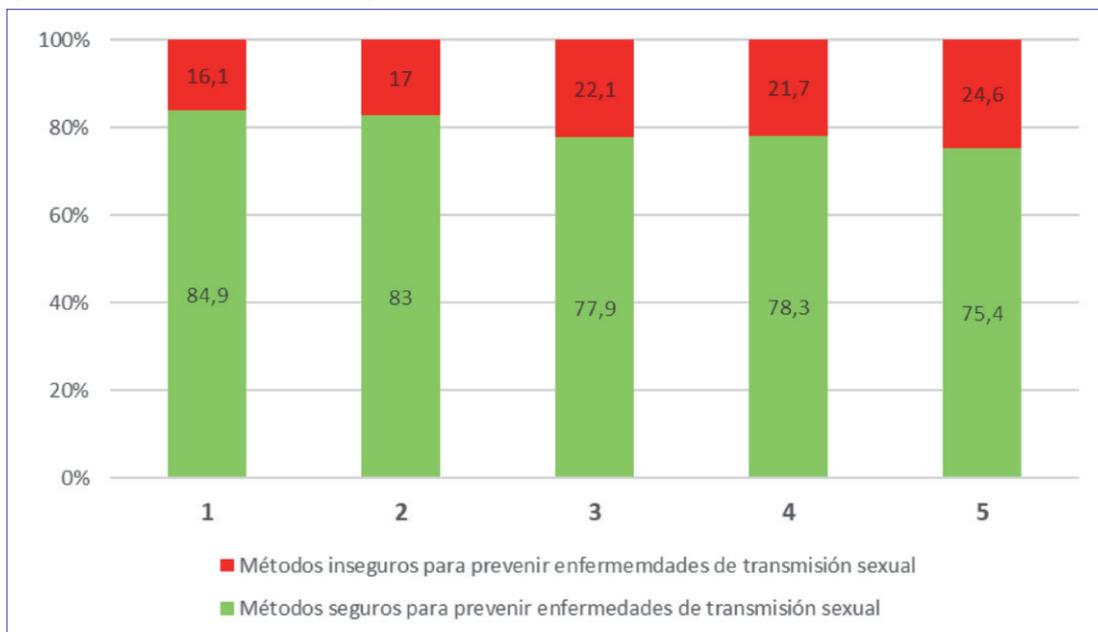
Así, del total de chicas adolescentes que ha mantenido relaciones sexuales coitales alguna vez en su vida, se analiza si han estado embarazadas o no en algún momento. Se encuentra que, en 2018, el 3,6% de las chicas de 15 a 18 años que dice haber tenido relaciones sexuales coitales reconoce que ha estado alguna vez embarazada (en Andalucía se encuentra un valor muy parecido, 3,7%). Este porcentaje representa el 1,12% de las chicas de 15 a 18 años de la muestra total española.

Por otro lado, en 2018 el 31,7% de las adolescentes informaron haber usado la píldora "del día después" (en Andalucía fue el 27,8%), lo que representa el 9,7% del total de chicas adolescentes de 15 a 18 años.

De nuevo, son resultados que invitan a la reflexión.

FIGURA 3

Porcentaje de adolescentes españoles que en cada una de las ediciones del estudio HBSC ha usado métodos seguros (1) para prevenir infecciones de transmisión sexual (además de embarazos) versus quienes han usado métodos inseguros (2)



(1) Métodos seguros para prevenir tanto embarazos como enfermedades de transmisión sexual: preservativo, combinación de preservativo y píldora.

(2) Métodos no seguros para prevenir enfermedades de transmisión sexual: no usar ningún método, usar la "marcha atrás", la píldora u otros métodos anticonceptivos (DIU, hormonales, etc.).

Nota. Estos porcentajes han sido calculados considerando únicamente al total de adolescentes de 15 a 18 años que ha mantenido relaciones sexuales coitales. Fuente: Moreno et al. (2020a)

3. Conclusión: el papel de la familia, la escuela y las administraciones

En las páginas previas se han presentado diferentes riesgos posibles asociados al acceso a la pornografía de nuestros y nuestras menores. No obstante, con todo lo expuesto hasta el momento, no se debe caer en la simpleza de culpar al porno, por ejemplo, de la existencia de las conocidas como "manadas" (violaciones en grupo), ni de las violaciones con sumisión química, tampoco de que el coito sea una práctica muy presente en los encuentros sexuales de los y las adolescentes, el descenso del uso del preservativo, la normalización de las prácticas de riesgo, el incremento de las infecciones de transmisión sexual, la banalización de las relaciones sexuales, la idea de que no se es lo suficientemente atractivo/a, que el placer de la mujer en los encuentros sexuales es secundario o que el consentimiento del otro/a es algo baladí y artificioso.

Lo que parece indicar la evidencia trasversal de la que disponemos, es que tanto los riesgos comentados como la propia pornografía beben de la misma fuente de representaciones sociales (Moscovici, 2000) en las que es posible encontrar una buena dosis de misoginia y desvalorización de lo que tiene que ver con la mujer y lo femenino. Ciertamente, lo que hace la pornografía es reforzar y amplificar esas creencias utilizando recursos muy seductores y eficaces. Es decir, la misma misoginia que está latente en

nuestra sociedad es la que inspira tanto un guion pornográfico en el que un grupo de hombres eyacula sobre la boca de una mujer de manera humillante como lo que lleva a un grupo de varones a violar a una chica sin considerar su sufrimiento. Y, este hecho es uno de los que, probablemente, está en la base de que la pornografía sea mucho más consumida por chicos que por chicas. Es verdad que debemos trabajar para que los menores no accedan a la pornografía, pero el esfuerzo importante debe ponerse en educar a nuestros niños y niñas en el respeto a los demás, y en que hombres y mujeres sean considerados en el mismo plano de igualdad y con derecho a idénticos cuidados, y en hacerlo desde muy pronto, desde el principio.

Creemos haber dado argumentos también para concluir que, por supuesto, la pornografía no es una herramienta educativa, es una ficción y, como se ha ido viendo a lo largo de estas páginas, ofrece una visión muy distorsionada y sesgada de lo que es la sexualidad humana. Como dice una experta en estos temas, Rodríguez-Suárez (2020, p. 31), autora de una guía que es un muy buen ejemplo de educación sexual para adolescentes, “a nadie se le ocurriría aprender a conducir conduciendo coches de carreras o viendo coches de competiciones de carreras”.

Es evidente que hay que tomar medidas. Y no basta con decir “el acceso a la pornografía a menores de edad se debería prohibir” porque, de hecho, ya está prohibido y así lo establece el artículo 186 del Código Penal:

El que, por cualquier medio directo, vendiere, difundiere o exhibiere material pornográfico entre menores de edad o personas con discapacidad necesitadas de especial protección, será castigado con la pena de prisión de seis meses a un año o multa de 12 a 24 meses.

Por tanto, son otras medidas las que deben implementarse.

Sin duda, los profesionales expertos en informática deberán aconsejar sobre cómo tomar medidas que ayuden a controlar con barreras informáticas el acceso de los menores a Internet, pero a nosotras nos corresponde poner el énfasis en la necesidad de una verdadera educación sexual (López, 2020, 2022). En ello nos detenemos brevemente a continuación.

Por un lado, hay una parte esencial de la intervención que corresponde a las familias. Ellas son las que deben aprender a usar la activación del control parental en las pantallas que tengan conexión a Internet y a las que accedan las y los menores, a ellas les corresponde retrasar todo lo posible la edad a la que sus hijas e hijos tengan un móvil, en establecer normas de uso de todos los aparatos con conexión a Internet (por ejemplo, “los móviles no deben estar en la mesa mientras se come” o “deben estar fuera del dormitorio durante la noche”), etc.

Pero el papel de la familia va más allá y el proceso requerirá que padres y madres se informen (ver, por ejemplo, el recurso “Ventana abierta a la familia” creado desde la Consejería de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía). Así, por ejemplo, deben saber que la sexualidad comienza a manifestarse desde muy pronto, en los primeros años de vida, cuando los niños y niñas empiezan a tomar conciencia de su rol, a preferir unas ropas, juguetes o actividades frente a otros, a interesarse por temas sexuales, a hacer preguntas sobre las diferencias que observan, sobre la reproducción, a explorarse; pronto también aparecen los deseos y fantasías sexuales que se especifican y

consolidan en la pubertad. Igualmente, deben saber que ya en las relaciones de apego que los niños y niñas establecen en los primeros años de vida, habitualmente con las madres y padres, aprenden cosas sobre sexualidad. Aprenden, por ejemplo, a comunicarse de forma íntima y desformalizada (a hablarse y sonreírse en distancia muy corta, a besarse y chuparse, a emitirse sonidos llenos de cariño, etc.), a usar y comprender el significado de las emociones, a hacer saber sus necesidades y solicitar de los demás que sean satisfechas, a saber satisfacer las de los demás, a tocar y ser tocado... todo ello es clave en el buen desempeño de otras relaciones que se establecerán después, entre ellas las sexuales. El papel de la familia es fundamental también para que niños y niñas construyan una relación sana con su propio cuerpo, con sus sensaciones y con su apariencia, así como a respetar la diversidad en las orientaciones del deseo.

Por tanto, la educación sexual y afectiva empieza pronto y de muy diversas maneras. Así, aunque nunca es tarde para el diálogo, la educación sexual no consiste en sentarse con el chico o la chica adolescente a hablar “de hombre a hombre” o “de mujer a mujer” o “de las cosas de la vida”. Educación sexual es todo: desde la omisión y el no hablar de sexo, hasta que a través del lenguaje gestual (sonrisas, gestos, miradas) y de la palabra están reforzando, extinguiendo o castigando ciertas conductas, actitudes, juegos, opiniones, etc., dando sentido al proceso de educación sexual incidental dentro del marco de la familia. Además, padres y madres también son modelos y lo son a través de los comportamientos y actitudes que impregnan la vida cotidiana de las familias; por ejemplo, a través de cómo afrontan los roles de género o de cómo se relacionan como pareja.

Probablemente, como consecuencia de la educación sexual que hemos recibido las personas adultas, muchos padres y madres muestran su oposición o desconfianza a que sus hijos e hijas reciban educación sexual en el colegio. Con bastante probabilidad, lo que está en la cabeza de esos padres y madres es, precisamente, esa idea de la sexualidad como sinónimo de genitalidad de la que hemos hablado en varias ocasiones en estas páginas. A estos padres y madres habría que decirles, en primer lugar, que lo que se está defendiendo aquí, tanto en la familia como en la escuela, es un modelo de educación sexual holística, que aborde todos los componentes de la sexualidad que fueron mencionados al inicio de estas páginas adaptados en cada caso a la edad de los niños, niñas y adolescentes, un modelo que les aporte una información sin prejuicios, científicamente correcta y que les ayude a desarrollar las habilidades necesarias para actuar en función de esta información (OMS, 2010). En segundo lugar, a los padres y madres que muestran recelo a que sus hijos e hijas reciban la formación sexual en la escuela que se comentará a continuación, habría que hacerles ver lo incómodo que, a buen seguro, es para ellos y ellas tratar estos temas explícitamente (respondiendo a las preguntas concretas que los y las adolescentes desean que se les responda), que a menudo no saben cómo hacerlo y que, en la mayor parte de los casos, cuando argumentan “la educación sexual corresponde a las familias”, en realidad lo que están diciendo es que las cosas funcionen como funcionaron en la infancia y adolescencia de estos padres y madres; o sea, silencio dentro de la familia y que cada uno/a vaya aprendiendo con lo que la vida le ponga por delante. Pero sabemos que la vida ya no es como era hace 30 o 40 años.

En esta coyuntura, el sistema educativo se presenta como el contexto idóneo para complementar la educación sexual recibida en la familia y para hacerlo desde muy pronto. Esta idea no es, en absoluto, algo nuevo ni revolucionario. A finales del siglo xx, la UNESCO encargó a Jacques Delors un informe en el que se debían sentar las bases de lo que debería ser la educación del siglo xxi (Delors *et al.*, 1996). En dicho informe se concluye que la educación deberá procurar cuatro aprendizajes fundamentales: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos. Es decir, lejos de quedarse en que la escuela tendría que centrarse en la transmisión de conocimientos formales, en dicho informe se hizo hincapié en algo de lo que hacía tiempo se venía hablando, que el sistema educativo debía asumir la formación del individuo como persona, en su conjunto, y como ciudadano o ciudadana. Aprender a ser y aprender a vivir juntos recogen lo que tradicionalmente se venía denominando “educación en valores”.

En la actualidad, contamos con excelentes guías para utilizar en la escuela que abordan directamente el tema de la pornografía (por ejemplo, Fundación ANAR, 2023; Rodríguez-Suárez, 2020; Save the Children, 2020), de la educación sexual (Altable, 2000; Gómez-Zapiain, 2019; SEDRA - Federación de Planificación Familiar, 2022; SEDRA – Federación de Planificación Familiar, s. f., a, b, y c: Lena *et al.*, 2007; UNESCO, 2018) o, más genéricamente, del entrenamiento en habilidades para la vida (Oliva *et al.*, 2012; Giráldez & Prince, 2017), que ejercen un papel importante como promotoras de la salud en general.

Además, no hay que olvidar que tanto la familia como la escuela necesitan contar con el apoyo de los medios de comunicación y, especialmente, de las administraciones, de los poderes públicos. Y en este punto conviene considerar un asunto político de calado: en los últimos 20 años se han aprobado en España cuatro leyes educativas distintas: LOCE (PP, 2002), LOE (PSOE, 2006), LOMCE (PP, 2013) y LOMLOE (PSOE, 2022). Desgraciadamente, ninguna contó con el consenso político y los debates más enconados y polémicos giraron siempre en torno al tratamiento de la diversidad familiar, los roles de género y la sexualidad, que aparecían entre los contenidos que tratar en materias que recibieron diferentes denominaciones, según las leyes y curso escolar, pero que conocemos popularmente como “Educación para la ciudadanía”. Puesto que la educación sexual está en las leyes de nuestro sistema educativo desde hace casi dos décadas, desde estas páginas nos permitimos pedir que se cumpla la ley, que se retomen esos debates y que se haga una apuesta real y decisiva por hacer que nuestro sistema educativo asuma entre sus funciones la de enseñar a nuestros niños y niñas que deben contribuir con su comportamiento, su pensamiento y sus afectos a un mundo más justo, más igualitario entre los sexos y más respetuoso con las demás personas.

Agradecimientos

El presente trabajo no ha recibido ayudas específicas provenientes de agencias del sector público, sector comercial o entidades sin ánimo de lucro.

Contribuciones de autoría

Las tres autoras han participado en las diferentes fases que llevaron a la redacción final del trabajo. En un primer momento las tres autoras discutieron los puntos clave que, a modo de epígrafes, definen la estructura del trabajo. Se repartieron los contenidos, tuvieron reuniones para intercambiar ideas y, por último, las tres participaron en la revisión final y el contenido definitivo.

Referencias

- Altable, Ch. (2000). *Educación sentimental y erótica para adolescentes*. Miño y Dávila Editores.
- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A., & Suárez, F. (2021). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. UNICEF España. <https://tinyurl.com/yn6s5us9>
- Baltruschat, S., Megías-Robles, A., Cándido, A., Maldonado, A., & Catena, A. (2021). Social and Non-Social Brain Areas in Risk Behaviour: The Role of Social Context. *Neuroscience*, 465, 177-186. <https://doi.org/10.1016/j.neuroscience.2021.04.029>
- Bell, C. C., & McBride, D. F. (2010). Affect regulation and prevention of risky behaviors. *Journal of the American Medical Association*, 304(5), 565-566. <https://doi.org/10.1001/jama.2010.1058>
- Bello, A., Rivera, F., Moreno, C., Luna, S., Ramos, P., Sánchez-Queija, I., Jiménez-Iglesias, A., García-Moya, I., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Villafuerte-Díaz, A., Ciria, E., Leal, E., & Salado, V. (2019). *¿Qué opinan los niños y las niñas? Barómetro de opinión de infancia y adolescencia 2019*. UNICEF Comité Español. <https://bit.ly/49g6C5a>
- Brainerd, C. J., & Reyna, V. F. (2015). Fuzzy-trace theory and lifespan cognitive development. *Developmental Review*, 38, 89-121. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2015.07.006>
- Braams, B. R., van Duijvenvoorde, A. C. K., Peper, J. S., & Crone, E. A. (2015). Longitudinal changes in adolescent risk-taking: A comprehensive study of neural responses to rewards, pubertal development, and risk-taking behavior. *The Journal of Neuroscience: The Official Journal of the Society for Neuroscience*, 35(18), 7226-7238. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.4764-14.2015>
- Brown, B. B., & Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. En R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology: Contextual influences on adolescent development* (pp. 74-103). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>
- Coleman, J. C., & Hendry, L. B. (2003). *Psicología de la adolescencia* (T. Del Amo, Trad.). Ediciones Morata. (Obra original publicada en 1999).
- Collins, W. A., Welsh, D. P., & Furman, W. (2009). Adolescent Romantic Relationships. *Annual Review of Psychology*, 60, 631-652. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.60.110707.163459>
- Consejería de Salud y Consumo. Junta de Andalucía. (s. f.). *Ventana abierta a la familia. Crianza, salud y bienestar infantil*. <https://bit.ly/3Qbssy4>
- Corroto, P. (2019, 29 noviembre). 30 años del 'Póntelo, pónselo': "Fue un exitazo, pero se armó un pollo de colores". *El Confidencial*. <https://bit.ly/3SsTrYu>
- Delors, J., Al Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., Geremek, B., Gorham, W., Kornhauser, A., Manley, M., Padrón Quero, M., Savané, M. A., Singh, K., Stavenhagen, R., Won Suhr, M., & Nanzhao, Z. (1996). *La educación encierra un tesoro, informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI (compendio)*. UNESCO. <https://tinyurl.com/5n6n5k4y>
- Díaz-Aguado, M. J., Martínez, R., Martín, J., & Falcón, L. (2021). *La situación de la violencia contra las mujeres en la adolescencia en España*. Ministerio de Igualdad. Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. <https://bit.ly/3QdeBY2>
- Fuhrmann, D., Knoll, J. L., & Blakemore, S. J. (2015). Adolescence as a Sensitive Period of Brain Development. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(10), 558-566. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2015.07.008>
- Fundación ANAR (2023). *El porno no es real. Guía para familias y menores de edad*. <https://bit.ly/46TKxrs>
- Fundación Mujeres. (2011). Mitos del amor romántico y prevención de la violencia de género. *Monográfico 93 del Boletín de la Fundación Mujeres: Coeducación y mitos del amor romántico*, (93), 7-10.
- Giráldez, A., & Prince, E. S. (2017). *Habilidades para la vida. Aprender a ser y aprender a convivir en la escuela*. SM.

- Gómez-Zapiain, J. (2019). Aportaciones del proyecto sexumuxu de integración de la educación sexual en el sistema educativo. *Revista de Estudios de Juventud*, (123), 139-154. <https://bit.ly/40h7XVo>
- Hall, G. S. (1904). *Adolescence: Its Psychology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion, and Education*. D. Appleton & Company. <http://bit.ly/48B6HQm>
- Harden, K. P. (2014). A Sex-Positive Framework for Research on Adolescent Sexuality. *Perspectives on Psychological Science*, 9(5), 455-469. <https://doi.org/10.1177/1745691614535934>
- Inchley, J., Currie, D., Budisavljevic, S., Torsheim, T., Jåstad, A., Cosma, A., Kelly, C., Arnarsson, A., & Samdal, O. (2020). *Spotlight on adolescent health and well-being. Findings from the 2017/2018 Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) survey in Europe and Canada. International report. Volume 1. Key data*. WHO Regional Office for Europe. <https://bitly.ws/34GIq>
- Lena, A., González, A., Fernández, A. B., Blanco, A. G., Fernández, A. I., Suárez, A. M., Silva, E., Rubio, M. D., & Mier, M. (2007). "Ni ogros ni princesas". *Guía para la educación afectivo-sexual en la ESO*. Consejería de Salud y Servicios Sanitarios del Principado de Asturias. <https://bit.ly/3FFUpZU>
- López, F. (2008). *Necesidades en la infancia y en la adolescencia. Respuesta familiar, escolar y social*. Pirámide.
- López, F., Carcedo, R., Rouco, N. F., Blázquez, M. I., & Kilani, A. (2011). Diferencias sexuales en la sexualidad adolescente: afectos y conductas. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 27(3), 791-799.
- López, F. (2015). *Ética de las relaciones sexuales y amorosas*. Pirámide.
- López, F. (2020). *Mitos viejos y nuevos sobre sexualidad: el rol de la educación sexual*. Pirámide.
- López, F. (2022). Educación sexual, un tema aún pendiente. *Educación y Orientación: la revista de COPOE*, (17), 11-14.
- Manning, W. D., Giordano, P. C., & Longmore, M. A. (2006). Hooking Up: The Relationship Contexts of "Nonrelationship" Sex. *Journal of Adolescent Research*, 21(5), 459-483. <https://doi.org/10.1177/0743558406291692>
- Mills, K. L., Goddings, A. L., Clasen, L. S., Giedd, J. N., & Blakemore, S. J. (2014). The developmental mismatch in structural brain maturation during adolescence. *Developmental Neuroscience*, 36(3-4), 147-160. <https://doi.org/10.1159/000362328>
- Moreno, C., Ramos, P., Rivera, F., Sánchez-Queija, I., Jiménez-Iglesias, A., García-Moya, I., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Villafuerte-Díaz, A., Ciria-Barreiro, E., Morgan, A., & Leal-López, A. (2020a). *La adolescencia en España: salud, bienestar, familia, vida académica y social. Resultados del estudio HBSC 2018*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. <https://bit.ly/3QBCERV>
- Moreno, C., Ramos, P., Rivera, F., Sánchez-Queija, I., Jiménez-Iglesias, A., García-Moya, I., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Villafuerte-Díaz, A., Ciria-Barreiro, E., Morgan, A., & Leal-López, A. (2020b). *Resultados del Estudio HBSC 2018 en España sobre Conducta Sexual. Análisis de tendencias 2002-2006-2010-2014-2018*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. <https://bit.ly/3Sm7wqF>
- Moreno, C., Ramos, P., Rivera, F., Jiménez-Iglesias, A., García-Moya, I., Sánchez-Queija, I., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Villafuerte-Díaz, A., Ciria-Barreiro, E., Morgan, A., & Leal-López, A. (2020c). *Informe técnico de los resultados obtenidos por el Estudio Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) 2018 en Andalucía*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. <https://bit.ly/3FFWoNQ>
- Moreno, C., Ramos, P., Rivera, F., Sánchez-Queija, I., Jiménez-Iglesias, A., García-Moya, I., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Villafuerte, A., Ciria, E., Morgan, A., Leal, E., & Porcel, C. (en prensa). *Las conductas relacionadas con la salud y el desarrollo de los y las adolescentes*

en Andalucía. Resumen del estudio "Health Behaviour in School-aged Children" (HBSC-2018) en la comunidad autónoma andaluza. Ministerio de Sanidad.

- Moscovici, S. (2000). *Social representations. Explorations in Social Psychology*. Polity Press.
- Oliva, A. (2003). Adolescencia en España a principios del siglo XXI. *Cultura y Educación*, 15(4), 373–383. <https://doi.org/10.1174/113564003322712947>
- Oliva, A., Pertegal, M. Á., Antolín, L., Reina, M. C., Parra, A., Hernando, A., Pascual, D., Estévez, R., & Ríos, M. (2012). *Propuestas para la promoción del desarrollo positivo adolescente*. Junta de Andalucía, Consejería de Salud y Bienestar Social. <https://shorturl.at/iuOR4>
- Oliva, A. (2013). La conducta antisocial adolescente a la luz de las ciencias del cerebro. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 4(1), 129–147.
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *Estándares de Educación Sexual para Europa*. Federal Centre for Health Education (BZgA). <https://shorturl.at/ehuN3>
- Palacios, J. (2006). La familia: orígenes y concepto. En M. R. Buxarrais & M. P. Zeledón (Eds.), *Las familias y la educación en valores democráticos. Retos y perspectivas actuales* (pp. 13–34). Claret.
- Palacios, J. (2011). *Paradojas del desarrollo humano. Lección Inaugural leída en la Solemne Apertura del Curso Académico 2011-2012 en la Universidad de Sevilla*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Ramos, P. (2010). *Estilos de vida y salud en la adolescencia*. [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. Idus-US. <https://shorturl.at/vJPS7>
- Real Academia Española. (s. f.). Pornografía. En *Diccionario de la Lengua Española*. <https://dle.rae.es/>
- Rivera, F., Luna, S., Ramos, P., Moreno, C., Salado, V., Moreno-Maldonado, C., Paniagua, C., Ciria-Barreiro, E., Leal-López, E., Villafuerte-Díaz, A., & Velo, S. (2022). *¿Qué opinan los niños, niñas y adolescentes? Resultados de la tercera edición del Barómetro de Opinión de Infancia y Adolescencia, 2021-2022*. UNICEF Comité Español. <https://shorturl.at/gmvT5>
- Rodríguez, E., Calderón, D., Kuric, S., & Sanmartín, A. (2021). Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad.
- Rodríguez-Suárez, M. (2020). *Construcción del imaginario sexual en las personas jóvenes. La pornografía como escuela*. Consejo de la Juventud del Principado de Asturias. <https://tinyurl.com/3dt7zhzt>
- Rubin, K. H., Bukowski, W. M., & Bowker, J. C. (2015). Children in peer groups. En R. M. Lerner (Ed.), *Handbook of Child Psychology and Developmental Science* (Vol. 4, pp. 1–48). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118963418.childpsy405>
- Ruiz-Repullo, C. (2016). Los mitos del amor romántico: S.O.S. celos!!!. En C. García-Gil, C. Flecha García, M. J. Cala Carrillo, M. Núñez Gil & A. Guil Bozal (Coords.), *Mujeres e investigación. Aportaciones interdisciplinarias: VI Congreso Universitario Internacional Investigación y Género* (pp. 625–636). SIEMUS (Seminario Interdisciplinar de Estudios de las Mujeres de la Universidad de Sevilla). <https://tinyurl.com/yc585hsh>
- Sánchez-Queija, I., & Sánchez, V. (2015). El mundo de los iguales y el desarrollo positivo. En A. Oliva (Ed.), *Desarrollo Positivo Adolescente* (pp. 81–99). Síntesis.
- Save the Children. (2020). *Tenemos que hablar del porno. Guía para familias sobre el consumo de pornografía en la adolescencia*. Save the Children España. <https://tinyurl.com/yr54scn5>
- SEDRA - Federación de Planificación Familiar. (2022). *Impacto de la pornografía en la sexualidad de las personas jóvenes de Castilla-La Mancha*. SEDRA. <https://tinyurl.com/29b4apa2>
- SEDRA - Federación de Planificación Familiar. (s. f.a). *Jóvenes y sexualidad en internet: Aprender a proteger y respetar*. SEDRA. <https://tinyurl.com/58398d4b>

- SEDRA - Federación de Planificación Familiar. (s. f.b). *Hablemos de la educación sexual*. SEDRA. <https://tinyurl.com/sz8j6my8>
- SEDRA - Federación de Planificación Familiar. (s. f.c). *Guía de educación sexual para familias*. SEDRA. <https://tinyurl.com/377fdver>
- Spear, L. P. (2000). The adolescent brain and age-related behavioral manifestations. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 24(4), 417–463. [https://doi.org/10.1016/S0149-7634\(00\)00014-2](https://doi.org/10.1016/S0149-7634(00)00014-2)
- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). (2018). *Orientaciones técnicas internacionales sobre educación en sexualidad. Un enfoque basado en evidencia*. UNESCO. <https://shorturl.at/dqwG8>
- United Nations Population Fund (UNPFA) (2014). *UNPFA Operational guidance for comprehensive sexuality education. A Focus on Human rights and Gender*. United Nations Population Fund. <https://tinyurl.com/2s4cmne6>
- Wetherill, R. R., & Tapert, S. F. (2019). The neural circuitry and neurocognitive development. En R. A. Zucker & S. A. Brown (Eds.), *The Oxford Handbook of Adolescent Substance Abuse* (pp. 285–298). Oxford University Press.



**Cuadernos
Audiovisual**
del Consejo Audiovisual de Andalucía

Niveles de conciencia y estilos parentales ante el acceso y consumo de pornografía en la infancia y adolescencia

LEVELS OF AWARENESS AND PARENTING STYLES REGARDING ACCESS AND CONSUMPTION OF PORNOGRAPHY IN CHILDHOOD AND ADOLESCENCE

Lluís Ballester Brage

Universidad de las Islas Baleares (España)
lluis.ballester@uib.cat | 0000-0003-1861-7511

Sandra Sedano Colom

Universidad de las Islas Baleares (España)
sandra.sedano@uib.es | 0000-0003-1861-7511

Judith Lorente-De-Sanz

Universitat Ramon Llull (España)
judithld@blanquerna.url.edu | 0000-0002-0703-2801

Berta Aznar-Martínez

Universitat Ramon Llull (España)
bertaam@blanquerna.url.edu | 0000-0002-1658-5053

Recibido: 28-11-2023 | Aceptado: 08-01-2024

Resumen: La nueva pornografía distribuida en Internet representa un reto considerable para las familias. El estudio de la percepción sobre el acceso, consumo para sus hijos e hijas, así como los niveles de conciencia sobre las consecuencias, es una cuestión esencial para la mejora de los procesos de socialización. Junto a estos aspectos, también se plantea el tema clave de cómo están afrontando estas cuestiones desde la perspectiva de la dinámica familiar, es decir, con qué estilos parentales se relacionan padres y madres con sus hijos e hijas.

Para conocer estas cuestiones se ha realizado una encuesta en las Islas Baleares en el segundo semestre de 2022, obteniendo una participación muy elevada, contándose finalmente con una muestra de 2592 familias. Una de las limitaciones con la que nos hemos encontrado ha sido la desigual participación de padres y madres, siendo estas últimas las que han participado de manera mayoritaria.

Los resultados muestran que el nivel de conciencia del acceso y consumo de pornografía de sus hijos e hijas es bastante reducido, aunque la conciencia sobre las consecuencias y el reconocimiento de la necesidad de la educación de las emociones, los afectos y la sexualidad, para niños, niñas y adolescentes, así como para las propias familias, son muy elevadas.

El estudio representa el primer análisis sociológico con una muestra representativa de familias y aporta orientaciones sobre la situación actual de las dinámicas familiares en relación con los procesos de socialización mediados por la pornografía.

Palabras clave: acceso a la pornografía; consumo de pornografía; educación afectivo sexual; estilos parentales; pornografía; socialización familiar.



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Ballester Brage, L., Sedano Colom, S., Lorente-De-Sanz, J., & Aznar-Martínez, B (2024). Niveles de conciencia y estilos parentales ante el acceso y consumo de pornografía en la infancia y adolescencia. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 73-104. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.12>

Abstract: The new pornography distributed on the Internet represents a considerable challenge for families. The study of the perception of access and consumption for their children, as well as the levels of awareness about the consequences, is an essential issue for the improvement of socialization processes. Along with these issues, we consider how they are facing them, from the perspective of family dynamics, that is, with what parenting styles fathers and mothers relate to their sons and daughters.

To find out about these issues, a survey was carried out in the Balearic Islands in the second half of 2022, obtaining a very high participation, finally having a sample of 2,592 families. One of the limitations is the unequal participation of fathers and mothers, with the latter being the ones who have participated in a majority way.

The results show that the level of awareness of their children's access and consumption is quite low, although awareness of the consequences and recognition of the need for education in emotions, affections and sexuality, for children and adolescents, as well as for the families themselves, are very high.

The study represents the first sociological analysis, with a representative sample of families, that provides guidance on the current situation of family dynamics in relation to the socialization processes mediated by pornography.

Keywords: access to pornography; pornography use; affective and sexual education; parenting styles; pornography; family socialization.

1. Introducción: acceso, consumo y consecuencias de la pornografía en la infancia y adolescencia

Desde 2008 el desarrollo de Internet con las tecnologías de cuarta generación se asocia con la creciente popularidad del contenido sexualmente explícito disponible en alta calidad, de manera rápida, sin necesidad de registrarse ni pagar (la mayoría de la oferta). Ese cambio se ha asociado a una mayor exposición al contenido pornográfico en línea a lo largo de la infancia y adolescencia, de manera intencionada o no. Se puede definir la pornografía en Internet como aquel material audiovisual, en especial filmaciones, que representa de una manera explícita la actividad sexual humana, aprovechando los modelos tradicionales de la conducta sexual humana (mujeres sumisas, prácticas de riesgo, violencia sexual, etc.) al margen de las orientaciones sexuales. Esta concepción de la pornografía se basa en el análisis de los productos que se distribuyen a través de las plataformas presentes en Internet y no en una consideración abstracta sobre la misma (McKee *et al.*, 2023). En cualquier caso, en el estudio se analiza la misma a partir de una consideración genérica: filmaciones de la actividad sexual humana distribuidas en Internet, al margen del tratamiento que se les dé a dichas filmaciones.

La investigación disponible para comprender las implicaciones sociales, interpersonales y sexuales de la exposición a la pornografía, tanto durante la adolescencia como en la edad adulta, ha producido resultados acreditados (Bóthe *et al.*, 2020; Ferguson & Hartley, 2022). Se ha podido establecer de manera consistente que el acceso se realiza a edades muy tempranas para un 17,5% de los niños y niñas (Ballester *et al.*, 2022). Las primeras experiencias, anteriores a los 12 años, se pueden identificar en términos de acceso y no tanto de consumo. Por ese motivo, los niños y las niñas han sido clasificados dependiendo de sus trayectorias de acceso. Los niños se suelen dividir en quienes no han tenido aún esas primeras experiencias, (1) quienes sí las han tenido, pero no han frecuentado la pornografía; (2) quienes han hecho un uso poco frecuente o un uso

ocasional; y (3) quienes han hecho un uso frecuente (más de 3 horas a la semana). En las niñas, las trayectorias, al margen de la no experiencia fueron (1) el uso poco frecuente y (2) el uso ocasional estable (Willoughby *et al.*, 2016). En cualquier caso, la posición de consumo en la mayoría de los estudios ha encontrado una asociación entre la exposición temprana (riesgo por acceso temprano) y el uso más frecuente más adelante en la vida (riesgo por consumo frecuente) (Nieh *et al.*, 2020).

Los años de la adolescencia son un periodo de crecimiento y exploración, interpersonal y sexual. Se ha estudiado el fuerte vínculo entre la exposición a la pornografía y el aumento de la adopción de determinados guiones sexuales por parte de los adolescentes, cambiando su percepción y actitudes en torno al sexo, construyendo un imaginario sexual caracterizado por recuperar modelos convencionales tóxicos para las relaciones igualitarias, en especial cuando hay consumo regular de pornografía (Wright & Donnerstein, 2014).

Peter y Valkenburg (2016) realizaron una revisión exhaustiva para sistematizar la investigación empírica que se publicó entre 1995 y 2015 sobre la prevalencia, los predictores y las implicaciones del uso de pornografía por parte de los adolescentes. Su análisis sugirió que el uso de pornografía se asociaba con la formación de las actitudes sexuales en la adolescencia, tendiendo a vincularse, por ejemplo, con creencias sexuales estereotipadas, con clara aceptación de los modelos de género más tóxicos (centralidad y dominio sexual masculino). La pornografía promueve los estereotipos de género y refuerza la idea del género femenino sumiso. También parecía estar relacionada con mayor presencia de la agresión sexual, tanto en términos de perpetración como de victimización (Peter & Valkenburg, 2016), en especial mediante el mecanismo de erotización de la violencia (Alario, 2021).

En la adolescencia se usa Internet para muchos propósitos. Un creciente número de investigaciones sugiere que con frecuencia, en la infancia y adolescencia se busca o se encuentra, sin buscar, contenido pornográfico. Un estudio que analizó la base motivacional para los adolescentes que ven regularmente pornografía incluyó como motivaciones la curiosidad sexual, el entretenimiento, la evasión emocional, la reducción del estrés, la fantasía, la evitación del aburrimiento, la falta de satisfacción sexual y la autoexploración como los principales factores para ver contenido pornográfico (Bóthe *et al.*, 2021). Sin embargo, las motivaciones que conducen al consumo problemático de pornografía (CPP) y otros efectos negativos son similares, aunque asociadas a otras carencias y características personales. Los adolescentes con bajo autocontrol emocional y conductual, impulsivos, así como aquellos con conductas no normativas tienen una mayor probabilidad de realizar un consumo problemático de pornografía (Beyens *et al.*, 2015). A medida que los adolescentes se hacen más mayores, con creciente margen de autonomía, si se mantienen los niveles de consumo y siguen buscando materiales cada vez más fuertes, se observa cómo se normalizan relaciones más disfuncionales y el consumo problemático de pornografía (CPP) (Lewczuk *et al.*, 2020). Hay que recordar que la calificación de «problemático» no es un juicio de valor, sino una acreditación de la propia percepción de daño. El CPP se asocia con desregulación emocional, hábitos de uso muy frecuentes y desconexión de la empatía (Bóthe *et al.*, 2023; Villena-Moya *et al.*, 2023).

Un estudio que evaluó las variables disposicionales, de desarrollo y sociales asociadas con la elevada frecuencia de consumo de pornografía en escolares adolescentes en España halló que ser hombre, el uso de sustancias, no ser musulmán, un mayor interés sexual y el uso de las redes sociales para obtener información sexual, aumentaban las probabilidades de ese consumo. La religiosidad se asoció con una disminución de la visualización de pornografía, especialmente en adolescentes varones (Farré *et al.*, 2020). En otro estudio, que comparó la visualización de pornografía, de alta y baja frecuencia, en un análisis longitudinal de 4 olas, en cada intervalo de medio año se encontró que la frecuencia elevada del uso de pornografía en niños era sustancialmente mayor en comparación con el de las niñas y el consumo de pornografía se asoció con el crecimiento acelerado de las actividades sexuales, para ambos sexos, en la adolescencia temprana y media (11 a 14 años) (Pirrone *et al.*, 2022). En general, estos estudios han revelado esa disparidad de género en el acceso y el consumo frecuente (Yu *et al.*, 2021), informando de que las niñas suelen consumir menos y de manera menos frecuente. Sin embargo, los consumos se van igualando a lo largo del tiempo (Ballester *et al.*, 2022). Finalmente, también se ha podido acreditar que los adolescentes bisexuales y homosexuales eran usuarios más frecuentes de pornografía que sus compañeros heterosexuales (Farré *et al.*, 2020).

La pornografía en línea no está regulada y diversos estudios han señalado que, en comparación con las modalidades tradicionales en papel o cintas de vídeo, en línea tiene imágenes mucho más violentas y representa prácticas extremas de sexualidad que aumentan las probabilidades de que estos comportamientos pasen a formar parte del imaginario sexual que quiera experimentarse. En las redes sociales y foros de *influencers* se refuerzan y promueven los consumos de materiales extremos, pero también lo hace el cansancio ante la visualización de prácticas convencionales. El principal problema con el desarrollo cognitivo de los adolescentes es que es posible que no puedan identificar los límites de la conducta basados en el respeto de la otra persona, el consenso de prácticas y el placer compartido. Esa pérdida de referentes promueve un comportamiento sexual problemático. Los adolescentes que participan en relaciones sexuales y comportamiento sexualmente abusivos generalmente muestran un acceso temprano y una exposición frecuente a la pornografía *hardcore* (Ballester *et al.*, 2022; Collins *et al.*, 2017; Dillard *et al.*, 2019).

En diversos estudios se ha acreditado que la violencia en las relaciones de pareja adolescente (física, sexual y de acoso) estaba fuertemente influenciada por la exposición a pornografía violenta. Ese consumo promueve la victimización hacia las mujeres, en relaciones sexualmente abusivas donde los hombres suelen ser los perpetradores (evaluados por la expectativa del mito de la violación, la sumisión, el abuso de sustancias y la actitud de igualdad de género) (Mestre-Bach *et al.*, 2023; Rostad *et al.*, 2019). Con frecuencia se informa de que las violaciones, los delitos violentos y las agresiones sexuales son más frecuentes en los adolescentes y jóvenes que pasaron más tiempo viendo contenido sexualmente explícito. Se ha identificado la reducción de la cultura de la protección, el no uso de preservativos y de episodios de violencia sexual que emulan el contenido en línea (Ballester, 2023; Chatterjee & Kar, 2023). También se ha podido identificar la relación entre el *sexting*, especialmente el *sexting* no consensual

(es decir, reenviar una imagen sexualmente explícita de una pareja de citas, pareja de relación, amigo, extraño o expareja) y el uso habitual de pornografía (van Oosten & Vandenbosch, 2020).

Al margen de lo que representa la pornografía *mainstream*, en el sentido que se ha presentado hasta aquí, los impactos en las relaciones interpersonales de la pornografía pueden resumirse en la Figura 1.

FIGURA 1
Sexualidad y relaciones interpersonales

Sexualidad y relaciones interpersonales		Impactos		
		Percepción alterada	Cambio de actitudes	Cambio de conductas
Riesgos	Riesgo por acceso	Recepción a edades reducidas. Formación del imaginario sexual pornográfico.	El "sexo" es lo que se ve en el porno. Modelado de conducta desde edades reducidas.	Conductas de iniciación del consumo. Captación de niñas y niños.
	Riesgo por consumo	El consumo frecuente normaliza la percepción alterada, facilita aceptación del porno hardcore	El consumo frecuente es precursor de conductas. Erotiza la violencia, reduce la empatía...	Se producen conductas de riesgo con parejas, reducción de la protección...
	Riesgo por contacto	Se deja de percibir el riesgo de compartir imágenes sexualmente explícitas	Internet (redes, influencers...) permite la captación, aceptación del mito del "capital erótico"...	Sexting tóxico, implicación en pornografía...

Tal y como se puede ver, podrían considerarse tres tipos de riesgos principales: por acceso desde edades muy reducidas, con consumo frecuente y por contacto con personas que se pretenderá captar para producir pornografía. Por otro lado, se pueden ver tres de los impactos más relevantes por lo que se refiere a las relaciones interpersonales: la distorsión de percepciones diversas, pero en especial aquellas relacionadas con el imaginario sexual. La formación de actitudes, entendidas como precursoras de conducta, en especial mediante el modelado de conducta. Finalmente, el impacto sobre las propias conductas, de manera no consciente o como búsqueda del «paso al acto» (Ballester *et al.*, 2022; Robb & Mann, 2023).

El papel de las familias. En vista de estos estudios, la importancia de la orientación de los padres con respecto a la exposición a la pornografía es obvia. La exposición a la pornografía a una edad temprana es una preocupación para los padres, educadores e investigadores. Los problemas sociales, de salud y para las relaciones interpersonales se han discutido como posibles consecuencias negativas del consumo habitual de pornografía en Internet (Ballester *et al.*, 2022; Beyens *et al.*, 2015; Lim *et al.*, 2016).

En el proceso de socialización, el papel de padres y madres es esencial, por ello, plantearse cómo afrontan el acceso y el consumo probables, desde muy jóvenes, tiene sentido. En cuanto a los estilos parentales de los progenitores, tanto los autoritarios como los negligentes conducen a una menor orientación actitudinal y de conducta, lo

que aumenta el consumo problemático de pornografía, mientras que los padres democráticos promueven mejor la salud sexual y las prácticas saludables (Boniel-Nissim *et al.*, 2019). Además del estilo parental basado en la comunicación de confianza, un mayor nivel socioeconómico, una dinámica familiar saludable (buen ambiente y resiliencia familiar) y un mayor apego a la escuela han sido algunos de los factores de protección identificados (Boniel-Nissim *et al.*, 2019; Mesch, 2009).

La familia educa activamente a través de modelos de identificación, del modelado de conducta, del lenguaje y la comunicación, así como del clima familiar (Shewark *et al.*, 2022; Stafford *et al.*, 2016). Algunos de estos aspectos, como la comunicación bidireccional con los hijos, atender a las necesidades que puedan tener, ofreciendo un clima familiar cálido y de confianza, son las que definen el estilo parental democrático (Boniel-Nissim *et al.*, 2019), el cual favorece la autoestima en la infancia y la estabilidad emocional, así como el desarrollo de la empatía y la relación positiva con los iguales (Carrillo *et al.*, 2018; Jabeen *et al.*, 2013).

Todos los agentes de socialización tienen responsabilidades en los procesos formativos. Se ha hablado con frecuencia de la educación afectiva y sexual en el contexto educativo, pero en menor medida del papel de las familias (Ballester & Sedano, 2022; Ballester *et al.*, 2022; Flores & Barroso, 2017). El presente estudio intenta ampliar la perspectiva sobre la posición de las familias, su capacidad para desarrollar factores de protección y evitar los factores de riesgo, con relación al acceso, consumo y consecuencias de la pornografía en la infancia y adolescencia. Las variables principales consideran los niveles de conciencia de padres y madres sobre el acceso, consumo y consecuencias de la pornografía por parte de sus hijos, así como los estilos parentales desarrollados por los progenitores. Ambas variables se han analizado de acuerdo a tres referencias fundamentales: (1) el trabajo de Lameiras *et al.* (2016), Ballester y Sedano (2022) y Robinson *et al.* (2017) sobre el papel de las familias en la socialización sexual de sus hijos e hijas; la tradición de análisis de las creencias familiares que da lugar a la investigación de Burke *et al.* (2023) sobre los enfoques familiares de la pornografía; pero, sobre todo, el trabajo de Boniel-Nissim junto con su equipo (Boniel-Nissim *et al.*, 2019) sobre concepciones familiares y estilos parentales en relación con el consumo de pornografía, en el cual se basa el cuestionario utilizado y que se presenta posteriormente.

2. Método

Antes de presentar otros aspectos de la metodología hay que aclarar que el estudio se basa en un enfoque descriptivo, solo parcialmente inferencial, dadas las limitaciones de una muestra con participación voluntaria. El estudio se planteó como una aproximación exploratoria de las creencias y estilos parentales con relación a la pornografía. Los aún limitados estudios sobre esta cuestión en España requieren de una fase exploratoria, en la cual se comprueben los planteamientos del análisis y ofrezcan líneas de actuación para desarrollar estudios casi-experimentales que puedan demostrar (no solo mostrar)

cómo algunas creencias limitan la socialización familiar, así como el papel de los estilos parentales en estudios longitudinales rigurosos.

El presente estudio, según el encargo del Instituto Balear de la Mujer (IBD, por sus siglas en catalán), tuvo por objetivo la realización de un diagnóstico sobre la percepción, niveles de consciencia y estilos parentales, de los padres y las madres en Baleares. Se estudió el conocimiento que tienen padres y madres de las prácticas de sus hijos e hijas, así como su concepción de la educación afectiva y sexual y otros temas clave para la prevención. También se estudiaron las prácticas centradas en comunicación, acciones educativas, igualdad, controles parentales y sus opiniones y expectativas sobre los temas tratados. A partir de la demanda se estructuró el estudio mediante la realización de encuestas, estrictamente anónimas, a madres y padres con hijos de entre 11 y 18 años.

El enfoque de la encuesta es preferentemente cuantitativo, pero incorpora la posibilidad de explicaciones a algunas de las cuestiones clave.

Participantes. La selección de la muestra de participantes se llevó a cabo por un procedimiento de muestreo de conglomerados. Las áreas territoriales consideradas fueron las Islas Baleares (Formentera, Ibiza, Mallorca —considerando Palma y Mallorca sin Palma— y Menorca), con un total de 5 estratos básicos. La afijación de la muestra se realizó mediante aproximación proporcional al tamaño poblacional de las áreas territoriales. La unidad primaria de muestreo fueron los centros educativos en los que se imparte la Educación Secundaria Obligatoria, controlando los niveles de concentración de participantes por centro, para evitar los efectos de la autocorrelación, es decir, la sobrerrepresentación de familias de características similares. El universo estaba determinado por madres y padres, con hijos e hijas escolarizados, así como por las personas con la tutela en los casos de acogimiento residencial. En cuanto a la muestra de familias, el equilibrio por sexo (padres/madres) y grupos de edad no se ha podido conseguir, dada la autoselección de las personas participantes (voluntariedad de participación) y la mayor implicación por parte de las madres en las consultas, mostrando un ejercicio de parentalidad más atento a las demandas del sistema educativo.

Para este estudio se dispuso de una muestra de 2592 cuestionarios realizados a personas a cargo de un adolescente de edad comprendida entre 11 y 18 años que se encuentre estudiando en un centro educativo de las Islas Baleares (54 centros educativos: IES, CEIP y otros). Del total de los cuestionarios llevados a cabo se han descartado 44 encuestas por estar mal cumplimentadas, con respuestas erráticas, manifiestamente erróneas o respuesta en menos del 25% de los ítems.

Todas las informaciones y opiniones recogidas están distribuidas por sexo de la persona que contesta. Aunque a veces hayan hablado entre los progenitores y responda la madre, esta respuesta diferencial puede determinar posiciones diferentes en el ejercicio de la parentalidad (Sedano & Ballester, 2020). Las tablas mostrarán si en alguna ocasión estas posiciones determinan opiniones o experiencias significativamente diferenciadas, siempre a partir de los resultados del Chi-cuadrado de Pearson.

Procedimiento de muestreo. Polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (islas, zonas) de forma exhaustiva y de las unidades secundarias (centros educativos) de forma aleatoria, con correcciones para garantizar equilibrio; y de las unidades últimas (individuos) por cuotas de sexo y edad.

Instrumento. Cuestionario en 3 bloques de contenido y un total de 62 preguntas o ítems de escalas. Preparado por el equipo de investigación específicamente para este estudio, validando el contenido, estructura y forma de las cuestiones mediante consulta de personas expertas.

Análisis de los datos. La muestra es representativa, a escala de las Islas Baleares, con un error real de muestreo de $\pm 1,96\%$ para un nivel de confianza del 95,5%, y $P = Q$, en el supuesto de muestreo aleatorio simple. Todos los análisis se han realizado con SPSS v.26 y con NVIVO Plus para las preguntas abiertas. Los estadísticos de contraste aplicados para las comprobaciones de las diferencias en las frecuencias son Chi-cuadrado de Pearson y la V de Cramer, ambos con p-valor único. Siempre que se habla de diferencias significativas el p-valor de los estadísticos es inferior a 0,05.

3. Resultados y discusión

Como se puede observar en la Tabla 1, la mayor representación de la muestra es la de progenitores, siendo el 98,2% de la muestra total. Por este motivo, a partir de ahora se hablará de madres y padres y se trabajará con la muestra completa.

En el caso de los progenitores, se observa que hay una diferencia significativa en relación con el sexo de los encuestados. En el 82,8% de la muestra quien responde es la madre. Estos resultados pueden encontrar explicación en que hay una mayor dedicación práctica y temporal por parte de las madres a la responsabilidad parental y la crianza de hijos e hijas (Guijarro *et al.*, 2021).

Hay que resaltar que en el caso de otras personas con responsabilidad parental, sean familiares o no, existe una diferencia entre sexos reducida, sean tutores y tutoras de centro de acogida residencial o familiares, en estos dos casos respondieron 23 hombres y 25 mujeres.

TABLA 1
Quién responde (informantes). Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Madre	Frecuencia	0	2146	2146
	%	0,0%	98,8%	82,8%
Padre	Frecuencia	398	0	398
	%	94,5%	0,0%	15,4%
Otro familiar con responsabilidad parental	Frecuencia	16	22	38
	%	3,8%	1,0%	1,5%
Tutora o tutor en un centro	Frecuencia	7	3	10
	%	1,7%	0,1%	0,4%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

A partir de ahora se hablará de «madres y padres».

Madres y padres juegan un papel esencial en la educación emocional, afectiva y sexual de sus hijos e hijas. Por este motivo, es muy importante que la familia tenga consciencia de la necesidad de educar a sus hijos e hijas en relación con una sexualidad positiva y sana, y que lo haga a través de la comunicación y de modelos de representación positivos.

Para conocer las opiniones de las figuras parentales se aplicó una escala de 27 ítems (Sedano & Ballester, 2020). Dicha escala, no diagnóstica, originariamente validó su contenido y estructura por jueces. La escala fue factorizada con la muestra del estudio para encontrar aquellas dimensiones fundamentales, fruto de la agrupación entre ítems con las mismas características semánticas, establecidas a partir del análisis de respuestas. Los factores identificados fueron 8, los cuales explican el 70,78% de la varianza, dejando fuera de los factores dos ítems con bajas saturaciones en los factores hallados (ítem 18 y 21). Los estadísticos del análisis ofrecen resultados excelentes, ya que la prueba Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación del muestreo obtiene un valor muy cercano al valor 1 (0,873) y la esfericidad de Barlett permite afirmar la prueba de homogeneidad de varianzas ($p = 0,000$).

Los 8 factores que se presentan, así como los ítems que los conforman (presentados por orden de importancia dentro del factor) son los siguientes:

- FACTOR 1. Hay que hablar sobre sexualidad y Educación Afectiva y Sexual (EAS) a hijos e hijas (ítems: 6, 5, 3, 2, 9, 8, 4, 1).
- FACTOR 2. Tenemos dudas sobre cómo hablar de sexualidad a hijos e hijas (ítems: 10, 11, 17).
- FACTOR 3. Preocupación por la edad de las primeras relaciones sexuales de hijos e hijas con otras personas (ítems: 25, 24).
- FACTOR 4. Los hijos y las hijas tienen interés en hablar sobre sexualidad (ítems: 14, 7, 20).
- FACTOR 5. La importancia de hablar sobre sexualidad con hijos e hijas antes de las relaciones (ítems: 23, 15).
- FACTOR 6. Confianza en el sistema educativo para hacer EAS en los centros educativos (ítems: 27, 12)
- FACTOR 7. La pornografía puede tener efectos poco saludables en la sexualidad de hijos e hijas (ítem: 13, 16, 26).
- FACTOR 8. Hay que evitar que hijos e hijas miren material pornográfico (ítems: 19, 22).

Las puntuaciones de los factores fueron transformadas a una escala ordinal de 1-5 (Muy en desacuerdo-Totalmente de acuerdo) con objeto de disponer de una escala común que permitiese la comparación y facilitar así la interpretación, ya que es la misma escala de las puntuaciones de los posicionamientos con la que quienes reciben este estudio están familiarizados. Para la conversión se equiparó el 5 con la puntuación máxima teórica del cuestionario y el 1 con la mínima. Este procedimiento es común en la presentación de resultados para facilitar la interpretación (Díaz-Aguado & Martínez-Arias, 2010).

En la muestra (Tabla 2) se observa cómo madres y padres son conscientes de la necesidad de hablar sobre sexualidad con sus hijos e hijas (95,1%), si bien se muestra una mayor preocupación por parte de las madres (95,3%) que de los padres (93,6%). El porcentaje de madres que no están de acuerdo es del 3,0%, mientras que un 4,3% de los padres se muestra en desacuerdo. La diferencia es también poco relevante. A pesar de que actualmente la figura del padre se encuentra más implicada que la generación precedente en la educación de hijos e hijas en el hogar, este continúa menos presente que la madre, mostrando un compromiso inferior al de las madres (Llin *et al.*, 2017). En todo caso, al margen de la menor presencia comparativa, queda patente la aceptación por parte de las familias de la necesidad de la formación en EAS a los y las jóvenes.

TABLA 2

FACTOR 1. Hay que hablar sobre sexualidad y EAS a hijos e hijas. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
En desacuerdo	Frecuencia	18	65	83
	%	4,3%	3,0%	3,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	6	27	33
	%	1,4%	1,2%	1,3%
De acuerdo	Frecuencia	26	93	119
	%	6,2%	4,3%	4,6%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	368	1977	2345
	%	87,4%	91,1%	90,5%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	421	2171
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Muchas madres y padres, a pesar de considerar necesario hablar sobre sexualidad con sus hijos e hijas, no saben muy bien cómo hacerlo o se ven inhibidos, ya sea por factores como el desconocimiento, falta de habilidades, por comodidad o a causa de la subestimación que estos tienen en relación con los comportamientos sexuales de sus hijos e hijas (Breuner *et al.*, 2016). En Baleares se puede observar que la mayoría no tiene dudas: un 51,4% lo dice claramente. Aunque este resultado es muy afortunado, hay que considerar que un 41,9% muestran una posición ambigua en relación con las dudas que tienen a la hora de hablar con sus hijos e hijas (Tabla 3).

En los últimos veinte o treinta años se ha observado una mayor implicación parental por parte de los padres, que dedican más atención a la crianza de sus hijos e hijas, una mayor preocupación de los padres por las necesidades emocionales de sus hijos e hijas (Raley & Sweeney, 2020), incluyendo, en esta implicación parental, la preocupación por sus primeras relaciones sexuales (64,4%) (Tabla 4). Por otra parte, se observa que hay un

número muy relevante de madres que presentan esta preocupación (68,2%). La sexualidad está considerada de manera distinta por hombres y por mujeres, estableciendo tensiones y contradicciones en la forma de vivir la sexualidad a causa del rol de poder y expectativas definidas vinculadas a los estereotipos de género (Ferrer & Bosch, 2019). Siguiendo este razonamiento, se puede comprender que las mujeres presentan una mayor preocupación en cuanto a las relaciones sexuales de sus hijos e hijas con otras personas.

TABLA 3

FACTOR 2. *Tenemos dudas sobre como hablar de sexualidad a hijos e hijas. Según sexo*

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	61	308	369
	%	14,5%	14,2%	14,2%
En desacuerdo	Frecuencia	159	805	964
	%	37,8%	37,1%	37,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	175	910	1085
	%	41,6%	41,9%	41,9%
De acuerdo	Frecuencia	13	100	113
	%	3,1%	4,6%	4,4%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	10	39	49
	%	2,4%	1,8%	1,9%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

A pesar de las dudas o de la incertidumbre que una parte de madres y padres dice tener con respecto a cómo hablar con sus hijos e hijas sobre sexualidad, un 65,9% confirma que los hijos e hijas tienen interés a hablar sobre sexualidad, ya sea directamente o sobre cuestiones relacionadas, sin diferencia por sexo de madres y padres (Tabla 5). Las madres reconocen más esta curiosidad (66,1%) que los padres (64,5%), pero la diferencia no es significativa ($p > 0,05$). Esto informa de una incorporación creciente de los padres a la comunicación sobre relaciones más íntimas de los hijos y las hijas. Los últimos estudios en Baleares muestran que los padres prefieren hablar con sus hijos y les cuesta más con sus hijas, mientras que las madres no hacen diferencias tan marcadas (Sedano & Ballester, 2020), pero sea como sea, hay una clara identificación de esta demanda.

Cabe destacar que un 4,8% cree que no existe este interés: otro 28,9% no se posiciona ni a favor ni en contra en esta cuestión, es decir, no termina de tener claro si hay o no interés, ya sea porque no se ha expresado directamente o porque les incomoda hablar sobre el tema.

TABLA 4

FACTOR 3. Preocupación por la edad de las primeras relaciones sexuales con otras personas de hijos e hijas. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	8	42	50
	%	1,9%	1,9%	1,9%
En desacuerdo	Frecuencia	12	59	71
	%	2,9%	2,7%	2,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	127	580	707
	%	30,2%	26,7%	27,3%
De acuerdo	Frecuencia	190	998	1188
	%	45,1%	46,0%	45,8%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	81	483	564
	%	19,2%	22,2%	21,8%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

TABLA 5

FACTOR 4. Los hijos y las hijas tienen interés en hablar sobre sexualidad. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	6	29	35
	%	1,4%	1,3%	1,4%
En desacuerdo	Frecuencia	17	72	89
	%	4,0%	3,3%	3,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	122	627	749
	%	29,0%	28,9%	28,9%
De acuerdo	Frecuencia	149	832	981
	%	35,4%	38,3%	37,8%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	124	602	726
	%	29,5%	27,7%	28,0%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

La naturalización de las relaciones sexuales actualmente fomenta la comprensión de este fenómeno y de la necesidad de hablar de él. Madres y padres resultan muy importantes para la educación emocional, afectiva y sexual de sus hijos e hijas, en un contexto de confianza y comunicación dentro de la relación parental, para la resolución de dudas y conflictos en este ámbito de socialización, de la misma manera que para dar apoyo y orientación a la hora de mantener relaciones saludables. Para que esto se pueda producir es importante que madres y padres comprendan la relevancia de esta cuestión. Justamente, el factor 5 trata este reconocimiento de la importancia de hablar de todo ello (Tabla 6).

El 89,9% de las madres y padres reconoce la importancia de que se hable, de hecho, la gran mayoría está muy de acuerdo en la importancia. Es decir, no hay duda de que, al margen de las dudas o de la percepción de la demanda, ha habido un elevado consenso en relación con la comunicación, dentro de la familia, antes de que tengan las primeras relaciones íntimas. No hay diferencias por sexo de los progenitores.

TABLA 6

FACTOR 5. Importancia de hablar sobre sexualidad con hijos e hijas antes de las relaciones. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	4	18	22
	%	1,0%	0,8%	0,8%
En desacuerdo	Frecuencia	1	7	8
	%	0,2%	0,3%	0,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	34	185	219
	%	8,1%	8,5%	8,4%
De acuerdo	Frecuencia	119	636	755
	%	28,3%	29,3%	29,1%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	260	1316	1576
	%	61,8%	60,6%	60,8%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

El consenso sobre la importancia de hablar de ello es elevado, la confianza en el sistema educativo para que trate estas cuestiones es también muy elevada (Tabla 7), el factor 6 informa de esta confianza. El sistema educativo ha ido ganando en confianza por parte de madres y padres en diversas cuestiones relevantes a la socialización, como el desarrollo de la autoestima, la autonomía y la responsabilidad. Este reconocimiento del sistema no puede hacer rehuir de su responsabilidad a madres y padres, pero permite ganar legitimidad a la hora de desarrollar programas de educación afectiva y sexual, con la colaboración de las familias.

Para que el alumnado reciba una educación emocional, afectiva y sexual de calidad es necesario que madres y padres jueguen un papel en ello, en colaboración con el personal educativo, los dos agentes de socialización más importantes actualmente y que pueden permitir hacer frente a la socialización difusa e irresponsable que proviene de las redes sociales y otros canales de comunicación en Internet.

En la muestra de Baleares hay un elevado consenso en el reconocimiento de los centros educativos (Tabla 7): un 80,6% de madres y padres confía en ellos, con una mayor confianza por parte de las madres (81,0%) que de los padres (78,1%). Si la coparentalidad entre las figuras parentales de una familia es muy recomendable, homogeneizando los criterios educativos, también lo es la necesidad de coherencia entre las familias y los centros educativos. Esta coherencia solo se consigue a partir de la colaboración, de la participación y de la formación de madres y padres.

TABLA 7

FACTOR 6. Confianza en el sistema educativo para hacer EAS en los centros educativos. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	3	11	14
	%	0,7%	0,5%	0,5%
En desacuerdo	Frecuencia	9	53	62
	%	2,1%	2,4%	2,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	77	339	416
	%	18,3%	15,6%	16,0%
De acuerdo	Frecuencia	181	993	1174
	%	43,0%	45,7%	45,3%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	148	766	914
	%	35,2%	35,3%	35,3%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Hay un elevado consenso en relación con los efectos poco saludables que puede llegar a provocar la pornografía (Tabla 8). Un 78,4% opina que efectivamente los efectos no son en particular positivos. La diferencia por sexo no es muy elevada, pero sí que es significativa ($p < 0,05$): un 75,8% de los padres, frente a un 78,9% de las madres, cree que puede provocar efectos poco saludables. Se debe tener en cuenta que el uso de la pornografía es mucho más relevante en hombres que en mujeres. Los estudios citados en el marco teórico insisten en esta diferenciación en la frecuencia del consumo y el tiempo dedicado, así como en la implicación emocional por parte de los hombres (por ejemplo, Solano *et al.*, 2018).

TABLA 8

FACTOR 7. La pornografía puede tener efectos poco saludables en la sexualidad de hijos e hijas. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	16	76	92
	%	3,8%	3,5%	3,5%
En desacuerdo	Frecuencia	11	72	83
	%	2,6%	3,3%	3,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	72	300	372
	%	17,1%	13,8%	14,4%
De acuerdo	Frecuencia	98	468	566
	%	23,3%	21,6%	21,8%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	221	1246	1467
	%	52,5%	57,4%	56,6%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

La comunicación entre madres y padres con sus hijos e hijas sobre pornografía puede ser incómoda: ya hemos visto que a veces les genera dudas. Las investigaciones de referencia muestran que el estilo parental (comunicación de confianza, autoritario o permisivo) y el género se asocian con estrategias de mediación parental (restrictivas, educativas o activas) en relación con la exposición a la pornografía (Boniel-Nissim *et al.*, 2019). Las madres y los padres autoritarios, permisivos o negligentes son más propensos a tener una comunicación disfuncional (es decir, de baja calidad) sobre la pornografía y, posteriormente, ser menos efectivos en su mediación en cuanto a la pornografía. Por contra, los padres que tienen más autoridad legítima, basada en la comunicación de confianza, tienen más probabilidades de percibir la gravedad del consumo de pornografía en sus hijos e hijas (baja o más alta), siendo más efectivos en su orientación educativa, reduciendo o evitando el consumo problemático de pornografía. También se sabe que los padres tienden a tener una comunicación más disfuncional sobre la pornografía que las madres y, por lo tanto, son menos efectivos en sus estrategias de orientación en cuanto al consumo de pornografía (Boniel-Nissim *et al.*, 2019).

El factor 8 se centra en la preocupación de las madres y los padres en relación con lo que hay que hacer. Hay un consenso elevado relacionado con la evitación del consumo de material pornográfico. Un 63,6% se muestra de acuerdo con este planteamiento, más por parte de las madres (63,9%) que de los padres (61,8%) (Tabla 9). Esta opinión parece coincidir con estrategias prohibicionistas, pero se puede afirmar que no se trata exactamente de eso, como se verá más adelante.

TABLA 9

FACTOR 8. Hay que evitar que hijos e hijas miren material pornográfico. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Muy en desacuerdo	Frecuencia	12	78	90
	%	2,9%	3,6%	3,5%
En desacuerdo	Frecuencia	20	106	126
	%	4,8%	4,9%	4,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Frecuencia	126	590	716
	%	29,9%	27,2%	27,6%
De acuerdo	Frecuencia	120	602	722
	%	28,5%	27,7%	27,9%
Totalmente de acuerdo	Frecuencia	140	786	926
	%	33,3%	36,2%	35,7%
NS o NC	Frecuencia	3	9	12
	%	0,7%	0,4%	0,5%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

En cuanto a la edad más indicada para hablar sobre afectividad y sexualidad con hijos e hijas (Tabla 10), hay una diferenciación en tres bloques, con importancia decreciente: primero los hay que opinan que hay que hablar desde los primeros años (31,0%), seguidos de los que piensan que se debe empezar a hablar de ello en Educación Primaria (30,4%) y, finalmente, los hay que creen que hay que esperar a la ESO (25,6%) y los que no lo tienen claro (10,4%). En cualquier caso, hay diferencias por sexo significativas ($p < 0,05$): según los hombres, solo un 24,5% cree que hay que empezar desde los primeros años, mientras opina así un 32,2% de las mujeres, es decir, hay casi un 8% de diferencia entre unos y otros.

La mayoría de expertos y expertas en educación afectiva y sexual consideran que no se debe esperar a la Educación Secundaria Obligatoria, con talleres que habitualmente se centran en prevenir el riesgo de embarazos no deseados y las infecciones de transmisión sexual. A los 12-13 años ya se han integrado muchos prejuicios, estereotipos y distorsiones: mucho más en el contexto actual de fácil acceso a la pornografía y a comunicaciones dudosas en las redes sociales. ¿Cuándo empezar? Hay un cierto consenso al indicar que se educa en emociones, afectos y sexualidad desde el nacimiento. Es cuando se acaricia al bebé, cuando se reconocen sus deseos y necesidades, o cuando se les corrige con rudeza una expresión de placer. Parece recomendable tener presente que antes de llegar a la pubertad se tendrían que conocer las emociones básicas, el cuerpo y sus cambios, las diferentes etapas y otras cuestiones relevantes (Lameiras & Carrera, 2009; Lameiras *et al.*, 2016).

TABLA 10

La edad más apropiada para hablar sobre afectividad y sexualidad con mi hija o hijo es... Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Desde los primeros años	Frecuencia	103	700	803
	%	24,5%	32,2%	31,0%
Coincidiendo con la educación primaria (4-11)	Frecuencia	125	663	788
	%	29,7%	30,5%	30,4%
Coincidiendo con la ESO	Frecuencia	129	535	664
	%	30,6%	24,6%	25,6%
No lo sé	Frecuencia	46	223	269
	%	10,9%	10,3%	10,4%
Otras edades	Frecuencia	9	24	33
	%	2,1%	1,1%	1,3%
No contesta	Frecuencia	9	26	35
	%	2,1%	1,2%	1,4%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Centrando el análisis en relación con la pornografía e Internet, la primera pregunta planteada hace referencia al tiempo dedicado a Internet, a las pantallas. Esta cuestión inicial permite establecer cuál es la percepción de madres y padres sobre la relación con Internet (Tabla 11). Como es evidente, las respuestas no incluyen los datos relativos al uso de pantallas en los centros educativos.

Los resultados son muy expresivos (Tabla 11), prácticamente no hay hijos o hijas que no consuman cada día Internet, el porcentaje es de un 3,5%, casi inapreciable. Mientras el nivel de consumo bajo, ocasional o inferior a una hora llega a un 12,4%, prácticamente sin diferencias en la apreciación de madres y padres.

El nivel de consumo medio, de una hora diaria, llega al 14,6% de los hijos e hijas, mientras que el nivel alto de consumo, de 2 o más horas diarias, afecta al 46,2% de los hijos e hijas. Este nivel más alto de consumo es identificado significativamente de una manera diferente por madres y padres, pues los primeros solo lo estiman en un 22,6%, mientras que las madres lo estiman en un 50,8% ($p = 0,000$).

TABLA 11

Creo que el tiempo que mi hijo o hija dedica al día al acceso online (videojuegos, redes sociales, Internet en general, etc.) es... Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
No miran nada	Frecuencia	14	76	90
	%	3,3%	3,5%	3,5%
Miran ocasionalmente	Frecuencia	22	148	170
	%	5,2%	6,8%	6,6%
Inferior a 1 hora	Frecuencia	32	119	151
	%	7,6%	5,5%	5,8%
Aproximadamente 1 hora	Frecuencia	111	268	379
	%	26,4%	12,3%	14,6%
Aproximadamente 2 o 3 horas	Frecuencia	76	964	1040
	%	18,1%	44,4%	40,1%
4 o más horas	Frecuencia	19	138	157
	%	4,5%	6,4%	6,1%
NS o NC	Frecuencia	147	458	605
	%	34,9%	21,1%	23,3%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Las estimaciones de uso de Internet, según los grupos de edad de madres y padres, ofrece diferencias significativas ($p < 0,05$). Los menores de 40 años consideran que el alto nivel de consumo afecta al 59,7% de los hijos e hijas, mientras que los de 50 o más años consideran que afecta al 33,3%. Hay que decir que este grupo conoce mucho menos el nivel de uso de sus hijos e hijas, ya sea porque son mayores o porque se han preocupado menos, puesto que el 34,4% no responde, frente a un 6,8% de no respuesta entre madres y padres más jóvenes.

Para empezar a plantear de forma directa preguntas sobre pornografía a madres y padres se ha introducido una pregunta aparentemente neutra, ya que no habla de sus hijos o hijas: se les ha preguntado a qué edad creen que niños y adolescentes empiezan a consumir pornografía. La pregunta se ha diferenciado por sexo. Cuando se habla de los HIJOS (Tabla 12), las respuestas muestran una clara consciencia de las bajas edades del primer contacto con la pornografía en Internet, el 19,7% considera que llegan a la pornografía antes de los 12 años y un 51,5%, que se empieza a consumir entre los 12 y los 14. Es decir, un 71,1% considera que empiezan con 14 o menos años.

Encontramos diferencias entre madres y padres: los primeros solo aceptan estas edades de consumo en un 39,0%, mientras que las madres lo reconocen en un 77,4% de los hijos. Cabe destacar que la no respuesta entre los padres llega hasta el 54,6%, como si no quisieran hablar del tema, mientras entre las madres solo es del 8,5%.

TABLA 12

¿A qué edad piensa que niños y adolescentes empiezan a consumir pornografía? ELLOS. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Antes de los 12 años	Frecuencia	49	461	510
	%	11,6%	21,2%	19,7%
Entre los 12 y los 14	Frecuencia	115	1219	1334
	%	27,3%	56,1%	51,5%
Posteriormente a los 14	Frecuencia	27	307	334
	%	6,4%	14,1%	12,9%
NS o NC	Frecuencia	230	184	414
	%	54,6%	8,5%	16,0%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuando la misma cuestión se refiere a las HIJAS (Tabla 13), las edades de inicio se consideran como más elevadas, así mientras que con los hijos se consideraba que empezaban con 14 o menos años en un 71,1%, en cuanto a las hijas se considera que esto mismo pasa en un 61,4%. Por lo tanto, hay una diferencia significativa ($p < 0,05$). También hay una diferencia significativa entre madres y padres en el reconocimiento de este acceso ($p < 0,05$): un 29,7% de los padres cree que las hijas acceden a estas bajas edades, mientras las madres creen que ocurre en un 67,7% de los casos. Como en la cuestión anterior, la diferencia en la no respuesta es también relevante: un 59,6% de los padres no saben o no contestan, mientras que solo lo hace un 13,9% de las madres. Quizás es cierto que no lo saben, ya que su implicación todavía es más reducida que la de las madres.

Para aclarar la base del posicionamiento era necesario saber cuál era la edad de sus hijos o hijas, si solo tenían uno, o del hijo o la hija de mayor edad, si tenían más de uno. Esto aporta perspectiva sobre el tiempo que han tenido hijos o hijas para desarrollar sus prácticas en relación con Internet, la pornografía y otros. El resumen de los datos, sin considerar a las madres y los padres que no tienen HIJOS (porcentajes calculados respecto a 1917 madres y padres con hijos) permite comprobar cómo se distribuyen los datos de los HIJOS:

- Un 23,7% tienen 11 o 12 años.
- Un 21,2% tienen entre 12 y 14 años.
- Un 30,9% tienen 14 o más años.
- Un 24,2% prefiere no contestar.

TABLA 13

¿A qué edad piensa que niñas y adolescentes empiezan a consumir pornografía? ELLAS. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Antes de los 12 años	Frecuencia	27	354	381
	%	6,4%	16,3%	14,7%
Entre los 12 y los 14	Frecuencia	95	1115	1210
	%	22,6%	51,4%	46,7%
Posteriormente a los 14	Frecuencia	48	400	448
	%	11,4%	18,4%	17,3%
NS o NC	Frecuencia	251	302	553
	%	59,6%	13,9%	21,3%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

El resumen de los datos, sin considerar a las madres y los padres que no tienen HIJAS (porcentajes calculados respecto a 1760 madres y padres con hijas) permite comprobar cómo se distribuyen los datos de las HIJAS:

- Un 24,1% tienen 11 o 12 años.
- Un 23,4% tienen entre 12 y 14 años.
- Un 28,2% tienen 14 o más años.
- Un 24,4% prefiere no contestar.

La distribución está equilibrada por edad, al margen de la no respuesta, con presencia de menores y mayores. Esto permite moderar las interpretaciones que requieren más años para poderse desarrollar, como las consecuencias del consumo habitual de pornografía. Por este motivo se deben hacer algunos cálculos específicos, por ejemplo, recortando la muestra para no incluir las edades inferiores.

Mientras la gran mayoría opina sobre las edades de inicio de los hijos y las hijas de los otros o de los hijos y las hijas teóricos, cuando se habla de sus hijos e hijas, el reconocimiento de consumo es muy reducido, como ya se había observado en otros estudios (Sedano & Ballester, 2020; Wright *et al.*, 2023).

En la muestra, solo se reconocen como «posible» o «seguro» consumo en un 3,7% de los hijos (Tabla 14) y en un 1,7% de las hijas (Tabla 15). Si el cálculo se hace depurado, retirando los que no tienen hijos o no tienen hijas, el resultado continúa siendo muy bajo: reconocen posible o seguro consumo en un 5,1% de los hijos (Tabla 14) y en un 2,6% de las hijas (Tabla 15). Cabe destacar que el nivel de no respuesta es elevado entre las madres y los padres, siempre superior al 40%.

Haciendo los cálculos de los que sí consumen sin considerar los padres sin hijos o hijas y sin las madres y padres que no contestan, es decir, calculando los porcentajes

solo en relación con madres y padres que contestan efectivamente y tienen hijos o hijas, se llega a un 13,2% de consumo entre los hijos y un 6,9% entre las hijas.

Como es evidente, se trata de una percepción distorsionada, infraestimando el consumo de los propios hijos e hijas, o se trata de una respuesta que oculta de manera intencionada el consumo. Las respuestas del alumnado han mostrado niveles de consumo completamente diferentes de aquellos reconocidos por madres y padres. Sea por el motivo que sea, la baja consciencia de consumo les permite no confrontarse con la necesidad de plantearse directamente el tema.

TABLA 14

¿Sus HIJOS ven pornografía? Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
No lo sé	Frecuencia	32	173	205
	%	7,6%	8,0%	7,9%
Creo que no	Frecuencia	29	196	225
	%	6,9%	9,0%	8,7%
Seguro que no	Frecuencia	25	183	208
	%	5,9%	8,4%	8,0%
Sí, pero muy poco	Frecuencia	12	35	47
	%	2,9%	1,6%	1,8%
Sí	Frecuencia	16	34	50
	%	3,8%	1,6%	1,9%
No contesta	Frecuencia	197	985	1182
	%	46,8%	45,4%	45,6%
No tengo HIJOS	Frecuencia	110	565	675
	%	26,1%	26,0%	26,0%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Hay que destacar que en esta cuestión no se puede hacer la comparación entre madres y padres, ya que si se retiran a los padres sin hijos o sin hijas y los padres que no contestan (Tabla 14 y Tabla 15), entonces la submuestra de padres se reduce limitando la comparación fiable.

Una cuestión relacionada con la interpretación de estos resultados es que no se ha preguntado sobre las frecuencias de consumo que estiman madres y padres, las cuales podrían ser muy bajas: muchas conocen la pornografía, pero la frecuentan poco. Lo sabemos por los resultados de las encuestas contestadas por las adolescentes (Ballester *et al.*, 2022).

TABLA 15
¿Vuestras HIJAS ven pornografía? Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
No lo sé	Frecuencia	23	115	138
	%	5,5%	5,3%	5,3%
Creo que no	Frecuencia	44	210	254
	%	10,5%	9,7%	9,8%
Seguro que no	Frecuencia	27	186	213
	%	6,4%	8,6%	8,2%
Sí, pero muy poco	Frecuencia	3	15	18
	%	0,7%	0,7%	0,7%
Sí	Frecuencia	2	25	27
	%	0,5%	1,2%	1,0%
No contesta	Frecuencia	174	936	1110
	%	41,3%	43,1%	42,8%
No tengo HIJOS	Frecuencia	148	684	832
	%	35,2%	31,5%	32,1%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

A pesar de ello, madres y padres reconocen niveles de consumo irrealistas. Las siguientes tablas permiten completar claramente las interpretaciones a partir de otros planteamientos, por ejemplo, la preocupación del nivel de consumo de pornografía de los hijos y las hijas, el cual vuelve a aportar datos más realistas (Tabla 16).

Para continuar precisando estas cuestiones, se ha preguntado sobre la preocupación por el consumo de pornografía, tanto si sus hijos o hijas consumían como si no consumían, según madres y padres.

Empezando por la preocupación por el consumo entre los HIJOS (Tabla 16), los resultados indican elevados niveles de preocupación. Si se calculan los porcentajes sin tener en cuenta a las madres y los padres que no tienen hijos, un 66,61% están preocupados (bastante o mucho) por el consumo de pornografía en sus hijos. La preocupación es significativamente más elevada entre las madres (66,61%) que entre los padres (54,98%) ($p < 0,05$).

La percepción de que las HIJAS consumen con un nivel y frecuencia más bajo es claramente identificada por madres y padres, pero esto no hace que baje la preocupación por este consumo (Tabla 17). Volviendo a calcular los porcentajes sin considerar a madres y padres sin hijas, el 68,52% están bastante o muy preocupados. También se observa una diferencia significativa ($p < 0,05$) entre padres (64,10%) y madres (69,33%): los padres se preocupan por el consumo de sus HIJOS en un 54,98%, pero se preocupan por el consumo de sus HIJAS en un 64,10%. La preocupación de las madres es mucho más estable por el consumo de los hijos (66,61%) y por el consumo de las hijas (69,33%).

TABLA 16

Tanto si consume, como si no lo hace, ¿le preocupa el consumo de pornografía de sus HIJOS? Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Mucho	Frecuencia	60	369	429
	%	14,3%	17,0%	16,6%
Bastante	Frecuencia	111	737	848
	%	26,4%	33,9%	32,7%
Poco	Frecuencia	21	57	78
	%	5,0%	2,6%	3,0%
Nada	Frecuencia	4	10	14
	%	1,0%	0,5%	0,5%
NS o NC	Frecuencia	115	433	548
	%	27,3%	19,9%	21,1%
No tengo HIJOS	Frecuencia	110	565	675
	%	26,1%	26,0%	26,0%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

La diferenciación puede tener diversas explicaciones, pero la más consistente es que todavía hay un trato desigual de los hijos y las hijas. Parece evidente que un elevado consumo entre los hijos o entre las hijas les afecta siempre a ellos y a ellas. En cualquier caso, el nivel de preocupación es elevado y esta consciencia de que puede haber consecuencias para la sexualidad saludable justifica el desarrollo de actuaciones educativas, como después se podrá comprobar.

Como se ha destacado antes, la investigación ha mostrado que el estilo parental con mejores resultados es el que promueve comunicación de confianza y de normatividad democrática, mientras los peores estilos parentales son el permisivo-negligente y el autoritario (Boniel-Nissim *et al.*, 2019). Para explorar las estrategias que desarrollan las madres y los padres en Baleares, se planteó la siguiente pregunta: ¿qué haría si encontrase un sitio de pornografía en el navegador web de los dispositivos que usan sus hijos e hijas? Las opciones planteaban estrategias características de cada estilo educativo parental (Tabla 18):

- Estilo autoritario: (1) Contratar un filtro parental sin decirle nada; (2) Castigarle sin móvil una temporada.
- Estilo educativo basado en la comunicación de confianza y de normatividad democrática: (3) Contratar un filtro personal y hablar de ello; (4) Hablar del tema.
- Estilo educativo permisivo: (5) No haría nada en especial, es normal que exploren y sientan curiosidad.

TABLA 17

Tanto si consume, como si no lo hace, ¿le preocupa el consumo de pornografía de sus HIJAS? Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Mucho	Frecuencia	65	433	498
	%	15,4%	19,9%	19,2%
Bastante	Frecuencia	110	598	708
	%	26,1%	27,5%	27,3%
Poco	Frecuencia	15	48	63
	%	3,6%	2,2%	2,4%
Nada	Frecuencia	2	14	16
	%	0,5%	0,6%	0,6%
NS o NC	Frecuencia	81	394	475
	%	19,2%	18,1%	18,3%
No tengo HIJAS	Frecuencia	148	684	832
	%	35,2%	31,5%	32,1%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Las respuestas son reveladoras del estilo educativo parental dominante, claramente en Baleares es el que está basado en comunicación de confianza y de normatividad democrática. Un 69,5% optó por las estrategias 3 y 4, con una diferencia significativa ($p < 0,05$) entre padres (63,4%) y madres (70,7%). Esta diferencia no es porque los padres opten por estilos autoritarios o permisivos, sino porque no saben muy bien qué hay que hacer. La no respuesta en el conjunto de la muestra es elevada (24,0%), pero significativamente más elevada entre los padres (31,6%) que entre las madres (22,5%).

De los datos anteriores se puede concluir que probablemente sea necesario desarrollar opciones formativas para madres y padres. En este sentido, se han planteado una serie de cuestiones para concretar el contenido relativo a la formación dedicada a las familias. La primera cuestión se refiere a la necesidad de formarse en relación con la comunicación sobre pornografía para hablar con eficacia y confianza (Tabla 19). Un 66,0% de las madres y los padres ha contestado afirmativamente, con respuestas que consideran esta cuestión importante, bastante importante o muy importante. A pesar de ser mayoritaria, en esta valoración hay diferencias significativas ($p < 0,05$) entre padres (57,3%) y madres (67,8%). El resto se concentra en la no respuesta (28,7%), por lo tanto, casi no hay posicionamientos en contra de esta necesidad formativa (solo un 5,2%).

TABLA 18

¿Qué haría si encontrase un sitio de pornografía en el navegador web de los dispositivos que usan sus hijos e hijas? Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Contratar un filtro parental sin decirle nada	Frecuencia	3	35	38
	%	0,7%	1,6%	1,5%
Castigarle sin móvil una temporada	Frecuencia	2	41	43
	%	0,5%	1,9%	1,7%
Contratar un filtro parental y hablar de ello	Frecuencia	79	433	512
	%	18,8%	19,9%	19,8%
Hablar del tema	Frecuencia	188	1102	1290
	%	44,7%	50,8%	49,8%
No haría nada en especial, es normal que exploren y sientan curiosidad	Frecuencia	11	32	43
	%	2,6%	1,5%	1,7%
Otros	Frecuencia	5	39	44
	%	1,2%	1,8%	1,7%
NS o NC	Frecuencia	133	489	622
	%	31,6%	22,5%	24,0%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

La segunda cuestión, considerada clave, es la necesidad de mejorar la comunicación sobre sexualidad (Tabla 20). Un 69,6% de las madres y los padres ha contestado afirmativamente, con respuestas que consideran esta cuestión importante, bastante importante o muy importante. También se observan diferencias significativas ($p < 0,05$) entre padres (64,6%) y madres (70,6%). La no respuesta continúa siendo alta (28,7%). En esta pregunta han bajado los posicionamientos en contra de esta necesidad formativa (apenas un 1,7%).

La tercera cuestión planteada se refiere al acceso seguro a Internet (Tabla 21), ya que ha sido uno de los temas fundamentales a lo largo de los últimos años. El acceso seguro a los contenidos de Internet es una de las preocupaciones más relevantes de las madres y los padres, especialmente cuando la presencia de la cultura de pantallas es tan importante en las vidas de los hijos e hijas. Buena parte de la actividad educativa ya se hace en un contexto de pantallas, por lo que la educación digital y el acceso seguro se han vuelto preocupaciones fundamentales de las madres y los padres responsables.

TABLA 19

¿Qué temas concretos cree que son más importantes y se deberían incluir en una formación dedicada a familias?
COMUNICACIÓN SOBRE PORNOGRAFÍA. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Nada importante	Frecuencia	14	40	54
	%	3,3%	1,8%	2,1%
Poco importante	Frecuencia	20	61	81
	%	4,8%	2,8%	3,1%
Importante	Frecuencia	36	180	216
	%	8,6%	8,3%	8,3%
Bastante importante	Frecuencia	101	397	498
	%	24,0%	18,3%	19,2%
Muy importante	Frecuencia	104	895	999
	%	24,7%	41,2%	38,5%
NS o NC	Frecuencia	146	598	744
	%	34,7%	27,5%	28,7%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente:

TABLA 20

¿Qué temas concretos cree que son más importantes y se deberían incluir en una formación dedicada a familias?
COMUNICACIÓN SOBRE SEXUALIDAD. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Nada importante	Frecuencia	2	18	20
	%	0,5%	0,8%	0,8%
Poco importante	Frecuencia	6	17	23
	%	1,4%	0,8%	0,9%
Importante	Frecuencia	22	70	92
	%	5,2%	3,2%	3,5%
Bastante importante	Frecuencia	120	651	771
	%	28,5%	30,0%	29,7%
Muy importante	Frecuencia	130	811	941
	%	30,9%	37,4%	36,3%
NS o NC	Frecuencia	141	604	745
	%	33,5%	27,8%	28,7%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente:

Los trabajos sobre la cultura de pantallas insisten en la necesidad de identificar buenas prácticas para recomendar a las familias, básicamente orientadas a desarrollar Internet como contexto seguro (Aznar-Martínez *et al.*, 2022). Algunas de las buenas prácticas recomendadas incluyen las cinco siguientes:

- Comunicación de confianza en la familia, desde la infancia, en especial: comunicación sobre las malas experiencias en línea.
- Seguridad de los aparatos y el *software* que se utiliza: controles de seguridad y privacidad de los equipos que usan los miembros de la familia. Enseñar que no deben compartir nunca sus contraseñas.
- Seguridad del uso que se hace: educar en la cultura de la privacidad, asegurando que los perfiles estén protegidos y que cuando se tenga que dar el nombre no se asocie a teléfonos o direcciones privadas. Saber identificar el ciberacoso, en todas sus variantes. Recomendar que nunca queden con personas que solo conozcan por Internet.
- Crear la cultura del cumplimiento de las normas, garantizando por ejemplo que se respeten los límites de edad de webs y aplicaciones que les interesan.
- Seguridad de las imágenes que se comparten: atención a los detalles que aparecen en las fotografías.

Como se puede observar en la Tabla 21, hay un elevado consenso respecto a esta cuestión, con un 70,3% de madres y padres que la consideran importante, bastante importante o muy importante. Hay diferencia entre padres (66,0%) y madres (71,2%), pero en los dos grupos se expresa una mayoría a favor. La no respuesta representa el 28,0%, de tal manera que o están de acuerdo en que se trate el tema o no lo tienen claro. Solo un 1,7% piensa que se puede prescindir de hacer formación sobre este tema.

TABLA 21

¿Qué temas concretos cree que son más importantes y se deberían incluir en una formación dedicada a familias? ACCESO SEGURO A INTERNET. Según sexo

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Nada importante	Frecuencia	2	18	20
	%	0,5%	0,8%	0,8%
Poco importante	Frecuencia	1	23	24
	%	0,2%	1,1%	0,9%
Importante	Frecuencia	24	66	90
	%	5,7%	3,0%	3,5%
Bastante importante	Frecuencia	120	633	753
	%	28,5%	29,2%	29,1%
Muy importante	Frecuencia	134	846	980
	%	31,8%	39,0%	37,8%
NS o NC	Frecuencia	140	585	725
	%	33,3%	26,9%	28,0%
Total	Frecuencia	421	2171	2592
	%	100,0%	100,0%	100,0%

4. Conclusiones

La posición de las madres y los padres respecto de la educación afectiva y sexual de hijos e hijas y sobre la pornografía, se puede resumir en ocho cuestiones clave:

1. Hay que hablar sobre sexualidad y EAS a hijos e hijas. Madres y padres son conscientes de la necesidad de hablar sobre sexualidad con sus hijos e hijas (95,1%), si bien se muestra una mayor preocupación por parte de las madres (95,3%) que de los padres (93,6%).
2. «No tenemos dudas sobre cómo hablar de sexualidad a hijos e hijas». La mayoría no tiene dudas: un 51,4% lo dice claramente. Aunque este resultado es muy afortunado, hay que considerar que un 41,9% muestra una posición ambigua en relación con las dudas que tienen a la hora de hablar con sus hijos e hijas.
3. Hay preocupación por la edad de las primeras relaciones sexuales de hijos e hijas con otras personas. Para los padres la preocupación por las primeras relaciones sexuales llega al 64,4%, mientras que esta preocupación afecta al 68,2% de las madres.
4. Hijos e hijas tienen interés en hablar sobre sexualidad. Un 65,9% confirma que los hijos y las hijas tienen interés en hablar sobre sexualidad, sea directamente o sobre cuestiones relacionadas, sin diferencia por sexo de madres y padres.
5. Importancia de hablar sobre sexualidad con hijos e hijas antes de las relaciones. El 89,9% de las madres y los padres reconoce la importancia de hablar sobre sexualidad, de hecho, esta percepción es muy mayoritaria.
6. Confianza en el sistema educativo para hacer EAS en los centros educativos. Hay un elevado reconocimiento de los centros educativos: un 80,6% de madres y padres confía en ellos, con una mayor confianza por parte de las madres (81,0%) que de los padres (78,1%).
7. La pornografía puede tener efectos poco saludables en la sexualidad de hijos e hijas. Hay un elevado consenso en relación con los efectos poco saludables que puede llegar a provocar la pornografía. Un 78,4% opina que, efectivamente, los efectos no son especialmente positivos.
8. Hay que evitar que hijos e hijas miren material pornográfico. Hay un consenso elevado en relación con la evitación del consumo de material pornográfico. Un 63,6% se muestra de acuerdo con este planteamiento, más por parte de las madres (63,9%) que de los padres (61,8%). Esta opinión parece coincidir con estrategias prohibicionistas, pero no es exactamente esto, sino más bien se propone generar respuestas a la curiosidad, la educación de los afectos y la sexualidad al margen del mercado pornográfico, favoreciendo su reducción de importancia y su abolición.

El nivel de consciencia del acceso y consumo de sus hijos e hijas es bastante reducido, aunque la conciencia sobre las consecuencias y el reconocimiento de la necesidad de la educación de las emociones, afectos y la sexualidad, para niños, niñas y adolescentes, así como para las propias familias, son muy elevadas.

Si se habla de la infancia y adolescencia, es decir, si no se habla de sus hijos e hijas, se reconoce que hay un acceso generalizado a la pornografía, que las edades de inicio

son reducidas, que el consumo no promueve una sexualidad saludable, que deberían hablar sobre emociones y sexualidad en las familias, también que confían en los centros educativos para hacerlo de una manera científica correcta y estructurada.

Finalmente, parece bastante claro que el estilo parental mayoritario, con mucha diferencia, para abordar estas cuestiones y otras, es el estilo basado en la comunicación de confianza. Esta constatación permite que los planteamientos anteriores se complementen bien con dinámicas prometedoras, siempre que se mejoren las opciones formativas, basadas en el conocimiento científico, respecto de la realidad digital, la cultura de pantallas, así como de las emociones, afectos, relaciones y la sexualidad. Se trata de una cuestión urgente y de un reto para los próximos años.

Contribución de autoría

- Ballester: Dirección de la investigación, Estructura del trabajo, metodología, investigación/análisis, coordinación, supervisión.
- Sandra Sedano: Dirección de la investigación, revisión del manuscrito, investigación/análisis.
- Judith Lorente-De-Sanz: Estructura del trabajo, adquisición de datos, edición, figuras, revisión del manuscrito, investigación/análisis.
- Berta Aznar-Martínez: Estructura del trabajo, adquisición de datos, edición, figuras, revisión del manuscrito, investigación/análisis.
- Los autores son responsables del contenido del artículo y de haber contribuido a la concepción, diseño y realización del trabajo, análisis e interpretación de datos, y de haber participado en la redacción del texto y sus revisiones, así como en la aprobación de la versión que finalmente se remite.

Financiación:

Proyecto encargado y financiado por el Institut Balear de la Dona (IBD) y el Ministerio de Igualdad, en el segundo semestre de 2022, mediante el encargo de gestión: "Servei per a la realització de l'estudi sobre l'impacte de la pornografia en la infància i joventut de les Illes Balears" (MEDPRO 6731/2022), gestionado por la Fundación Universidad y Empresa (FUEIB-UIB).

Referencias

- Alario, M. (2021). *Política sexual de la pornografía. Sexo, desigualdad, violencia*. Cátedra.
- Aznar-Martínez, B., Casarramona, A., Lorente-De-Sanz, J., Grané, J., Castillo Garayoa, J., Vall, B., & Pérez-Testor, C. (2022). Formas telemáticas de control de acceso a la pornografía para menores y abordaje integral de los retos del espacio digital. En V. Milano (Dir.), *Estudio sobre pornografía en las Islas Baleares: acceso e impacto sobre la adolescencia, derecho internacional y nacional aplicable y soluciones tecnológicas de control y bloqueo* (pp. 28–287). Institut Balear de la Dona.
- Ballester, L. (2023). Asociación entre el consumo de pornografía y las actitudes y conductas de agresión sexual. En A. Díaz Velázquez (Coord.), *La violencia sexual: sus causas y sus manifestaciones* (pp. 13–44). Dykinson.
- Ballester, L., & Sedano, S. (2022). La implicación de las madres y los padres en la educación afectiva y sexual. En P. Sahuquillo Mateo, V. Riquelme Soto & P. Cánovas Leonhardt (Coords.), *Educación, familias e infancia: desafíos y propuestas* (pp. 285–316). Tirant Humanidades.
- Ballester, L., Sedano, S., Aznar-Martínez, B., Cabellos, A., Lorente, J., & Nadal, M. (2022). Diagnóstico sobre acceso, consumo e implicaciones de la nueva pornografía en línea en las Islas Baleares. En V. Milano (Dir.), *Estudio sobre pornografía en las Islas Baleares: acceso e impacto sobre la*

adolescencia, derecho internacional y nacional aplicable y soluciones tecnológicas de control y bloqueo (pp. 28–287). Institut Balear de la Dona.

- Beyens, I., Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). Early adolescent boys' exposure to Internet pornography: Relationships to pubertal timing, sensation seeking, and academic performance. *The Journal of Early Adolescence*, 35(8), 1045–1068. <https://doi.org/10.1177/0272431614548069>
- Boniell-Nissim, M., Efrati, Y., & Dolev-Cohen, M. (2019). Parental mediation regarding children's pornography exposure: The role of parenting style, protection motivation and gender. *Journal of Sex Research*, 57(1), 42–51. <https://doi.org/10.1080/00224499.2019.1590795>
- Bóthe, B., Demirgöl, S. A., & Demetrovics, Z. (2023). Problematic Pornography Consumption Scale (PPCS). En C. U. Krägeloh, M. Alyami & O. N. Medvedev (Eds.), *International Handbook of Behavioral Health Assessment* (pp. 1–16). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89738-3_47-2
- Bóthe, B., Tóth-Király, I., Bella, N., Potenza, M. N., Demetrovics, Z., & Orosz, G. (2021). Why do people watch pornography? The motivational basis of pornography use. *Psychology of Addictive Behaviors*, 35(2), 172–186. <https://doi.org/10.1037/adb0000603>
- Bóthe, B., Tóth-Király, I., Potenza, M. N., Orosz, G., & Demetrovics, Z. (2020). High-frequency pornography use may not always be problematic. *Journal of Sexual Medicine*, 17(4), 793–811. <https://doi.org/10.1016/j.jsxm.2020.01.007>
- Breuner, C. C., Mattson, G., & Committee on Psychosocial Aspects of Child and Family Health. (2016). Sexuality education for children and adolescents. *Pediatrics*, 138(2), e20161348. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1348>
- Burke, S., Purvis, M., Sandiford, C., & Klettke, B. (2023). "It's Not a One-Time Conversation": Australian Parental Views on Supporting Young People in Relation to Pornography Exposure. *Psych*, 5(2), 508–525. <https://doi.org/10.3390/psych5020034>
- Carrillo, E., Civís, M., Andrés, T., Longás, E., & Riera, J. (2018). Condicionantes del éxito y fracaso escolar en contextos de bajo nivel socioeconómico. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 2(1), 75–94. https://doi.org/10.21703/rexe.Especial2_201875944
- Chatterjee, S., & Kar, S. K. (2023). Teen pornography: an emerging mental health challenge. *Journal of psychosexual health*, 5(1), 30–34. <https://doi.org/10.1177/26318318231154230>
- Collins, R. L., Strasburger, V. C., Brown, J. D., Donnerstein, E., Lenhart, A., & Ward, L. M. (2017). Sexual media and childhood well-being and health. *Pediatrics*, 140(Supplement_2), S162–S166. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758X>
- Díaz-Aguado, M. J., & Martínez-Arias, R. (2010). *Estudio estatal sobre la convivencia escolar en la educación secundaria obligatoria*. Ministerio de Educación.
- Dillard, R., Maguire-Jack, K., Showalter, K., Wolf, K. G., & Letson, M. M. (2019). Abuse disclosures of youth with problem sexualized behaviors and trauma symptomology. *Child Abuse & Neglect*, 88, 201–211. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2018.11.019>
- Farré, J. M., Montejo, A. L., Agulló, M., Granero, R., Chiclana Actis, C., Villena, A., Maideu, E., Sánchez, M., Fernández-Aranda, F., Jiménez, S., & Mestre-Bach, G. (2020). Pornography use in adolescents and its clinical implications. *Journal of Clinical Medicine*, 9(11), 3625. <https://doi.org/10.3390/jcm9113625>
- Ferguson, C. J., & Hartley, R. D. (2022). Pornography and sexual aggression: Can meta-analysis find a link? *Trauma, Violence & Abuse*, 23(1), 278–287. <https://doi.org/10.1177/1524838020942754>
- Ferrer, V., & Bosch, E. (2019). El género en el análisis de la violencia contra las mujeres en la pareja: De la "ceguera de género" a la investigación específica del mismo. *Anuario de Psicología Jurídica*, 29(1), 69–76. <https://doi.org/10.5093/apj2019a3>

- Flores, D., & Barroso, J. (2017). 21st century parent–Child sex communication in the United States: A process review. *Journal of Sex Research, 54*(4-5), 532–548. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1267693>
- Guijarro, A., Martínez, A., Fernández, V., Alcántara, M., & Castro, M. (2021). Satisfacción con la vida en adolescentes: Relación con el estilo parental, el apego a los iguales y la inteligencia emocional. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology, 19*(1), 51–74.
- Jabeen, F., Anis-ul-Haque, M., & Riaz, M. N. (2013). Parenting styles as predictors of emotion regulation among adolescents. *Pakistan Journal of Psychological Research, 28*(1), 85–105.
- Lameiras, M., & Carrera, M. V. (2009). *Educación sexual: De la teoría a la práctica*. Pirámide.
- Lameiras, M., Carrera, M. V., & Rodríguez, Y. (2016). Caso abierto: la educación sexual en España, una asignatura pendiente. En V. Gavidia Catalán (Coord.), *Los ocho ámbitos de la Educación para la Salud en la escuela* (pp. 197–210). Tirant lo Blanch.
- Lewczuk, K., Glica, A., Nowakowska, I., Gola, M., & Grubbs, J. B. (2020). Evaluating pornography problems due to moral incongruence model. *Journal of Sexual Medicine, 17*(2), 300–311. <https://doi.org/10.1016/j.jsxm.2019.11.259>
- Lim, M. S. C., Carrotte, E. R., & Hellard, M. E. (2016). The impact of pornography on gender-based violence, sexual health and well-being: What do we know? *Journal of Epidemiology and Community Health, 70*(1), 3–5. <https://doi.org/10.1136/jech-2015-205453>
- Llin, E., Renau, C., Roselló, S., Marande, G., & García, F. J. (2017). La implicación parental según los estilos educativos y el género de los padres. *Àgora de salut, 4*(20), 197–206. <https://doi.org/10.6035/AgoraSalut.2017.4.20>
- McKee, A., Dawson, A., & Kang, M. (2023). The Criteria to Identify Pornography That Can Support Healthy Sexual Development for Young Adults: Results of an International Delphi Panel. *International Journal of Sexual Health, 35*(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/19317611.2022.2161030>
- Mesch, G. S. (2009). Social bonds and Internet pornographic exposure among adolescents. *Journal of Adolescence, 32*(3), 601–618. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2008.06.004>
- Mestre-Bach, G., Villena-Moya, A., & Chiclana-Actis, C. (2023). Pornography use and violence: a systematic review of the last 20 years. *Trauma, Violence, & Abuse, 0*(0), 1–25. <https://doi.org/10.1177/15248380231173619>
- Nieh, H. P., Chang, L. Y., Chang, H. Y., Chiang, T. L., & Yen, L. L. (2020). Pubertal timing, parenting style, and trajectories of pornography use in adolescence: Peer pornography use as the mediator. *Journal of Sex Research, 57*(1), 29–41. <https://doi.org/10.1080/00224499.2019.1623163>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2016). Adolescents and pornography: A review of 20 years of research. *Journal of Sex Research, 53*(4-5), 509–531. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1143441>
- Pirrone, D., Zondervan-Zwijenburg, M., Reitz, E., van den Eijnden, R. J., & Ter Bogt, T. F. (2022). Pornography use profiles and the emergence of sexual behaviors in adolescence. *Archives of Sexual Behavior, 51*(2), 1141–1156. <https://doi.org/10.1007/s10508-021-02140-3>
- Raley, R. K., & Sweeney, M. M. (2020). Divorce, repartnering, and stepfamilies: A decade in review. *Journal of Marriage and Family, 82*(1), 81–99. <https://doi.org/10.1111/jomf.12651>
- Robb, M. B., & Mann, S. (2023). *Teens and Pornography*. <https://www.common sense media.org>
- Robinson, K. H., Smith, E., & Davies, C. (2017). Responsibilities, tensions and ways forward: Parents perspectives on children’s sexuality education. *Sex Education, 17*(3), 333–347. <https://doi.org/10.1080/14681811.2017.1301904>
- Rostad, W. L., Gittins-Stone, D., Huntington, C., Rizzo, C. J., Pearlman, D., & Orchowski, L. (2019). The association between exposure to violent pornography and teen dating violence in grade 10 high school students. *Archives of Sexual Behavior, 48*(7), 2137–2147. <https://doi.org/10.1007/s10508-019-1435-4>

- Sedano, S., & Ballester, L. (2020). *Estudi sobre els coneixements i la percepció sobre l'educació afectiva i sexual i de prevenció de les violències masclistes al municipi de Calvià*. Ajuntament de Calvià.
- Shewark, E. A., Matern, M., Klump, K. L., Levendosky, A. A., & Burt, S. A. (2022). Interpersonal complementarity as a predictor of parent-child relationship quality. *Journal of Family Psychology, 36*(6), 885–895. <https://doi.org/10.1037/fam0000964>
- Solano, I., Eaton, N. R., & O'Leary, K. D. (2018). Pornography consumption, modality and function in a large Internet sample. *The Journal of Sex Research, 57*(1), 92–103. <https://doi.org/10.1080/00224499.2018.1532488>
- Stafford, M., Kuh, D. L., Gale, C. R., Mishra, G., & Richards, M. (2016). Parent-child relationships and offspring's positive mental wellbeing from adolescence to early older age. *The Journal of Positive Psychology, 11*(3), 326–337. <https://doi.org/10.1080/17439760.2015.1081971>
- van Oosten, J. M., & Vandenbosch, L. (2020). Predicting the willingness to engage in non-consensual forwarding of sexts: The role of pornography and instrumental notions of sex. *Archives of Sexual Behavior, 49*(4), 1121–1132. <https://doi.org/10.1007/s10508-019-01580-2>
- Villena-Moya, A., Granero, R., Chiclana-Actis, C., Potenza, M. N., Blycker, G. R., Demetrovics, Z., Bóthe, B., Steward, T., Fernández-Aranda, F., Jiménez-Murcia, S., & Mestre-Bach, G. (2023). Spanish Validation of the Long and Short Versions of the Problematic Pornography Consumption Scale (PPCS and PPCS-6) in Adolescents. *Archives of Sexual Behavior, 52*(7), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s10508-023-02700-9>
- Willoughby, B. J., Carroll, J., Busby, D., & Brown, C. (2016). Differences in Pornography Use Among Couples: Associations with Satisfaction, Stability, and Relationship Processes. *Archives of Sexual Behavior, 45*(1), 145–158. <https://doi.org/10.1007/s10508-015-0562-9>
- Wright, P. J., & Donnerstein, E. (2014). Sex online: Pornography, sexual solicitation, and sexting. *Adolescent Medicine: State of the Art Reviews, 25*(3), 574–589. https://doi.org/10.1542/9781581108927-sex_online
- Wright, P. J., Herbenick, D., & Tokunaga, R. S. (2023). U.S. Parents Underestimate Their Children's Pornography Use and Learning. *Archives of Sexual Behavior, 52*(1), 373–383. <https://doi.org/10.1007/s10508-022-02449-7>
- Yu, C., Kågesten, A. E., De Meyer, S., Moreau, C., van Reeuwijk, M., & Lou, C. (2021). Pornography use and perceived gender norms among young adolescents in urban poor environments: A cross-site study. *The Journal of Adolescent Health, 69*(1), S31–S38. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2021.03.008>

¿Qué puede hacer la Administración para proteger a los menores frente a la pornografía en Internet?

WHAT CAN THE ADMINISTRATION DO TO PROTECT MINORS FROM PORNOGRAPHY ON THE INTERNET?

Juan María Martínez Otero
Universidad de Valencia (España)
marojua9@uv.es | 0000-0002-8882-5466

Recibido: 08-11-2023 | Aceptado: 01-12-2023

Resumen: De acuerdo con los últimos estudios publicados en nuestro país, el acceso de los menores a la pornografía *online* es muy prevalente. El presente estudio analiza cómo la Administración pública puede contribuir a mitigar dicho fenómeno, contribuyendo a proteger a los menores y su derecho a un desarrollo armónico frente a la industria de la pornografía en Internet. Para ello, en primer lugar se expone el marco normativo aplicable a la cuestión. A continuación, se identifican los principales entes públicos llamados a desempeñar un rol activo en la materia que nos ocupa: el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (MAETD); la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD); y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En tercer lugar, se analizan las medidas de policía, promoción y servicio público que se vienen adoptando y que podrían adoptarse desde las diferentes Administraciones públicas. El estudio se cierra con unas breves conclusiones, a modo de resumen valorativo. La principal contribución del artículo consiste en presentar de forma ordenada una serie de líneas de actuación a través de las cuales la Administración puede asumir su parte de responsabilidad en la protección de los menores frente a la pornografía en Internet.

Palabras clave: administración pública; AEPD; CNMC; pornografía; protección de los menores.

Abstract: According to the latest studies published in our country, minors' access to online pornography is very prevalent. This study analyzes how the public Administration can contribute to mitigating this phenomenon, contributing to protecting minors and their right to harmonious development against the Internet pornography industry. To do this, first the regulatory framework applicable to the issue is set out. Secondly, the main public bodies called to play an active role in the matter are identified: the Ministry of Economic Affairs and Digital Transformation (MAETD); the Spanish Data Protection Agency (AEPD); and the National Markets and Competition Commission (CNMC). Thirdly, the possible police, promotion and public service measures that can be adopted by the different public administrations are analyzed. The study closes with some brief conclusions, as an evaluative summary. The main contribution of the article consists of presenting in an orderly manner a series of lines of action through which the Administration can assume its part of responsibility in the protection of youth and children against pornography on the Internet.

Keywords: public administration; AEPD; CNMC; pornography; protection of minors.

Cómo citar:

Martínez Otero, J. M. (2024). ¿Qué puede hacer la Administración para proteger a los menores frente a la pornografía en Internet?. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 105-125. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.10>

1. Introducción: un deber inexcusable largo tiempo ignorado

En el sistema institucional descrito por la Constitución de 1978 la Administración pública tiene como principal misión el servicio objetivo a los intereses generales (art. 103.1), bajo la dirección del Gobierno. Cuáles sean exactamente esos intereses generales y cómo están llamados a plasmarse en políticas públicas concretas es una cuestión no siempre sencilla de determinar¹. En cualquier caso, existen ámbitos en los que la identificación y concreción de los intereses generales no resulta particularmente compleja, por venir expresamente señalados por el Constituyente o por imponerse de forma intuitiva y casi evidente a la inmensa mayoría de los ciudadanos.

En nuestra opinión, este es el caso de la protección que merecen los menores de edad frente a la exposición a contenido pornográfico, particularmente en Internet. Que los menores deben ser objeto de especial protección por parte de los poderes públicos se establece expresamente en el artículo 39.4 CE, el primero de los artículos que describen los principios de la política social y económica. A mayor abundamiento, el artículo 20.4 identifica como uno de los límites específicos de los derechos comunicativos “la protección de la juventud y de la infancia”. A estas previsiones constitucionales cabría añadir un sinfín de disposiciones legales y reglamentarias tuitivas de los menores, entre las cuales nos contentamos con mencionar el principio del “interés superior del menor”, consagrado en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor.

La protección del menor está llamada a desplegarse en muy diferentes aspectos. Entre todos ellos, uno de los más indiscutidos es el de su libertad o integridad sexual, bien jurídico que aspira a garantizar que el desarrollo afectivo-sexual de los menores se lleva a término sin interferencias nocivas o perturbadoras². Y uno de los peligros de esa integridad, probablemente el más prevalente en nuestras sociedades desarrolladas, es la exposición de los menores a contenido pornográfico en Internet.

De lo dicho hasta aquí se colige el inexcusable deber de la Administración pública de contribuir a la protección de los niños frente a la pornografía en Internet. Como es natural, dicha obligación no es responsabilidad exclusiva de la Administración, sino que es compartida por las familias, las instituciones educativas, los prestadores de servicios de Internet y otros agentes sociales.

Pues bien, los datos de consumo de pornografía por parte de los menores –tanto en nuestro país como a nivel global– evidencian un rotundo fracaso en su protección³. Como

1. A este respecto, Alejandro Nieto (2008, p. 278) señala que la misión de “servicio a los intereses generales” es un dogma con pies de barro, debido a la dificultad de determinar los mismos.

2. La última reforma del Código Penal, operada por la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual, ha optado por identificar el bien jurídico protegido en los delitos del Título VIII con la libertad sexual. Históricamente, este bien jurídico se ha identificado sucesivamente con la honestidad, con la libertad sexual y con el más amplio de la “libertad e indemnidad sexuales”. Con Masferrer Domingo (2020), me decanto por el concepto de integridad sexual, por resultar omnicompreensivo.

3. Conforme a un estudio de Save the Children España, el 68,2% de los adolescentes consumen contenido pornográfico al menos una vez al mes. *Cfr. (Des)información sexual: pornografía y adolescencia*. Save the Children, 2020, p. 27. Otro estudio reciente (Milano, 2023, p. 102), con una muestra de más de 3600 personas de 13 a 18 años de las islas Baleares, eleva el porcentaje de “consumidores” de pornografía al 90%, de los cuales un 38,9% consume una o dos veces a la semana, y un 18,2% todos los días.

sociedad, hasta la fecha no hemos sabido, podido o querido proteger a los menores frente a dicho contenido pornográfico. No es este el lugar para ensayar el reparto de responsabilidades entre quienes estaban llamados a garantizar dicha protección. Quizá han faltado normas idóneas para restringir la pornografía; quizá no ha habido determinación política por parte de las autoridades encargadas de aplicar esas normas; seguramente ha faltado educación sexual, y es posible que las familias no hayan puesto todo de su parte a la hora de educar o supervisar el uso de los dispositivos digitales; la industria pornográfica, sin duda, ha preferido no dotarse de instrumentos capaces de restringir el acceso de los menores de edad a sus servicios.

En cualquier caso, no todo son malas noticias, ya que en el último año se observa un cambio de tendencia, tanto a nivel doméstico como internacional. La opinión pública parece más sensible a este problema, y desde diferentes instancias públicas han comenzado a adoptarse medidas protectoras más contundentes y eficaces, como tendremos ocasión de analizar.

En este contexto, las presentes páginas pretenden analizar de qué modo la Administración pública puede asumir su parte de responsabilidad en la protección de los menores y su derecho a un desarrollo armónico frente a la industria de la pornografía en Internet.

Para ello, en primer lugar expondremos de forma sucinta el marco normativo aplicable a la cuestión, toda vez que este delimita el ámbito de actuación de la Administración. A continuación, presentaremos las principales administraciones llamadas a desempeñar un rol activo en la materia que nos ocupa: el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (MAETD); la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD); y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En tercer lugar, estudiaremos las respuestas que la Administración está dando y las que podría dar para reducir el acceso de los menores de edad a la pornografía *online*, para lo que seguiremos la tradicional distinción de formas de actuación administrativa: policía, fomento y servicio público. El estudio se cierra con unas breves conclusiones, a modo de resumen valorativo.

2. El tupido marco normativo aplicable

Como indica literalmente el artículo 103.1 CE, la Administración pública sirve con objetividad a los intereses generales con pleno sometimiento a la Ley y al Derecho. Por consiguiente, antes de responder la pregunta acerca de qué más puede hacer la Administración para proteger a los menores frente a la pornografía *online* resulta imprescindible describir mínimamente el terreno de juego que delimitan las leyes en dicho ámbito. Habida cuenta de que existen valiosos y pormenorizados estudios sobre el particular (v. g., Milano, 2023; Valero Heredia, 2022), nos contentaremos con ofrecer una visión panorámica de dicho marco normativo.

A nivel constitucional, la restricción del acceso a la pornografía en Internet exige ponderar diferentes derechos e intereses reconocidos en la Constitución. De un lado, los derechos e intereses de quien produce, difunde o consume pornografía: sus derechos

comunicativos (art. 20.1), su libertad de creación artística (20.1), su derecho al trabajo (35) y a la libertad de empresa (38), su autonomía personal (1), así como su derecho a la protección de datos personales (18.4). Frente a estos derechos se erige el interés público consistente en la protección de la infancia (arts. 20.4 y 39)⁴. Las medidas que se adopten para restringir los primeros en aras de la protección del segundo deberán respetar el test de proporcionalidad desarrollado por la jurisprudencia del TEDH y acogido por nuestro el TC⁵.

Descendiendo a las normas de rango legal, es preciso mencionar las siguientes.

En primer lugar, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (en adelante, LSSI), norma aplicable a los servicios de Internet. De acuerdo con su artículo 8.1, un servicio de Internet podrá ser suspendido en nuestro país cuando atente o pueda atentar contra una serie de derechos o principios, entre los que se encuentra “la protección de la juventud y la infancia” (letra d). Pues bien, tomando en consideración los referidos datos de acceso de los menores de edad a la pornografía y los efectos negativos que este acceso puede producir en su desarrollo, resulta patente que el supuesto de hecho de la norma –que permite restringir servicios– concurre⁶. Si bien este artículo nunca ha sido esgrimido para justificar la restricción de servicios pornográficos fácilmente accesibles a menores en Internet, sí ha desplegado efectos para salvaguardar los derechos de propiedad intelectual en la lucha contra la piratería *online* (art. 8.1.e). Ello da fe de que el artículo 8.1 LSSI podría servir de base para suspender el servicio de ciertos portales web pornográficos que no cuenten con mecanismos de verificación de la edad mínimamente fiables⁷.

Una segunda norma de rango legal que exige la restricción del acceso de los menores a contenidos pornográficos en Internet es la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA). Dicha norma resulta de aplicación a diferentes prestadores de servicios y contenidos audiovisuales, entre los que destacan las plataformas de intercambio de vídeo en Internet (PIV) –como YouTube, Pornhub o Twitch– cuando las mismas estén establecidas en España (o en otro Estado de la Unión Europea)⁸. Como es sabido, los portales pornográficos más populares del mundo tienen una naturaleza colaborativa y encajan en esta categoría, por lo que pueden quedar vinculados a las previsiones de la LGCA. Pues bien, el artículo 89.1.e LGCA exige a dichas

4. Para un análisis específico del conflicto entre bienes de rango constitucional, véase Martínez Otero (2021).

5. *Cfr.*, entre muchas, la STC 11/2006, de 16 de enero, F. J. 6.º.

6. Sobre los efectos perjudiciales del acceso a la pornografía *online* –trastornos psicológicos y alimenticios, sexualización de la infancia, crecimiento de abusos sexuales por y contra menores–, véase Martínez González (2023, pp. 58 y ss.) y también Valero Heredia (2023, pp. 365 y ss.).

7. Recientemente las autoridades de diferentes países europeos han comenzado a tomarse más en serio la protección de los menores frente a la pornografía en Internet, y no sería de extrañar que se empezara a sacar todo el partido protector a la Directiva del comercio electrónico y las normas nacionales de transposición (en el caso español, la LSSI). Así lo apunta, por ejemplo, la denuncia presentada ante la CNMC por la autoridad audiovisual alemana en relación con una web de contenido pornográfico, en la que la autoridad alemana señala que si España no es competente para restringir sus servicios con base a la normativa audiovisual, la autoridad alemana procederá a hacerlo en aplicación de la Directiva del comercio electrónico. *Cfr.* Resolución de la CNMC 2/2023, de 27 de julio, Antecedente 13.º.

8. Sobre el nuevo marco regulador europeo aplicable a las PIV, que ha sido traspuesto al ordenamiento español mediante la LGCA, véase Aguado-Guadalupe y Bernaola (2019) y Martínez Otero (2019).

PIV el establecimiento de sistemas que en todo caso impidan el acceso de los menores de edad a contenido pornográfico. De acuerdo con el artículo 94 LGCA, también quedan sujetos a la Ley los usuarios más relevantes de las PIV, a quienes se imponen ciertas obligaciones para proteger a los menores frente a contenidos inadecuados⁹.

En tercer lugar, también exige el establecimiento de medidas protectoras la normativa de protección de datos. En efecto, tanto el Reglamento (UE) 2016/679, General de Protección de Datos (RGPD) como la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD) establecen un sistema de tratamiento de datos muy garantista, en el que el responsable del tratamiento debe establecer diseños y medidas proactivas de protección, particularmente en el tratamiento de datos especialmente sensibles¹⁰. En aplicación de dichas exigencias, se ha considerado que los portales pornográficos deben establecer mecanismos que eviten el tratamiento de datos de personas menores de edad. Y ello porque los datos de los menores son datos particularmente sensibles, cuyo tratamiento está sujeto a ciertas condiciones de consentimiento y precaución que los portales pornográficos no están en condiciones de garantizar¹¹.

Las disposiciones previamente resumidas (CE, LSSI, LGCA, RGPD y LOPDGDD) exigen a los prestadores de servicios la adopción de medidas concretas y permiten a las autoridades adoptar decisiones restrictivas y sancionadoras en aras de la protección de los menores. A estas disposiciones cabe agregar otras normas de naturaleza más programática, que contienen previsiones indudablemente vinculantes, pero de una naturaleza más orientativa o abstracta. Entre estas normas encontramos aquellas relativas a la igualdad entre hombres y mujeres y a la erradicación de la violencia contra la mujer; la normativa educativa, con previsiones específicas en relación con la educación afectiva y sexual; y la normativa reguladora de los derechos de los menores de edad, particularmente en lo referido a su derecho a la información¹². Por último, también puede mencionarse la normativa de protección de los consumidores y usuarios, que contiene disposiciones relativas a la seguridad, salud, información, educación y buen uso de los bienes y servicios, y que exige extremar las garantías cuando los consumidores o usuarios son particularmente vulnerables, como es el caso de los menores de edad¹³.

9. En relación con la aplicación de la normativa audiovisual a los usuarios de especial relevancia, resulta de interés De Miguel Asensio (2022) y Serrano Maíllo y Martínez-Pastor (2023).

10. En relación con el diseño garantista por defecto y con las medidas proactivas que el responsable del tratamiento debe implementar, véase los artículos 24 y 25 RGPD.

11. Si bien los datos de los menores no están incluidos en el elenco de “categorías especiales de datos personales” del artículo 9 RGPD, el propio Reglamento exige que se les otorgue un trato particularmente cuidadoso (*cfr.* Considerando 38).

12. De forma casi telegráfica incluimos algunas referencias normativas. Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género (arts. 4, 10, 11 y 13); Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (arts. 14, 23, 24 y 36); Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual (arts. 3 y 9); Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor (art. 5); Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia (arts. 3, 21, 23 y 45); Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (con las modificaciones introducidas por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre) (arts. 1.1, 19.2, 17.m, 24.5, 25.6 y 33.b). Para un análisis más detenido de estas normas, *cfr.* Milano (2023, pp. 367 y ss.).

13. *Cfr.* artículos 3.2, 8, 12 y 17 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (LGDCU).

Este abigarrado conjunto de previsiones admite una doble lectura. Una primera lectura no puede ser sino positiva, ya que pone de relieve una preocupación sostenida y transversal de nuestro Legislador por la protección de los menores frente a contenidos inadecuados –particularmente, la pornografía– y frente a otros peligros asociados al uso de Internet. En cualquier caso, la proliferación de disposiciones programáticas también suscita una lectura negativa, al constatar que tanta declaración legal no ha sido óbice para que en la última década los menores de edad hayan estado absolutamente desprotegidos frente a muchos de los riesgos presentes en Internet, haciendo bueno al refranero en aquello de “dime de qué presumes...”.

3. Administraciones llamadas a ejercer protagonismo en la protección de los menores

Muchos son los títulos competenciales comprometidos en la cuestión del acceso de los menores a contenidos pornográficos en Internet, de modo que el número de entes públicos llamados a afrontar desde un prisma u otro dicha cuestión es igualmente amplio¹⁴.

En cualquier caso, si nos centramos en las tres regulaciones sectoriales que afectan más directamente a la comunicación digital a través de Internet, podemos identificar tres administraciones llamadas a ejercer un rol particularmente activo en la causa objeto de estas páginas.

En primer lugar, y en todo lo relativo a la aplicación de la LSSI, el MAETD. En efecto, de acuerdo con el artículo 35 LSSI, será el citado Ministerio el encargado de supervisar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley¹⁵. El MAETD también tiene atribuida por la LGCA la llevanza del registro de prestadores de servicios audiovisuales, PIV y usuarios de especial relevancia, a quienes dicha ley impone ciertas obligaciones de protección de los más pequeños¹⁶. El cumplimiento diligente de este deber legal resulta importante, toda vez que facilita la transparencia en el sector, la identificación de los responsables de los diferentes servicios, el ejercicio de las potestades públicas, y la interlocución con los agentes del sector audiovisual.

Una segunda administración con amplias competencias en la materia es la CNMC, a quien la LGCA encomienda la supervisión de la gran mayoría de obligaciones en materia audiovisual (art. 153.2), incluidas las impuestas a las PIV y a sus usuarios de especial relevancia¹⁷. Teniendo en cuenta que gran parte del consumo de pornografía *online* se

14. Entre estos títulos competenciales cabe mencionar la protección y promoción de la juventud y la infancia; la ocupación del tiempo libre; la regulación de los medios de comunicación social; la promoción de la igualdad; la prevención del delito; la regulación de un sector económico; el ámbito de la cultura...

15. Cuando de esta supervisión se desprenda la conveniencia de imponer el cese de un servicio por perjudicar gravemente a los menores (art. 8.1.d) –extremo que por el momento no se ha considerado nunca– sería recomendable que dicha decisión la adoptara un órgano jurisdiccional, habida cuenta la conexión de la difusión de pornografía con una serie de derechos constitucionales (*cf.* art. 8.1. *in fine* LSSI).

16. Artículo 39 LGCA.

17. Esta habilitación competencial general es concretada respecto de las PIV en el artículo 93 LGCA, así como en el artículo 9.9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

produce en este tipo de plataformas, resulta indudable que la CNMC está llamada a desempeñar un papel protagonista en la lucha contra el acceso de menores a la pornografía en Internet¹⁸.

Finalmente, en todo lo relativo a la protección de datos las principales competencias y potestades se atribuyen a la AEPD. Así se desprende de los artículos 58.2 RGPD y 47 y 48.1 LOPDGDD. Además, la LGCA encomienda a la AEPD la emisión de un informe preceptivo mediante el que se evalúe la idoneidad de las medidas adoptadas por las plataformas en cumplimiento de las exigencias de la normativa audiovisual (art. 93.3). De este modo, la CNMC y la AEPD están llamadas a colaborar en la supervisión de estas plataformas, colaboración que resulta pertinente habida cuenta la estrecha ligazón existente entre la protección de los menores en las PIV y el tratamiento de datos personales que estas realizan.

Tres son pues las principales administraciones con competencias en la materia. Una generalista y territorial, llamada a actuar en el ámbito de los servicios de Internet a través del MAETD; y dos administraciones especializadas e independientes: la CNMC, con competencias en el sector audiovisual; y la AEPD, encargada de la protección de datos personales¹⁹.

No queremos cerrar este epígrafe sin mencionar la valiosa participación que en la protección de los menores frente a la pornografía pueden desarrollar las autoridades audiovisuales autonómicas. En concreto, en los últimos años el Consejo Audiovisual de Andalucía ha mostrado un compromiso muy notable con dicha causa, que se ha materializado en diferentes actividades de investigación, divulgación y sensibilización²⁰. En Consejo Audiovisual de Cataluña, por su parte, publicó en 2020 un interesante estudio con datos elocuentes sobre la naturaleza y la magnitud del problema del acceso de los menores a contenido pornográfico²¹.

4. La potestad reglamentaria

Una vez descrito el marco legislativo y las administraciones con competencias en la materia, procede dar respuesta a la cuestión que motiva nuestra investigación. Para ello, como se indicó en la introducción, seguiremos el tradicional esquema de formas

18. La propia CNMC ha reiterado que desde la entrada en vigor de la LGCA la prevención del consumo de pornografía por parte de los menores es una de sus prioridades. *Cfr.* Resoluciones 147/22, de 16 de junio, F. J. 3.º y 266/22, de 15 de septiembre, F. J. 3.º.

19. Como es natural, nada obsta para que otros organismos y entidades del sector público con competencias en materia educativa, de igualdad o de protección de los consumidores y usuarios desplieguen políticas públicas dirigidas a reducir el impacto de la pornografía *online* en el público infantil. En este sentido, somos de la opinión de que desde el Consejo de Consumidores y Usuarios, el Consejo Escolar del Estado, el Instituto de las Mujeres o la propia Fiscalía de Menores, así como desde los órganos análogos de ámbito autonómico, podrían realizarse acciones valiosas para proteger el derecho de los menores a la integridad sexual y al libre desarrollo de su personalidad frente a los contenidos nocivos en Internet.

20. Entre otras actividades, destacamos la organización de la jornada “La indefensión de los menores ante la pornografía en Internet” celebrada en el Parlamento andaluz en mayo de 2023, en la que trae causa el presente número monográfico de *Cuadernos del Audiovisual*.

21. *L'accés de les persones menors d'edat a continguts de pornografia a internet*, Consejo Audiovisual de Cataluña, 2020.

de actuación administrativa que en su día propuso Jordana de Pozas (1949), abordando las posibles actuaciones de policía, fomento y servicio público. Dentro de la actividad de policía, comenzamos refiriéndonos a la potestad reglamentaria, posiblemente la más señera de las que adornan a la Administración, toda vez que le permite participar en la formación del ordenamiento jurídico (García de Enterría, 2017, p. 211).

A nuestro entender, el reglamento más necesario a los efectos del presente estudio es el previsto en la Disposición Final Séptima de la LGCA, mediante el que el Gobierno deberá desarrollar y aplicar lo previsto en el artículo 94 LGCA en relación con los “usuarios de especial relevancia” o *influencers*. Recordemos que estos usuarios son aquellos que “gozan de relevancia en el mercado audiovisual desde el punto de vista de la inversión publicitaria y del consumo, especialmente, entre el público más joven”²², por lo que la Ley les equipara a muchos efectos a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual²³.

Pues bien, algunos de estos usuarios de especial relevancia ofrecen contenido pornográfico al que pueden acceder menores sin mucha dificultad. Pensemos, por ejemplo, en el responsable de un perfil pornográfico en X –antes Twitter–, en Pornhub o en OnlyFans. El hecho de equiparar estos *influencers* a prestadores de servicios y exigirles ciertas medidas de protección de su audiencia indudablemente contribuye a establecer un sector audiovisual más seguro para los menores.

Conforme a su Disposición Final Novena, la LGCA solo comenzará a aplicarse a estos usuarios de especial relevancia tras la aprobación del reglamento que concrete los requisitos para ser incluido en tal categoría, lo que recomienda una cierta celeridad en la elaboración del reglamento. Entre los citados requisitos, hay dos cuya concreción resulta particularmente relevante y espinosa: su volumen de audiencia y de ingresos²⁴.

En cuanto al volumen de audiencia, somos de la opinión de que el reglamento debería identificar un umbral de suscriptores o promedio de visitas, a partir del cual se considerase que el usuario goza de una “especial relevancia”. Dicho umbral mínimo podría establecerse en 50 000, cifra que conforme a la literatura sobre el particular permite distinguir entre *influencers* pequeños y medianos²⁵. La cifra podría revisarse quinquenalmente, a fin de adecuarla a las tendencias de Internet. No se nos oculta que este criterio es simplista, al menos por tres motivos. En primer lugar, porque existen *influencers* que se dirigen a públicos más segmentados y, teniendo menos seguidores,

22. Preámbulo de la Ley, IV.

23. Esta equiparación se explica en la lógica de “nivelación del terreno de juego” para los diferentes agentes del sector audiovisual. Conforme a esta lógica, si un *influencer* tiene –pongamos por caso–, un millón de suscriptores, lo lógico será que tenga similares obligaciones a canales de televisión con una audiencia parecida. Sobre la idea de “nivelación del terreno de juego”, véase la Comunicación de la Comisión “Las plataformas en línea y el mercado único digital Retos y oportunidades para Europa”, Bruselas, 25.05.2016, COM/2016/0288 final, puntos 4 y 5. En idéntico sentido se pronunció el Parlamento Europeo en su Resolución, de 15 de junio de 2017, sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276/INI) (DO C 331 de 18.09.2018). Una aproximación doctrinal a esta “nivelación” puede consultarse en Savin (2018).

24. Audiencia y volumen de ingresos resultan importantes porque el artículo 94.2 establece como condiciones para ser “usuario de especial relevancia”, entre otras, (1) estar destinado a una parte significativa del público en general y tener un claro impacto sobre él; y (2) constituir una actividad económica de la que se obtengan unos ingresos significativos.

25. A partir de dicha cifra un *influencer* comienza a ganar en torno a 700 euros por *post* patrocinado, y pasa de considerarse *micro-influencer* a *influencer* medio. Cfr. “Cuánto cobra un influencer por publicidad”, *35mm*, 21 de agosto de 2023; y Lenis, A., “Cómo ser influencer en 2023”, *Hubspot*, 17 de julio de 2023.

pueden tener una gran influencia. En segundo lugar, porque los *influencers* suelen operar en diferentes plataformas, con lo que surge la duda de si no sería mejor calcular su impacto agregado en todas ellas. Y, en tercer lugar, porque cada plataforma tiene sus lógicas y quizá equiparar el número de usuarios en todas ellas es reduccionista²⁶. Sea de ello lo que fuere, utilizar un criterio único, claro y objetivo (“café para todos”) aporta al sistema una seguridad jurídica y una sencillez que, a nuestro entender, son preferibles a la sofisticación de otros criterios más articulados que inevitablemente serán mucho más complejos, cuando no directamente confusos²⁷.

Por lo que se refiere a los ingresos –el artículo 94.2.a LGCA habla de “actividad económica de la que se obtengan ingresos significativos”– nos decantamos de nuevo por establecer un umbral mínimo de ingresos al año, a partir del cual se entienda cumplida la condición legal. Dónde debe fijarse dicho umbral es de nuevo una cuestión puramente convencional. Puestos a ofrecer alguna cifra, nos permitimos sugerir la de 36 000 euros al año, cifra que solo alcanzarán las personas con una influencia sustancial sobre la audiencia.

Un segundo desarrollo normativo que resulta oportuno es del artículo 8.1.e LSSI, que prevé la interrupción de servicios de Internet en nuestro país cuando los mismos sean potencialmente perniciosos para la juventud y la infancia. Como hemos subrayado, dicha posibilidad no se ha materializado hasta la fecha. Es posible que un sencillo desarrollo normativo de dicho artículo –que incluya la competencia y el procedimiento para llevar a cabo la interrupción y prevea la posibilidad de adoptar medidas cautelares– supusiera un incentivo para que el MAETD abandonara la pasividad mostrada hasta la fecha y comenzara a perseguir ciertos servicios que conculcan impunemente intereses de rango constitucional, permitiendo el acceso indiscriminado de menores a servicios de carácter pornográfico.

También corresponde al MAETD la aprobación del reglamento llamado a regular el Registro estatal de prestadores de servicios audiovisuales, instrumento relevante para garantizar la transparencia del sector audiovisual. En lo que respecta a nuestro estudio, el Registro tiene el interés de que permitirá identificar de manera sencilla qué PIV y usuarios de especial relevancia están alojados en nuestro país y quedan sujetos a las previsiones de la LGCA en relación con la protección de los menores de edad. La tramitación de este reglamento se encuentra en una fase avanzada: en diciembre de 2022 el Gobierno presentó en audiencia pública su borrador, que ya ha sido informado por la CNMC²⁸.

26. La Consulta pública sobre el proyecto de Comunicación por la que se publican los criterios que la CNMC tendrá en cuenta para identificar a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que se soportan en plataformas de intercambio de vídeos, lanzada por la CNMC en enero de 2022 parece indicar que el reglamento optará por fórmulas de cálculo más complejas. Cfr. Comunicación de la CNMC DTSA/3/21, de 30 de enero de 2021 (pp. 14 y ss.).

27. Hablando sobre el premio de afección en la expropiación, que asciende en todos los casos al 5% del valor del bien expropiado, Cierco Seira (2015, pp. 94 y ss.) realiza una apología de estas soluciones sencillas y unívocas, que a pesar de su “tosquedad” facilitan enormemente el trabajo a los operadores jurídicos.

28. Informe de Proyecto Normativo 4/2023, de 30 de marzo, sobre el borrador de Real Decreto por el que se regula el Registro Estatal de Prestadores del Servicio de Comunicación Audiovisual.

Finalmente, la AEPD también podría contribuir a clarificar o pormenorizar el marco normativo existente. Como hemos apuntado, el artículo 93.3 LGCA otorga a la Agencia amplias competencias consultivas sobre la idoneidad de las medidas protectoras establecidas por las PIV. Teniendo en cuenta la complejidad de dichas cuestiones, no estaría de más que la AEPD aprobase algún tipo de documento que sirviera de orientación a las PIV a la hora de establecer sistemas de verificación de la edad y otros mecanismos de protección. Estos documentos, que en función de su naturaleza podrán tener fuerza vinculante o meramente orientativa, pueden contribuir decisivamente a la seguridad jurídica, haciendo más inteligible el marco normativo y más previsible la actuación de las autoridades²⁹.

5. Otras potestades de policía: vigilancia, inspección y sanción

Como es sabido, la aprobación de normas tuitivas es tan solo el primer paso para proteger a los menores. El segundo es supervisar su respeto y el tercero castigar los incumplimientos normativos mediante las pertinentes sanciones³⁰. Es por ello por lo que la Administración pública tiene atribuidas competencias de vigilancia, inspección y sanción. De su diligente ejercicio depende, en gran medida, la eficacia del marco normativo vigente; en nuestro caso, la efectiva protección de los menores de edad frente al contenido pornográfico en Internet.

Las tres administraciones a que venimos prestando particular atención tienen legalmente atribuidas esas potestades de vigilancia, inspección y sanción. Veamos sucintamente cómo las vienen ejercitando en el ámbito que nos ocupa.

Respecto del MAETD hay que decir que no se conoce actuación supervisora ni sancionadora alguna en relación con la pornografía en Internet. Dicha pasividad solo puede explicarse en un desinterés absoluto en relación con el objeto de estas páginas, ya que la magnitud del fenómeno y la preocupación social sobre el mismo resultan evidentes. Sin ánimo de caer en el cinismo, da la impresión de que hasta que no se produzca un escándalo de grandes dimensiones el Ministerio no comenzará a tomarse en serio sus responsabilidades en esta materia. Quizá ese momento sea llegado en septiembre de 2023, cuando varios menores de edad de doce y trece años, sirviéndose de una aplicación digital, han producido imágenes de compañeras suyas desnudas y las han compartido a través de dispositivos móviles³¹. Muchos son quienes han puesto el grito en el cielo denunciando la conducta de los menores; menos quienes han apuntado a los responsables de la aplicación, frente a la cual, al tratarse de un servicio de la sociedad de la información, en principio debería actuar el citado Ministerio.

29. De acuerdo con lo previsto en la LOPDPGDD y en el Real Decreto 389/2021, de 1 de junio, por el que se aprueba el Estatuto de la AEPD, esta puede dictar circulares, directrices, guías y recomendaciones (arts. 54 y 55 LOPDPGDD y arts. 5, 6 y 31 del Estatuto). El instrumento propiamente reglamentario son las circulares.

30. Como señala Rivero Ortega (2019, p. 209), para defender el interés público y “lograr la efectividad de los mandatos jurídicos, es preciso vigilar y prevenir las contravenciones (potestades de control), pero también reaccionar cuando se producen, de forma que no resulten impunes (potestad de sanción)”.

31. *Cfr.* “Madres denuncian la difusión de imágenes generadas por IA de sus hijas menores desnudas”, *ABC*, 18 de septiembre de 2023.

En cuanto a la CNMC, su competencia en relación con las PIV de Internet data de octubre de 2022, con lo que su previa inactividad inspectora y sancionadora resulta justificada³². Una lectura atenta de su Memoria anual de 2022 y de sus resoluciones y notas de prensa de 2023 nos permite conocer cómo ha desarrollado sus funciones de supervisión y sanción durante los primeros meses de vigencia de la LGCA. Hasta la fecha, dicha actividad se ha materializado en tres resoluciones. Analicemos resumidamente su contenido.

La primera de ellas es el Acuerdo 147/22, de 16 de junio. Este acuerdo resuelve una denuncia presentada por el regulador audiovisual polaco contra una empresa radicada en Gijón, Techpump Solutions S. L., por la falta de sistemas de verificación de la edad de una página web pornográfica gestionada por dicha mercantil. Es preciso notar que este procedimiento se sustanció con anterioridad a la aprobación de la LGCA de 2022, de modo que nuestro país todavía adolecía de una norma de trasposición de la Directiva 2018/1808. En su Acuerdo, tras reflexionar sobre la importancia de proteger a los menores frente a la pornografía *online*, la CNMC realiza un valioso análisis de la Directiva audiovisual y su aplicabilidad a las PIV de Internet. En cualquier caso, a falta de una trasposición normativa, la CNMC concluye señalando que la competencia en la materia todavía corresponde al MAETD, a quien remite la denuncia.

El segundo Acuerdo, el 266/22, de 15 de septiembre, se produce con la LGCA de 2023 ya aprobada, pero con sus disposiciones relativas a las PIV todavía en *vacatio legis* (entraron en vigor el 9 de octubre de 2022). Por dicho motivo, el procedimiento concluye archivando la denuncia y remitiendo las actuaciones al MAETD, por si estima conveniente realizar alguna actuación al respecto en aplicación de la LSSI. El Acuerdo 266/22, de 15 de septiembre, reviste interés por ser el primero que interpreta la LGCA en lo referido a las PIV de Internet. El procedimiento trae causa en una denuncia de la autoridad audiovisual francesa contra la empresa Detchema S. L. por gestionar un portal pornográfico colaborativo sin habilitar sistemas de verificación de la edad. Una vez expuestos los antecedentes, los Fundamentos Jurídicos siguen este orden: se acredita la competencia de la Comisión; se realizan unas consideraciones previas sobre el problema del acceso de los menores a la pornografía; se justifica que la página denunciada reúne las condiciones para ser considerada una PIV sujeta a la LGCA; se argumenta por qué el denunciado puede considerarse establecido en España; se realiza una primera valoración del grado de cumplimiento de Detchema de las obligaciones establecidas en el artículo 89.1.e LGCA; y se explica el motivo de archivo de la denuncia.

La actuación más reciente de la CNMC en la materia que nos ocupa es su Resolución 2/2023, de 27 de julio, referida de nuevo a la empresa Techpump Solutions. Esta resolución incluye algunas novedades respecto del Acuerdo 147/22, de 16 de junio, contra la misma empresa. En primer lugar, el expediente se tramita con la LGCA ya vigente, lo que propicia que la CNMC entre al fondo del asunto y emita una decisión concreta. En

32. Las disposiciones de la LGCA en materia de PIV entraron en vigor el 9 de octubre de 2022. En cualquier caso, de acuerdo con la LGCA de 2010 la CNMC podía haber ejercido sus potestades respecto de algunos portales, canales y perfiles pornográficos en Internet que, en la medida en que ofrecían contenido audiovisual con responsabilidad editorial, encajaban dentro del concepto de “servicio de comunicación audiovisual”.

segundo lugar, el objeto del procedimiento se amplía de uno a siete portales pornográficos, todos ellos propiedad de la empresa gijonesa. En tercer lugar, a la denuncia inicial de la autoridad polaca se añaden tres denuncias más, provenientes de las autoridades audiovisuales andaluza, francesa y alemana, denuncias que son acumuladas a la anterior y tramitadas conjuntamente. Tras seguir un *iter* argumentativo similar al contenido en el Acuerdo 266/22, de 16 de junio, la CNMC concluye formulando un requerimiento a Techpump Solutions para que en el plazo de tres meses incorpore a sus portales sistemas fiables de verificación de la edad.

Esta resolución no contiene una sanción, pero constituye un primer paso para imponerla si el requerimiento de la CNMC no es atendido. La importancia de esta resolución difícilmente puede ser exagerada: resume claramente el marco jurídico aplicable, explicando con claridad el alcance subjetivo y objetivo de ciertas obligaciones que la LGCA impone a las PIV³³; indica de forma taxativa que la presentación de una ventana emergente exigiendo al usuario que declare su mayoría de edad –como vienen haciendo innumerables páginas pornográficas– no puede calificarse como un sistema de verificación de la edad³⁴; y –por primera vez en la historia de la regulación de Internet en nuestro país– exige medidas eficaces y concretas para proteger a los niños frente a la pornografía en Internet³⁵.

El análisis conjunto de las resoluciones precedentes permite extraer al menos dos conclusiones. La primera, ciertamente positiva, es que la CNMC parece dispuesta a ejercer sus competencias en relación con las PIV de forma diligente. De hecho, en dos de los acuerdos que hemos resumido la autoridad audiovisual subraya expresamente que la lucha por la protección de los menores frente a la pornografía *online* constituye para la Comisión una verdadera prioridad³⁶. La segunda conclusión, menos esperanzadora, es que todavía la Comisión carece del compromiso o los recursos para afrontar esta protección de manera proactiva; así lo acredita que, por el momento, su actividad sancionadora ha sido enervada siempre por denuncias de terceros y no por su propia actividad de supervisión. Esta conclusión viene reforzada por su Memoria Anual de 2022, en la que no consta tarea inspectora alguna ni traslado de denuncias a autoridades audiovisuales de terceros países en la materia que nos concierne³⁷.

Finalmente, procede abordar las actuaciones de vigilancia, inspección y sanción llevadas a término por la AEPD, para lo que nos serviremos asimismo de sus últimas memorias anuales, remontándonos al año 2018³⁸. La primera referencia a la cuestión

33. Cfr. FF. JJ. 1.º y 3.º.

34. Cfr. F. J. 5.º.

35. Esta afirmación admite un matiz, ya que hay dos resoluciones previas de la AEPD multando a la misma empresa por tratar datos de menores de edad en un contexto pornográfico. Estas resoluciones, que analizaremos a continuación, no protegen primariamente la integridad o libertad sexual de los menores, sino su derecho a la protección de datos.

36. Acuerdos 147/22, de 16 de junio, F. J. 3.º; y 266/22, de 15 de septiembre, F. J. 3.º.

37. De acuerdo con su Memoria de 2022, la CNMC ha puesto en marcha en 2022 el Servicio de Inspección en materia audiovisual. Durante el año 2022 se han llevado a cabo tres inspecciones, con objeto de comprobar y controlar el cumplimiento de la obligación de emisión anual de obras europeas. Cfr. Memoria 2022, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2023, p. 50).

38. Seleccionamos 2018 por tratarse del año en el que la normativa audiovisual europea comienza a aplicarse también a las PIV, en gran medida para luchar contra el acceso de los menores a contenido pornográfico en Internet.

del acceso de los menores de edad a la pornografía la encontramos en la Memoria de 2021, en la que se da cuenta de una reunión entre los responsables de la Agencia con representantes del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), “con el objetivo de intercambiar información e iniciativas orientadas a la protección de los menores en relación con el acceso a contenidos audiovisuales que perjudiquen su desarrollo físico, mental y moral, y en concreto, a contenidos pornográficos”³⁹. A nuestro entender, resulta justo poner en valor que, mientras el Poder Legislativo retrasa ilícitamente la transposición de la Directiva audiovisual europea y la CNMC prefiere mantenerse al margen de tan espinosa cuestión, tanto el CAA como la AEPD –autoridades independientes cuyo ámbito competencial solo toca tangencialmente el tema de la pornografía en Internet– se afanan en buscar fórmulas para proteger un interés público tan relevante.

Pues bien, es preciso concluir que esa búsqueda es fructífera, ya que en 2022 la AEPD tramita dos expedientes sancionadores contra sendas empresas que gestionan portales pornográficos sin contar con mecanismos obligatorios para proteger a los menores. Se trata de la Resolución 554/2021, de 22 de marzo de 2023, que sanciona a la empresa Burwebs S. L., y la Resolución 555/2021, de 31 de octubre de 2022, contra Techpump Solutions S. L. Analicemos conjuntamente estas dos resoluciones, que revisten un gran paralelismo.

Al momento de tramitarse los procedimientos sancionadores, las dos empresas sancionadas gestionaban páginas web pornográficas que carecían (1) de sistemas de verificación de la edad de sus usuarios y (2) de mecanismos para recabar el consentimiento por los titulares de la patria potestad o tutela de sus usuarios menores de catorce años. Si bien las páginas contaban con mecanismos para “declarar” la propia edad, no existía ninguno para verificarla *ab initio* ni comprobarla ulteriormente. Como la mayoría de los servicios de Internet, tanto Burwebs como Techpump Solutions realizaban un cierto tratamiento de datos de sus usuarios, dando por hecho que todos ellos eran mayores de edad. En sus resoluciones, la AEPD indica que si las medidas de protección de datos que se establecen están pensadas para datos de personas adultas –como era el caso–, las empresas quedan obligadas a garantizar dicho extremo, es decir, a verificar que sus usuarios efectivamente son mayores de edad. Al no hacerlo, inevitablemente las empresas están tratando datos sensibles de menores de edad en un contexto sexual y pornográfico, lo que constituye una infracción del artículo 25 RGPD, toda vez que no adoptan medidas que prevengan la materialización de ciertos riesgos inherentes al tratamiento de datos personales⁴⁰. Junto con ello, también se argumenta que ninguno de

39. Memoria 2021, Agencia Española de Protección de Datos (2022, p. 66).

40. La cuestión del tratamiento de datos de los menores se analiza en los Fundamentos de Derecho XIX (Resolución 554/2021) y XXIII (Resolución 555/2021). La propia AEPD resume así la *ratio decidendi* de ambas resoluciones: “Y es que los riesgos a los que están afectos los menores, inherentes a su desarrollo, han de ser considerados por los responsables del tratamiento, y no sólo por aquellos que dirigen servicios directa y específicamente a los niños, sino por todos aquellos que realizan tratamientos de datos personales dirigidos a otros colectivos en los que los menores puedan interactuar o intervenir (en una sociedad cada vez más tecnológica) y ver en riesgo su integridad física o psicológica y comprometidos sus derechos y libertades como sucede con la pornografía en internet. Resultando que estas entidades deciden que las categorías de interesados se limitan a los mayores de edad, les corresponde implementar las medidas técnicas y organizativas apropiadas para que el tratamiento se efectúe únicamente respecto de interesados mayores de edad. Ello conlleva que también implemente las medidas técnicas y organizativas apropiadas para que los datos de los menores de edad no sean tratados”. Memoria 2022, Agencia Española de Protección de Datos (2023, pp. 97–98).

los portales pornográficos contaba con sistemas para solicitar el consentimiento de los titulares de la patria potestad o tutela, aunque en sus políticas de privacidad admitían la posibilidad de que menores de catorce años navegaran por sus plataformas con dicho permiso⁴¹. Esta omisión constituye una infracción del artículo 8 RGPD, que regula las condiciones aplicables al consentimiento del niño en relación con los servicios de la sociedad de la información.

Las dos resoluciones sancionadoras que comentamos castigan una pluralidad de infracciones, dos de las cuales guardan relación con el objeto de estas páginas. La primera, relativa a la solicitud del consentimiento paterno –tipificada en el artículo 83.4.a) RGPD y calificada como grave en el artículo 73.a) y b) LOPDGDD–, es castigada con multa de 30 000 euros a Techpump Solutions S. L. y 6000 euros a Burwebs S. L. La segunda, relativa a la ausencia de instrumentos de verificación de la edad –tipificada en el artículo 83.4.a) del RGPD y calificada como grave en el artículo 73.d) de la LOPDGDD– es castigada con multa de 50 000 euros a Techpump Solutions S. L. y de 10 000 euros a Burwebs S. L.⁴².

Como señalamos respecto de la Resolución 2/2023 de la CNMC, estas dos resoluciones de la AEPD revisten un gran interés. En primer lugar, porque abren una vía alternativa para luchar contra el acceso de los menores a la pornografía en Internet, esta vez en defensa de su derecho a la protección de datos personales. En segundo lugar, porque ratifican la incorporación a la causa de la protección de los menores frente a la pornografía *online* de una autoridad independiente adicional, con amplias competencias y una estructura organizativa no pequeña⁴³. Y, finalmente, porque su separación temporal –casi cinco meses– evidencia la voluntad de la Agencia de consolidar una línea sancionadora y hacer cumplir la ley.

Todavía en relación con las potestades de supervisión y sanción, conviene interrogarse acerca de la disposición de las distintas administraciones para recibir denuncias de los particulares. Y ello porque, como es sabido, las mismas constituyen una valiosa fuente de información a la hora de descubrir incumplimientos normativos, proceder a sancionarlos y restablecer la legalidad (Doménech Pascual, 2013, p. 172). En el ámbito concreto de la regulación de Internet, la contribución de los ciudadanos para desvelar servicios, materiales o conductas ilegales resulta crucial, habida cuenta la amplitud y el dinamismo de la red de redes.

Pues bien, al momento de redactarse estas páginas la CNMC dispone de un formulario de reclamaciones sencillo en su página web, lo que indudablemente facilita que la ciudadanía pueda poner en conocimiento de las autoridades hechos presuntamente contrarios al ordenamiento jurídico⁴⁴. En la página de la AEPD también existen diversos formularios para interponer reclamaciones y denuncias, con instrucciones fáciles de entender. El formulario habilitado por el MAETD, por el contrario, resulta más complejo.

41. Esta omisión y su calificación jurídica se analiza en los Fundamentos de Derecho XV (Resolución 554/2021) y XIX (Resolución 555/2021).

42. La diferencia en las cuantías de las multas obedece al número de plataformas pornográficas gestionadas por cada empresa sancionada: cinco por Techpump Solutions S. L. y una por Burwebs S. L.

43. Para ser más exactos, realmente quien se ha “incorporado” a esta causa es la CNMC, ya que la AEPD ha mostrado un compromiso mayor y anterior con la protección de los menores frente a la pornografía *online*. Al César lo que es del César.

44. El formulario está disponible en la siguiente dirección de Internet: <https://www.cnmc.es/contacto>

Tanto este último como los de la AEDP exigen contar con firma electrónica o con certificado digital, lo que indudablemente desincentivará la interposición de denuncias de un buen número de personas⁴⁵.

Haciendo un breve balance del presente epígrafe, podemos señalar que muy recientemente la AEPD y la CNMC han substanciado sus primeros procedimientos sancionadores contra plataformas pornográficas por no contar con mecanismos de verificación de la edad para restringir el acceso de los menores. Estas resoluciones constituyen una muy buena noticia para la construcción de un Internet respetuoso con los más pequeños, y es de esperar que tengan un efecto “aleccionador” para numerosas plataformas pornográficas. De no ser así, ambas autoridades independientes harán bien en imponer nuevas sanciones, a fin de garantizar el respeto del ordenamiento vigente. Respecto de sus funciones de vigilancia e inspección, no parece que la AEPD y la CNMC estén llevando a cabo tareas sistemáticas de supervisión y rastreo en Internet para detectar irregularidades. De todos modos, al contar con canales de denuncia accesibles e intuitivos, es razonable pensar que muchas infracciones serán advertidas por los ciudadanos mediante las correspondientes denuncias⁴⁶. Un juicio más negativo merece el MAETD que, de acuerdo con la información disponible su portal de Internet, ni vigila, ni sanciona, ni dispone de sistemas de denuncia sencillos para denunciar incumplimientos de la LSSI.

6. El fomento

Las potestades administrativas descritas hasta aquí se caracterizan por implicar una limitación o restricción de las actividades de los particulares. Mediante sus actuaciones de fomento, por el contrario, la Administración aspira a promover o incentivar ciertas actividades privadas por entender que las mismas están alineadas con los intereses públicos⁴⁷. La actividad administrativa de fomento reviste formas muy variadas: económica, jurídica, honorífica... En fechas recientes han cobrado importancia las basadas en las ciencias del comportamiento, que mediante el ofrecimiento de cierta información o la modificación de la arquitectura de la decisión pretenden influir en la toma de decisiones de los administrados, haciéndoles más sencillo o atractivo elegir cauces de conducta que coadyuvan a la consecución del interés general (Ponce Solé, 2022).

De cara a minimizar el acceso de los menores a la pornografía, la actividad pública de fomento o promoción puede resultar de gran utilidad. Así lo reconocen expresamente diferentes textos legales relativos a la protección de los menores, la protección de datos personales o la igualdad, que subrayan la importancia de las medidas

45. Las páginas desde las que acceder al proceso de quejas y sugerencias son las siguientes: <https://www.aepd.es/la-agencia/en-que-podemos-ayudarte> y https://serviciosedo.mineco.gob.es/FB/HomeQuejas.aspx?control=124_QS

46. De acuerdo con sus memorias anuales, en el año 2022 la CNMC recibió 360 quejas y denuncias relativas a contenidos audiovisuales; y la AEPD 15.128 reclamaciones. *Cfr.*, respectivamente, Memoria 2022, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2023, p. 47); y Memoria 2022, Agencia Española de Protección de Datos (2023, p. 139).

47. Volviendo al trabajo seminal de Jordana de Pozas previamente citado (1949, p. 49), cabe sostener que la intervención pública de fomento tiene como objeto “proteger, estimular o auxiliar las actividades particulares mediante las cuales se satisfacen necesidades o conveniencias de carácter general”.

promocionales y de concienciación para conseguir los intereses públicos que dichas normas aspiran a proteger⁴⁸.

Veamos algunas actuaciones de fomento que se han adoptado o podrían adoptarse desde instancias públicas para conseguir tal fin.

Una de las medidas paradigmáticas de fomento es la subvención, que podemos definir como aquella donación dineraria de carácter modal destinada a promover fines o actividades de interés público⁴⁹. Entre las mil y una actividades que podrían subvencionarse cabe destacar tres.

La primera es la investigación académica y clínica sobre los efectos del consumo generalizado de pornografía. En efecto, la relativa novedad del fenómeno determina que todavía existan pocos estudios sobre el impacto de la pornografía en sus consumidores en términos de adicción, concepción de la sexualidad, extensión de prácticas sexuales inseguras, delitos contra la libertad sexual, contribución a la perpetuación de la desigualdad entre hombres y mujeres, etc. Una financiación decidida de esta línea de investigación permitiría conocer mejor las causas y efectos de un consumo recurrente o generalizado de pornografía y centrar la actuación pública en aquellos que resulten más problemáticos. Un botón de muestra de esta forma de fomento y promoción lo constituye el “Estudio sobre pornografía en las Illes Balears: acceso e impacto sobre la adolescencia, derecho internacional y nacional aplicable y soluciones tecnológicas de control y bloqueo” que hemos tenido ocasión de citar en reiteradas ocasiones. Dicho estudio multidisciplinar, financiado por el Gobierno balear, ha contribuido decisivamente a conocer –entre otras cuestiones– los patrones de consumo de pornografía entre los adolescentes baleares y algunos de los efectos percibidos de ese consumo.

En segundo lugar, sería deseable financiar iniciativas divulgativas destinadas a ofrecer educación sexual y sobre el uso de Internet entre menores de edad, familias y educadores⁵⁰.

Por último, también cabría subvencionar iniciativas empresariales que desarrollasen soluciones técnicas para verificar la edad de los usuarios de Internet, mecanismos de calificación de contenidos, sistemas de control parental, herramientas de detección automatizada de contenido potencialmente nocivo con el fin de limitar su presentación a menores, etc.

48. A título ejemplificativo, el artículo 97.2 LOPDPGDD encomienda al Gobierno la aprobación de “un Plan de Actuación dirigido a promover las acciones de formación, difusión y concienciación necesarias para lograr que los menores de edad hagan un uso equilibrado y responsable de los dispositivos digitales y de las redes sociales y de los servicios de la sociedad de la información equivalentes de Internet con la finalidad de garantizar su adecuado desarrollo de la personalidad y de preservar su dignidad y derechos fundamentales”. Otras normas que hacen referencia al fomento son la Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual (art. 9.1); o la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia (arts. 45 y 46).

49. *Cfr.* Artículo 2.1. Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

50. El artículo 10 LGCA apunta en esta línea, invitando a la autoridad audiovisual y a todos los agentes del sector audiovisual a adoptar “medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad”, señalando como objetivo específico “que los menores hagan un uso beneficioso, seguro, equilibrado y responsable de los dispositivos digitales, de los servicios de comunicación audiovisual y de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, a fin de garantizar el adecuado desarrollo de su personalidad y preservar su dignidad y sus derechos fundamentales” (art. 10.4).

Dejando a un lado las subvenciones, las administraciones incentivan o desincentivan conductas mediante campañas informativas, publicitarias y de sensibilización. Dicha tarea informativa puede tomar ocasión en alguna efeméride o día internacional, como el Día Mundial de Internet Seguro, el Día Internacional del Niño o el Día contra la Explotación Sexual y el Tráfico de Mujeres, Niñas y Niños. Hasta la fecha, esta línea de fomento ha sido una de las preferidas por las Administraciones públicas. Un buen ejemplo de ello lo constituye la actividad del Instituto Nacional de Ciberseguridad – INCIBE, dependiente del MAETD–, cuya división “Internet Segura For Kids” realiza una amplísima tarea de educación digital, dedicando una atención específica al acceso a contenido inapropiado⁵¹. La AEPD, por su parte, también ha venido realizando una importante labor de concienciación en los últimos años, fruto en gran medida del creciente número de denuncias que ha recibido sobre prácticas de *sexting* entre menores. Así, por ejemplo, en el año 2020 la Agencia publicó una nota técnica con recomendaciones orientadas a evitar el acceso de los menores a contenido inapropiado en Internet, dirigidas a madres y padres, así como a entidades educativas y editores de contenidos⁵². En esta misma línea, en el año 2022 la AEPD lanzó junto a UNICEF la campaña “Más que un móvil”, dirigida a ofrecer a las familias algunas claves para tener en cuenta antes de entregar a sus hijos un teléfono móvil⁵³.

Sin desmerecer esta línea de actuación de las administraciones, es oportuno subrayar que en la última década estas medidas de concienciación han tenido una eficacia prácticamente nula, como evidencian los datos de consumo de pornografía entre la población menor de edad. Y ello porque, en ocasiones, para la consecución de ciertos fines de interés público la actividad administrativa de fomento resulta necesaria, pero no suficiente. En efecto, causas como la lucha contra el alcoholismo, el tabaquismo o la obesidad infantil precisan de campañas promocionales que contribuyan a orientar en un determinado sentido la opinión pública; pero también de medidas de regulación, supervisión y sanción que restrinjan ciertas conductas particularmente nocivas para la salud pública o los menores. Así sucede también con el tema que nos ocupa: hace falta sensibilización, pero –como los datos evidencian– solo con sensibilizar no basta.

Todavía en relación con la sensibilización y la información, conviene apuntar que hasta el momento las campañas públicas han ido dirigidas mayoritariamente a las familias y los educadores, y se han producido en un tono fundamentalmente positivo. Teniendo en cuenta la limitadísima eficacia de dichas campañas, quizá resultaría oportuno plantear algún cambio de estrategia. De un lado, podrían ensayarse mensajes más contundentes o descarnados, como algunos de los emitidos por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción o la Dirección General de Tráfico⁵⁴. De otro lado, y en una línea ya explorada en el ámbito de la protección de los consumidores y usuarios, quizá

51. Una información muy completa de su actividad puede consultarse en <https://www.incibe.es/menores>

52. *Protección del Menor en Internet – Evita el contenido inapropiado preservando su privacidad*, AEPD, Madrid, 2020. <https://www.aepd.es/prensa-y-comunicacion/notas-de-prensa/la-aepd-publica-recomendaciones-orientadas-evitar-el-acceso>

53. Para más información sobre esta campaña, visítase <https://www.aepd.es/mas-que-un-movil>

54. Sobre la eficacia de dicha publicidad “emocional”, resulta de interés Vázquez Burguete y Gutiérrez Rodríguez (2016).

podría imponerse a los prestadores de servicios pornográficos la obligación de ofrecer cierta información a sus usuarios, advirtiéndoles de los riesgos que el consumo de pornografía puede implicar (adicción, falta de apetito sexual, incremento de agresividad en las relaciones sexuales, etc.)⁵⁵. Esta información obligatoria, similar a la que se exige en las cajetillas de tabaco o en la publicidad de bebidas alcohólicas, podría actuar también como un desincentivo al consumo.

Finalmente, las administraciones pueden recurrir a los medios de promoción tradicionalmente calificados como honoríficos. En este sentido, existen diferentes premios y galardones que pretenden reconocer e incentivar las buenas prácticas en relación con los menores en Internet. Entre muchos, podemos destacar el “Premio a las Buenas prácticas educativas en privacidad y protección de datos para un uso responsable y seguro de internet por los menores”, organizado anualmente por la AEPD; o los premios otorgados por el INCIBE con motivo del Día Internacional de Internet Seguro⁵⁶.

7. Actuaciones en el marco de los servicios públicos

Siguiendo la tradicional distinción de formas de actuación administrativa, resta por ocuparnos de la actividad prestacional o de servicio público, mediante la que la Administración presta a los ciudadanos ciertos servicios cuya naturaleza se considera importante, cuando no esencial.

En relación con el tema que nos ocupa, cabe hacer referencia a tres ámbitos actuación pública.

El primero y más importante es de la educación. Conforme a la legislación educativa, los planes de estudio en nuestro país incluyen en todas las fases del proceso educativo una serie de objetivos relacionados con la educación afectivo-sexual de los estudiantes⁵⁷. Pues bien, en dicho marco conviene ofrecer a los estudiantes ciertas pautas y herramientas para tener espíritu crítico frente a los contenidos de naturaleza sexual o pornográfica a los que están expuestos, a fin de que sean capaces de reconocer cuándo esos contenidos resultan contrarios a ciertos principios y valores constitucionales, como la libertad personal o a la igualdad⁵⁸. Junto con ello, y en la línea señalada por

55. Esta exigencia podría imponerse por vía legal o reglamentaria, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 14 y 18 LGDCU. Como es natural, primero será necesario contar con evidencias científicas que acrediten esos efectos nocivos, extremo que precisa de una tarea investigadora que podría financiarse con ayudas públicas, como hemos apuntado con anterioridad.

56. Más información sobre estos galardones puede consultarse en “La AEPD convoca los Premios Protección de Datos 2023 para reconocer las mejores prácticas en la difusión de este derecho”, Nota de prensa de 23 de mayo de 2023, AEPD; y “El Día de Internet Segura 2023, organizado por INCIBE, bate récord de participación con más de 84.000 asistentes”, Nota de prensa de 10.02.2023, INCIBE.

57. Cfr. Artículos 1.1, 19.2, 17.m, 24.5, 25.6 y 33.b de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (con las modificaciones introducidas por la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre).

58. Sea de ello lo que fuere, y sin ánimo de abrir un debate que excede del objeto de estas páginas, queremos dejar constancia de las dudas que nos suscita el consenso creado en torno a la necesidad de dar mucha educación sexual en los centros educativos, lo que implica transmitir a los estudiantes una visión determinada y “normativa” de la sexualidad. De ahí a la “moral oficial” o de Estado hay un camino muy corto, que quizá no resulte conveniente recorrer. En este sentido, quizá la educación afectivo-sexual formal y reglada debería limitarse a la transmisión de

el artículo 10 LGCA, también resulta oportuno promover la alfabetización mediática tanto de los menores como de sus padres, profesores y tutores, a fin de educar en un uso inteligente y equilibrado de las poderosas herramientas digitales existentes en el mercado, que permita aprovechar todas sus ventajas sin caer en los peligros que su uso intemperante comporta.

Un segundo servicio público que las administraciones podrían ofrecer consistiría en el desarrollo y puesta a disposición de los agentes del mercado de sistemas de verificación de la edad fiables, tanto desde el punto de vista de su efectividad, como del de la garantía de la protección de datos de sus usuarios. En esta dirección está trabajando desde hace unos meses la AEPD en colaboración con la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, con el objetivo de facilitar una herramienta de verificación de la edad fiable, que permita evitar el acceso de los menores de edad a la pornografía⁵⁹.

Por último, y ya desde una perspectiva más paliativa que preventiva, las administraciones podrían ofrecer servicios de atención clínica a menores con síntomas de adicción a las pantallas y a la pornografía. Si bien estas conductas todavía no han sido reconocidas oficialmente como patologías, son muchos los especialistas que subrayan que el número de pacientes que manifiestan tener problemas de consumo compulsivo ha crecido en los últimos años (Hervías Ortega *et al.*, 2020, pp. 176 y ss.). Este incremento ha propiciado que diferentes servicios públicos de salud hayan creado recientemente centros para tratar las llamadas adicciones sin sustancia o comportamentales, entre las que se encuentra el juego, la compra compulsiva, el sexo o, a los efectos que aquí interesan, el consumo de pornografía⁶⁰. En un sentido similar, la creciente extensión de pautas de consumo compulsivo de pornografía recomienda que los orientadores y psicopedagogos de los centros educativos –tanto públicos como privados– reciban una formación específica relativa a las adicciones comportamentales, a fin de ayudar con competencia a los estudiantes que atraviesan esos problemas, frecuentemente asociados a un uso inadecuado de las pantallas.

5. Conclusiones

Existe un amplio consenso en que el actual acceso generalizado de los menores a contenido pornográfico en Internet resulta indeseable. Hasta la fecha, ni una creciente preocupación social ni la aprobación de diferentes textos legales han sido capaces de reducir dicho acceso. Si se quiere revertir la situación es preciso redoblar los esfuerzos tanto públicos como privados para restringir el acceso a ese contenido y construir un entorno digital más seguro para los menores.

unos conocimientos básicos –fundamentalmente biológicos– acerca de la sexualidad humana, acompañados de tres o cuatro ideas básicas relativas al consentimiento y al respeto mutuo.

59. Cfr. “La AEPD trabaja en un sistema eficaz de verificación de la edad para evitar el acceso de menores al porno”, *Europa Press*, 9 de octubre de 2023.

60. Es el caso, por ejemplo, de la Comunidad de Madrid, que en el año 2022 inauguró el Centro AdCom, dependiente del Instituto de Psiquiatría y Salud Mental del Hospital Gregorio Marañón. Para más información sobre este centro, véase <https://www.comunidad.madrid/servicios/salud/adcom-madrid>

En las presentes páginas hemos ofrecido una visión general de qué vienen haciendo y qué más podrían hacer las Administraciones públicas para contribuir a dicha causa, en cumplimiento de su misión constitucional de servir con objetividad a los intereses generales. Para ello, y tras identificar las tres administraciones mejor situadas para proteger a los menores en el ámbito audiovisual (MAETD, CNMC y AEPD), hemos repasado las tradicionales formas de actuación administrativa: policía –regulación, supervisión y sanción–, fomento y servicio público.

El repaso realizado nos ha permitido concluir que centrar la actuación pública en medidas de fomento y sensibilización no ha resultado eficaz para prevenir el acceso de los menores a contenido pornográfico. Por consiguiente, parece llegado el momento de recurrir a instrumentos más contundentes para proteger a los menores, como son las medidas de policía: regulación, supervisión y, muy señaladamente, sanción.

En esta línea, resulta oportuno que la Administración apruebe diferentes reglamentos de desarrollo –de la LGCA, en relación con los usuarios de especial relevancia; y de la LSSI, para determinar el procedimiento de suspensión de servicios digitales perjudiciales para los menores–. Junto con ello, también se recomienda un ejercicio más decidido de la potestad sancionadora, en la línea abierta por las Resoluciones 2/2023 de la CNMC y 554/2021 y 555/2021 de la AEPD.

Esta mayor diligencia en el ejercicio de las potestades de policía –acompañado, por supuesto, de otras medidas de fomento y de servicio público como las que hemos tenido ocasión de consignar– no tiene como fin cercenar derechos comunicativos ni establecer una policía moral en la Red, sino contribuir a la construcción de un espacio digital respetuoso con los derechos de todos, en particular con los de los colectivos más débiles y vulnerables, entre los que ocupan un lugar destacado los menores de edad.

Referencias

- Agencia Española de Protección de Datos. (2022). *Memoria 2021*. <https://www.aepd.es/documento/ps-00721-2014.pdf-0>
- Agencia Española de Protección de Datos. (2023). *Memoria 2022*. <https://www.aepd.es/documento/memoria-aepd-2022.pdf>
- Aguado-Guadalupe, G., & Bernaola, I. (2019). El nuevo marco regulador europeo de los servicios audiovisuales bajo petición y de intercambio de vídeo. Su repercusión en el mercado español de plataformas. *Index. Comunicación. Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 9(3), 13–34.
- Cierco Seira, C. (2015). El premio de afección en la expropiación forzosa. *Revista Española de Derecho Administrativo*, (168), 93–144.
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2023). *Memoria 2022*. https://www.cnm.es/sites/default/files/editor_contenidos/CNMC/Memorias/Mem_CNMC_2022_web.pdf
- De Miguel Asensio, P. A. (2022). Plataformas de intercambio de vídeos, influyentes y streamers en la Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual. *La Ley Unión Europea*, (106), 1–12.
- Doménech Pascual, G. (2013). Roma Delatoribus Praemiatur. La denuncia en el Derecho público. En J. J. Díez Sánchez (Coord.), *Función Inspectora. Actas del VIII Congreso de la Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo* (pp. 171–187). INAP.

- García de Enterría, E. (2017). *Curso de Derecho Administrativo* (18.ª ed., Vol. I). Civitas.
- Hervías Ortega, F., Romero López-Alberca, C., & Marchena Consejero, E. (2020). Adicción a la pornografía en Internet: análisis de un caso clínico. *Psicología Conductual*, 28(1), 161-180.
- Jordana de Pozas, L. (1949). Ensayo de una teoría del fomento en el Derecho administrativo. *Revista de Estudios Políticos*, (48), 41-54.
- Martínez González, M. Á. (2023). *Salmones, hormonas y pantallas*. Planeta.
- Martínez Otero, J. M. (2019). Un nuevo marco regulador para el sector audiovisual en Europa: La Directiva 2018/1808 en el contexto de la convergencia mediática y el Mercado Único Digital. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, (63), 537-571. <https://doi.org/10.18042/cepc/rdce.63.05>
- Martínez Otero, J. M. (2021). ¿Resulta constitucional restringir la pornografía en Internet? Bases para repensar el estatuto jurídico del discurso pornográfico. *Revista General de Derecho Constitucional*, (35), 1-38.
- Masferrer Domingo, A. (2020). *De la honestidad a la integridad sexual*. Thomson Reuters Aranzadi.
- Milano, V. (Dir.). (2023) *Estudio sobre pornografía en las Illes Balears: acceso e impacto sobre la adolescencia, derecho internacional y nacional aplicable y soluciones tecnológicas de control y bloqueo*. Conselleria de Presidencia, Función Pública e Igualdad.
- Nieto, A. (2008). *El desgobierno de lo público*. Ariel.
- Ponce Solé, J. (2022). Derecho, acicates (nudges) y buena administración. Aportaciones de las ciencias conductuales, nudging y sector público y privado. En J. Ponce Solé (Coord.), *Acicates (nudges), buen gobierno y buena administración* (pp. 61-82). Marcial Pons.
- Rivero Ortega, R. (2019). *Derecho Administrativo*. Tirant lo Blanch.
- Savin, A. (2018). Regulating internet platforms in the EU – The emergence of the Level playing field. *Computer Law & Security Review*, 34(6), 1215-1231. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2018.08.008>
- Serrano Maíllo, M. I., & Martínez-Pastor, E. (2023). Desafíos en la regulación de las plataformas de servicio de intercambio de vídeos: Publicidad y menores. *Revista General de Derecho Administrativo*, (63), 1-36.
- Valero Heredia, A. (2022). *La libertad de la pornografía*. Athenaica.
- Valero Heredia, A. (2023). Sexo, arte y pornografía. En J. J. Prieto de Pedro, R. Dedeu Pastor & M. Lorenzo Moles (Coords.), *Libertad, arte y cultura. Reflexiones jurídicas sobre la libertad de creación artística* (pp. 343-372). Marcial Pons.
- Vázquez Burguete, J. L., & Gutiérrez Rodríguez, P. (2016). Eficacia de las campañas publicitarias de la DGT. *Casos*, 3(1), 103-110.

MISCELÁNEA

Cuadernos^{del}
Audiovisual
del Consejo Audiovisual de Andalucía

Exposición de menores a la publicidad móvil

EXPOSURE OF CHILDREN TO MOBILE ADVERTISING

Beatriz Feijoo

Universidad Internacional de La Rioja (España)
beatriz.feijoo@unir.net | 0000-0001-5287-3813

Erika Fernández-Gómez

Universidad Internacional de La Rioja (España)
erika.fernandez@unir.net | 0000-0002-7088-1814

Jesús Segarra-Saavedra

Universidad de Alicante (España)
jesus.segarra@ua.es | 0000-0001-9420-5258

Recibido: 07-12-2023 | Aceptado: 15-12-2023

Resumen: Atraída por la cobertura y potencialidad del binomio menores de edad y telefonía móvil, la comunicación comercial se suma como aliado, generando un debate en torno a la ética y la responsabilidad de las empresas, pero también de centros educativos, padres y madres, entre otros colectivos sociales, que tratamos de descubrir desde el ámbito científico. Este artículo analiza, desde la perspectiva etaria y por género, la disposición de telefonía y la exposición y actitud hacia la publicidad recibida por parte de menores de edad desde los dispositivos móviles. Para ello se realizaron 1070 encuestas *online* entre menores de 10 y 14 años residentes en España. Se detecta la posesión, especialmente de las menores, de teléfonos móviles frente a otros dispositivos como *tablets*, portátiles y de sobremesa. Se exponen principalmente a juegos, WhatsApp y YouTube y, salvo en WhatsApp y Netflix, suelen recibir publicidad del resto de plataformas. Se trata de mensajes comerciales que tienden a ignorar, un rechazo que se incrementa a medida que aumenta la edad de las personas encuestadas. Y cuando reciben publicidad desde sus móviles, les genera apatía, desinterés, aburrimiento y saturación, independientemente del género. En este sentido, se apela a que la publicidad sea más interactiva con los menores para mejorar su percepción y actitud.

Palabras clave: publicidad; teléfono móvil; publicidad móvil; exposición publicitaria; menores.

Abstract: Attracted by the coverage and potential of the pairing of minors and mobile telephony, commercial communication has become an ally, generating a debate on the ethics and responsibility of companies, but also of educational centres, parents and other social groups, which we try to discover from a scientific perspective. This article analyses, from an age and gender perspective, the willingness to use telephones and the exposure and attitude towards advertising received by minors from mobile devices. For this purpose, 1070 online surveys were conducted among children aged 10 and 14 living in Spain. We detected the possession, especially by minors, of mobile phones as opposed to other devices such as tablets, laptops and desktops. They are mainly exposed to games, WhatsApp and YouTube and, except for WhatsApp and Netflix, they tend to receive advertising on other platforms. These are commercial messages that they tend to ignore, a rejection that increases with the age of the respondents.



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Feijoo, B., Fernández-Gómez, E., & Segarra-Saavedra, J. (2024). Exposición de menores a la publicidad móvil. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 129-142. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.15>

And when they receive advertising on their mobile phones, it generates apathy, disinterest, boredom and saturation, regardless of gender. In this sense, it calls for advertising to be more interactive with minors in order to improve their perception and attitude.

Keywords: advertising; mobile phones; mobile advertising; advertising exposure; children.

1. Introducción

El uso de teléfonos móviles por parte de los y las menores es una realidad. Varía la edad a la que acceden, así como el hecho de que posean o no su propio dispositivo, pero aunque no dispongan de su propio *smartphone*, suelen consultar el de sus progenitores o hermanos y/o hermanas.

Aunque esta tecnología les ayuda a buscar información para realizar sus actividades escolares, el principal uso que de ellos se hace es de ocio y entretenimiento (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad, 2023). Por lo que a través de las redes sociales o las aplicaciones de juegos, que son dos de las acciones más realizadas por este colectivo, niños y niñas están expuestos a mensajes comerciales de diferentes marcas. Se trata de contenidos persuasivos que en muchas ocasiones no contienen elementos que permitan identificarlos como publicidad y que, por lo tanto, no son identificados por los menores como anuncios.

Tanto en España como en la Unión Europea existen iniciativas lideradas por grupos de investigación consolidados como es EU Kids Online que ofrecen datos sobre el consumo del móvil de los menores. Esta red es una referencia en el estudio de la infancia y la adolescencia y el uso de las TIC. Otra información clave que aportan son las preocupaciones y conflictos familiares en torno al uso de Internet poniendo el foco en las redes sociales, así como las estrategias de mediación parental. Si bien, se desconoce cómo los menores se exponen a la publicidad a través de los dispositivos móviles.

Así, esta investigación pretende conocer cuál es la exposición de los menores ante la publicidad que reciben a través del móvil, así como su actitud ante la misma.

2. Revisión de la literatura

2.1. Menores y uso del teléfono móvil

El uso del teléfono móvil y la posibilidad de acceder a Internet era generalizado entre la población adolescente ya antes de la pandemia sanitaria de la COVID-19. El confinamiento y la necesidad de quedarnos en casa incrementó el uso que los menores hacen del mismo.

El 99,5% de hogares en España con algún miembro de 16 a 74 años cuenta con al menos un *smartphone* (Instituto Nacional de Estadística, 2023). Entre la población de 15 a 19 años alcanza el 86,4% y sin diferencias por género reseñables (Gómez-Miguel & Calderón-Gómez, 2022).

La dependencia de este dispositivo ha provocado ya el debate sobre si la población más joven debería poseer o no un móvil y si está preparada para hacer un uso correcto del mismo. Italia, Holanda o Francia ya han eliminado de sus aulas esta tecnología para evitar las distracciones. En España, 7 de cada 10 adolescentes miran el móvil constantemente, mientras que algo menos de la mitad destaca que únicamente está pendiente de este dispositivo cuando espera un mensaje o una llamada (Gómez-Miguel & Calderón-Gómez, 2022). Además, el 59,1% de los menores de entre 11 y 18 años, acude al centro educativo con su teléfono móvil (Andrade *et al.*, 2021).

El resto de Europa, y también en Estados Unidos, se plantea la posibilidad de prohibir su uso en las escuelas y se cuestiona cuál es la edad a la que podrían hacer un uso correcto del *smartphone*. Así, se apunta a los 16 años como la edad en la que estarían mejor preparados.

Más allá de que esta pantalla forme parte de la posesión de nuestros menores, incluso los más pequeños pueden emplear el de sus familiares. Lo mismo sucede con las redes sociales ya que, aunque YouTube o Instagram limitan la edad mínima de acceso a 13 años, los menores acceden ya desde edades muy tempranas a través de perfiles familiares (Feijoo & Fernández-Gómez, 2021).

En España la edad de acceso por primera vez al móvil se sitúa en los 10,96 años (Andrade *et al.*, 2021). Los cuatro usos más habituales tienen que ver con fines relacionales o lúdicos. El quinto es la realización de tareas escolares. Cifras similares a otros países, así, datos recientes del estudio Global Kids Online (2023) muestran cómo en Chile, el acceso al *smartphone* se realiza ya a los 8,9 años y se usa también para realizar tareas escolares.

Así, aunque el teléfono móvil nació para comunicarse, se ha transformado en otra pantalla para el consumo de ocio y entretenimiento. En España, el móvil es, por delante de la consola, el principal dispositivo que los adolescentes utilizan para jugar a videojuegos (Andrade *et al.*, 2021).

Respecto a las actividades que realizan en estos dispositivos existen diferencias por sexo, así, entre las mujeres es más habitual chatear, escuchar música, ver contenido en redes sociales o ver series. Ellos lideran el jugar con videojuegos y ver directos en plataformas *online* como Twitch (Gómez-Miguel & Calderón-Gómez, 2022).

Ante estas cifras de consumo por parte de la población juvenil, no es de extrañar que el sector publicitario se interese por el móvil como soporte publicitario. Las posibilidades de segmentación y el carácter personal del dispositivo ofrecen ventajas comerciales, pero también plantean el debate ético sobre la personalización de los contenidos con base en perfiles y pautas de comportamiento *online* (Feijoo & Sádaba, 2022).

2.2. El *target* juvenil y la publicidad

Un ejemplo del interés de la industria publicitaria por el *target* juvenil se encuentra en el *Estudio Anual de Redes Sociales* que elabora IAB Spain y Eloigia (2023). Se trata de una publicación que se ha convertido en un referente para conocer el consumo de redes sociales en España. Ha pasado de estudiar el uso de las redes por los mayores de 18 años

a incorporar a la generación Alpha, es decir, menores de entre 12 y 17 años. En este sentido, un 52% de esta población declara buscar información en una red social antes de realizar una compra y el 43% admite que las redes le han influido en la compra de productos o servicios.

Así, cuando nos referimos al móvil como soporte publicitario podemos hacerlo desde un enfoque tradicional, a través del cual este dispositivo reproduce formatos tradicionales (publicidad SEM), o bien, a formatos más innovadores y que favorecen la conectividad social (Martínez Martínez & Aguado, 2014), como pueden ser las aplicaciones (*appvertising*), los juegos *online* (*advergaming*) o formatos basados en la creación de contenido comercial que fusionan publicidad y entretenimiento (*advertainment*).

Ante la publicidad móvil, la reacción más frecuente entre los jóvenes suele ser la indiferencia. Los canales que generan más confianza para recibir publicidad en los dispositivos móviles coinciden con las *apps* que más descargan, por lo que se fían más de aquellos mensajes comerciales que reciben a través de las plataformas en las que mejor se manejan (Feijoo & Sádaba, 2021).

El recurso a *influencers*, donde las marcas pagan a figuras destacadas entre la población infantil y juvenil para que promocionen sus productos y servicios, es un método cada vez más empleado por las marcas para dirigirse a esta población (Smith *et al.*, 2023). Esta generación es la que más sigue a *influencers* (82%) y lo hace a través de Instagram, TikTok y YouTube (IAB Spain & Elogia, 2023).

Así, los contenidos comerciales creados por *influencers* generan el mayor porcentaje de clics entre los menores, especialmente cuando se anuncian marcas de juguetes, electrónica y entretenimiento (Feijoo *et al.*, 2022).

Los videojuegos son otras de las herramientas empleadas por las marcas para vender sus productos a los más jóvenes y, además, son más eficaces que los anuncios de televisión (Cho & Riddle, 2021). Hay que tener en cuenta, además, que los menores suelen acceder a los juegos *online* de manera gratuita, pues son aplicaciones que basan su modelo de ingresos por publicidad además de por compras dentro de la aplicación (Martínez, 2019).

De modo que, además de la exposición por parte de los menores a la publicidad móvil también conviene cuestionarse su visión de la publicidad, y sus actitudes sobre ella. El estudio de Liu-Thompkins (2019) revela una investigación limitada sobre este público y pone de manifiesto las vulnerabilidades de los niños ante el creciente fenómeno de la publicidad *online* (Fernández-Gómez *et al.*, 2023).

3. Metodología

El objetivo de este estudio es analizar la exposición publicitaria que los niños y las niñas perciben al usar el teléfono móvil y la actitud que esa presencia de publicidad les genera.

Para ello se aplicaron encuestas *online* autoadministradas a menores de entre 10 y 14 años residentes en España. Participaron en total 1070 individuos con un 95% de índice de confianza y un +/-3% de margen de error. El procedimiento de muestreo fue

polietápico, estratificado con afijación proporcional, empleando como primer estrato 4 zonas geográficas agregadas *ad hoc* (siguiendo la clasificación de zonas NUT empleada por la UE) y un segundo nivel de estratificación en función del nivel socioeconómico de las familias (bajo, medio y alto). La selección final de los individuos a encuestar se realizó según cuotas cruzadas de sexo y edad y el trabajo de campo tuvo lugar entre los meses de abril y junio de 2022.

Para dar respuesta al objetivo planteado se formularon las siguientes preguntas de investigación:

- PI1. ¿Qué porcentaje de menores encuestados declara tener teléfono móvil en propiedad? ¿Existen diferencias por edad y género?
- PI2. ¿Qué frecuencia de exposición publicitaria manifiestan percibir los encuestados ante el teléfono móvil? ¿Existen diferencias por edad y género?
- PI3. ¿Qué actitud es la más común ante la publicidad que reciben por el teléfono móvil? ¿Existen diferencias por edad y género?

Los datos estadísticos que se exponen en este análisis pertenecen a la primera fase de una investigación más amplia recogida en el proyecto de I+D+i "La alfabetización publicitaria ante el teléfono móvil. Análisis de la capacidad del público infantil para enfrentarse a los contenidos persuasivos. ADKIDS MOBILE", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España. En este estudio en concreto se presenta un análisis descriptivo de las variables recogidas en la Tabla 1 con el objetivo de dar respuesta al objetivo de investigación planteado.

Asimismo, también se contempla un análisis bivariado tomando las variables demográficas edad y género como referencia para identificar y conocer las diferencias entre los distintos grupos de población. Para determinar la relevancia estadística de las diferencias observadas en las respuestas en estos cruces, se utilizaron la prueba de independencia basada en el estadístico Chi-cuadrado de Pearson para determinar el grado de asociación entre dos variables nominales. En todos los casos, se estableció que el valor de p para rechazar la hipótesis nula de las pruebas realizadas sería $< 0,05$. Cuando esto sucedió, se reportaron las diferencias como significativas y se remarcaron en las Tablas 2, 3 y 4 sombreando las celdas correspondientes.

La distribución de la muestra fue: según la edad, 18,4% estudiantes de 10 años, 18,5% de 11 años, 21,3% de 12 años, 21,3% de 13 años y 20,5% de 14 años; por género, 51,9% son varones, el 48,1% mujeres.

Con el objetivo de resguardar la integridad de los participantes del estudio y de los investigadores, para la recolección de la información se solicitó autorización al tutor o tutora del menor mediante la firma de un consentimiento informado, previamente validado por el Comité de Ética de la universidad al que está adscrita esta investigación (Universidad Internacional de La Rioja) que también revisó y aprobó el diseño metodológico del proyecto.

TABLA 1
Descripción de las variables de análisis

Variable	Valores
Género del/a hijo/a que responde la encuesta	<ul style="list-style-type: none"> – Hombre – Mujer
Edad del/a hijo/a que responde la encuesta	10, 11, 12, 13, 14 años
¿Qué dispositivos tienes en propiedad?	<ul style="list-style-type: none"> – Ordenador de sobremesa – Ordenador portátil – <i>Tablet</i> – Teléfono móvil – Televisión – Ninguno
¿Con qué frecuencia recibes publicidad a través de las siguientes plataformas? – WhatsApp – Instagram – YouTube – TikTok – Juegos – Twitch – Netflix – Spotify	<ul style="list-style-type: none"> – No utilizo esta plataforma – Nunca he recibido publicidad en esta plataforma – Poco frecuente – Algo frecuente – Frecuentemente – Muy frecuente
¿Qué es lo que sueles hacer cuando recibes publicidad en tu móvil?	<ul style="list-style-type: none"> – La ignoro completamente – La cierro / bloqueo – Le presto atención – Le presto atención y hago clic sobre el anuncio
¿Por qué motivo haces eso?	Se planteó como pregunta abierta. Para facilitar el análisis, se recodificó en las siguientes opciones de respuesta: <ul style="list-style-type: none"> – A veces es interesante / Muestran algo que no conozco y puedo querer – Me lo dicen mis padres / No es fiable / Puede ser un virus – Porque no me interesa / Me aburre / Hay demasiada publicidad – Otras – NC

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de este estudio agrupados en función de las preguntas de investigación planteadas: nivel de equipamiento tecnológico de los menores con especial atención al teléfono móvil; grado de exposición publicitaria a través de las pantallas móviles; actitud manifestada hacia este tipo de publicidad móvil. Todas estas estadísticas se ofrecen segmentadas por edad y género de los participantes.

4.1. Equipamiento tecnológico de los menores

Entre las pantallas estudiadas, el teléfono móvil es la que consigue mayor penetración entre la población de estudio: un 76,7% de los menores entre 10 y 14 años declara tener móvil propio. En propiedad, hay un mayor porcentaje de niños que confirma tener *tablet* (58,4%) que ordenadores portátiles (44,8%) o de sobremesa (18,5%). La televisión, como pantalla en propiedad, tiene penetración entre un 31,3% de los encuestados. Es interesante comprobar que el porcentaje más pequeño de usuarios (7,9%) es el que manifiesta no tener en propiedad algún dispositivo.

TABLA 2

Equipamiento tecnológico de la muestra diferenciado por edad y género

	Edad					Género		Total
	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	Hombre	Mujer	
Ordenador de sobremesa	21,8%	16,7%	15,4%	20,6%	18,3%	21,4%	15,3%	18,5%
Ordenador portátil	35,5%	41,4%	44,3%	48,7%	52,5%	39,8%	50,1%	44,8%
<i>Tablet</i>	66,5%	65,2%	59,2%	52,2%	50,7%	51,7%	65,6%	58,4%
Teléfono móvil	64,0%	76,8%	78,5%	78,5%	84,5%	74,6%	79,0%	76,7%
Televisión	38,6%	32,3%	29,4%	28,9%	28,3%	33,9%	28,5%	31,3%
Ninguno	7,1%	8,1%	7,5%	10,5%	5,9%	10,1%	5,4%	7,9%

Fuente: Elaboración propia.

Si se segmentan los datos por edad o género, se observan diferencias significativas interesantes. La *tablet* tiene una penetración mayor en los niños y niñas de menos edad, como se puede observar en la Tabla 2; también se trata de un dispositivo con más aceptación entre el público femenino que entre el masculino.

Conforme se incrementa la edad también crece la penetración del teléfono móvil: así, se pasa de un porcentaje de 64% entre los niños de 10 años a un 84,5% entre los de 14 años. En lo referido a la pantalla móvil, no se aprecian diferencias en cuanto al género. De la misma forma que el teléfono móvil y el ordenador portátil son dispositivos cuya posesión es mayor entre los menores de más edad y con una mayor tendencia de aceptación entre las niñas que entre los niños. Situación contraria ocurre con el ordenador de sobremesa, que tiende a ser más común entre los hombres que entre las mujeres. Conviene destacar que la opción de "ningún dispositivo" no presenta diferencias significativas con relación a la edad y género.

4.2. Nivel de exposición publicitaria ante el teléfono móvil

En primer lugar, se muestran las plataformas menos recurrentes en la rutina de uso de los menores. Así, de los servicios estudiados (WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube,

juegos, Twitch, Netflix y Spotify), los menos utilizados son Twitch (un 68,9% declaró no visitar dicha plataforma), Spotify (45,8%) e Instagram (42,7%). Por el contrario, los juegos (8,9%), WhatsApp (8,7%) y YouTube (5,8%) son las plataformas que presentan un porcentaje más bajo en este ítem de “no utilizar la plataforma”.

Los espacios en los que un porcentaje destacable de menores ha declarado no recibir publicidad se corresponde con WhatsApp (45,8%) y Netflix (21%); en todas las demás plataformas analizadas, prácticamente toda la muestra de encuestados confirma recibir mensajes publicitarios con mayor o menor frecuencia.

En cuanto a las plataformas por las que los menores manifiestan recibir publicidad de forma frecuente o muy frecuente destaca en primer lugar YouTube, señalada por un 65,8% de los niños; en segundo lugar, los juegos (49,8%) y, en tercer lugar, TikTok (42,9%). Un 29,2% indicó que es impactada por anuncios en Instagram de forma frecuente o muy frecuente. En consonancia con lo anterior, prácticamente un 20% señala que es poco habitual recibir publicidad por WhatsApp.

Asimismo, es interesante comprobar las estadísticas de Netflix y Spotify: mientras que en la primera plataforma los datos parecen indicar que la mayoría opta por la suscripción sin anuncios, en el segundo caso ocurre lo contrario: dado que un 26% de menores afirma recibir publicidad frecuente o muy frecuentemente a través de Spotify, esto parece indicar que emplean preferentemente la suscripción gratuita con anuncios.

Si se presta atención a las estadísticas diferenciadas por edad y género, se puede destacar que el uso de WhatsApp, Instagram y Spotify se incrementa conforme la edad de los encuestados; mientras que TikTok y el resto de los servicios no presentan diferencias significativas al segmentar por edad.

Es interesante observar que si bien ante la interfaz de WhatsApp, los menores perciben menos presencia de publicidad a medida que tienen más años, en Instagram ocurre lo contrario, los encuestados de más edad tienden a declarar más presión publicitaria. En esta línea también se encuentra Spotify, en consonancia con el uso, en donde los niños de más edad declaran que frecuente o muy frecuentemente reciben más publicidad que los más pequeños a través de esta plataforma.

En cuanto al género, se apreciaron diferencias significativas en Instagram, TikTok y Netflix, plataformas en las que las niñas tienden a percibir más presencia de publicidad que los niños. Sin embargo, el público masculino percibió más presión publicitaria que el femenino en Twitch. La misma tendencia se detectó en los juegos, aunque de una forma más sutil.

TABLA 3

Frecuencia de exposición hacia la publicidad móvil diferenciada por plataforma, edad y género de los encuestados

		Edad					Género		Total
		10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	Hombre	Mujer	
WhatsApp	No utilizo esta plataforma	23,4%	13,6%	5,7%	1,3%	1,8%	10,8%	6,4%	8,7%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	27,9%	41,9%	52,2%	46,5%	58,0%	44,1%	47,6%	45,8%
	Poco frecuente	21,3%	21,2%	16,2%	21,5%	12,3%	18,9%	17,9%	18,4%
	Algo frecuente	13,2%	6,1%	7,9%	9,6%	10,5%	10,1%	8,7%	9,4%
	Frecuentemente	8,1%	9,1%	7,0%	7,9%	10,0%	8,5%	8,3%	8,4%
	Muy frecuente	6,1%	8,1%	11,0%	13,2%	7,3%	7,6%	11,1%	9,3%
Instagram	No utilizo esta plataforma	58,9%	58,1%	51,3%	27,2%	21,5%	46,7%	38,4%	42,7%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	1,0%	1,5%	0,4%	3,1%	0,9%	1,6%	1,2%	1,4%
	Poco frecuente	6,1%	4,5%	10,1%	7,9%	9,6%	9,5%	5,8%	7,8%
	Algo frecuente	16,2%	17,2%	16,2%	23,2%	21,5%	17,1%	21,0%	19,0%
	Frecuentemente	9,6%	10,1%	14,0%	23,2%	30,6%	16,0%	19,8%	17,9%
	Muy frecuente	8,1%	8,6%	7,9%	15,4%	16,0%	9,0%	13,8%	11,3%
TikTok	No utilizo esta plataforma	34,0%	29,3%	27,2%	21,5%	20,5%	33,0%	19,0%	26,3%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	1,0%	3,0%	1,8%	3,1%	2,7%	2,7%	1,9%	2,3%
	Poco frecuente	9,6%	10,1%	8,3%	11,8%	7,8%	9,9%	9,1%	9,5%
	Algo frecuente	16,2%	18,7%	18,0%	21,5%	20,1%	17,7%	20,4%	19,0%
	Frecuentemente	22,8%	22,7%	25,9%	21,5%	32,0%	23,2%	27,0%	25,0%
	Muy frecuente	16,2%	16,2%	18,9%	20,6%	16,9%	13,5%	22,5%	17,9%
YouTube	No utilizo esta plataforma	6,1%	4,5%	6,1%	6,1%	5,9%	4,7%	7,0%	5,8%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	1,0%	1,5%	0,9%	2,2%	1,4%	1,6%	1,2%	1,4%
	Poco frecuente	6,6%	5,1%	6,6%	4,8%	6,8%	6,3%	5,6%	6,0%
	Algo frecuente	19,8%	23,7%	18,4%	21,5%	21,9%	21,3%	20,8%	21,0%
	Frecuentemente	31,5%	32,3%	39,9%	31,6%	38,8%	35,5%	34,4%	35,0%
	Muy frecuente	35,0%	32,8%	28,1%	33,8%	25,1%	30,6%	31,1%	30,8%

		Edad					Género		Total
		10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	Hombre	Mujer	
Juegos	No utilizo esta plataforma	6,1%	9,1%	9,6%	8,8%	10,5%	4,5%	13,6%	8,9%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	1,5%	2,0%	3,5%	4,4%	4,6%	4,0%	2,5%	3,3%
	Poco frecuente	11,2%	13,1%	11,8%	11,0%	15,5%	13,0%	12,0%	12,5%
	Algo frecuente	25,9%	22,2%	25,4%	26,8%	26,9%	28,1%	22,7%	25,5%
	Frecuentemente	30,5%	28,3%	29,8%	30,3%	28,3%	29,5%	29,3%	29,4%
	Muy frecuente	24,9%	25,3%	19,7%	18,9%	14,2%	20,9%	19,8%	20,4%
Twitch	No utilizo esta plataforma	75,6%	72,7%	71,1%	63,6%	62,6%	61,8%	76,5%	68,9%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	3,0%	4,0%	1,3%	4,4%	1,8%	2,7%	3,1%	2,9%
	Poco frecuente	6,6%	5,1%	7,0%	6,1%	5,9%	7,0%	5,2%	6,2%
	Algo frecuente	8,6%	9,6%	9,6%	9,6%	16,0%	11,7%	9,7%	10,7%
	Frecuentemente	4,6%	5,6%	7,9%	9,6%	9,1%	10,8%	3,9%	7,5%
	Muy frecuente	1,5%	3,0%	3,1%	6,6%	4,6%	5,9%	1,6%	3,8%
Netflix	No utilizo esta plataforma	22,3%	25,3%	29,4%	24,1%	19,6%	28,1%	20,0%	24,2%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	16,2%	20,7%	22,4%	21,9%	23,3%	20,4%	21,7%	21,0%
	Poco frecuente	20,3%	21,7%	15,4%	16,2%	22,4%	18,2%	20,0%	19,1%
	Algo frecuente	20,3%	14,6%	15,4%	17,5%	17,4%	16,8%	17,3%	17,0%
	Frecuentemente	12,7%	9,6%	11,8%	11,8%	12,3%	11,5%	11,8%	11,7%
	Muy frecuente	8,1%	8,1%	5,7%	8,3%	5,0%	5,0%	9,1%	7,0%
Spotify	No utilizo esta plataforma	62,4%	52,5%	43,9%	37,3%	35,6%	49,5%	41,7%	45,8%
	Nunca he recibido publicidad en esta plataforma	4,1%	2,5%	2,2%	4,4%	3,7%	4,0%	2,7%	3,4%
	Poco frecuente	10,2%	14,1%	10,1%	7,9%	6,4%	9,4%	9,9%	9,6%
	Algo frecuente	11,2%	10,1%	18,0%	14,0%	21,9%	13,9%	16,7%	15,2%
	Frecuentemente	5,6%	14,1%	16,2%	21,1%	20,1%	13,5%	18,1%	15,7%
	Muy frecuente	6,6%	6,6%	9,6%	15,4%	12,3%	9,7%	10,9%	10,3%

Fuente: elaboración propia.

4.3. Actitud hacia la publicidad en el teléfono móvil

Si analizamos la predisposición que los encuestados declaran hacia la publicidad que reciben por el teléfono móvil, la acción más recurrente es ignorarla completamente (52,8%); la opción menos frecuente es prestar atención al anuncio y hacer clic sobre él (1,8%). Cerrarlo y bloquearlo, que implica una cierta interacción, es la opción escogida por casi el 30% de la muestra. Un 16,5% confirma prestar atención a la publicidad que recibe.

Mientras que el género no implica diferencias significativas en torno a la actitud, la edad sí que introduce matices estadísticamente reseñables. Como se observa en la Tabla 4, cuantos más años, más porcentaje de encuestados declara ignorar la publicidad. La acción de prestar atención es más frecuente entre los niños más pequeños, así como el hecho de hacer clic sobre ella. En cambio, cerrar y bloquear los anuncios resulta más común en los de 10 años que en el resto de las edades estudiadas.

TABLA 4

Actitud hacia la publicidad diferenciada por edad y género

	Edad					Género		Total
	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	Hombre	Mujer	
La ignoro completamente	37,6%	52,0%	60,5%	55,3%	56,6%	52,6%	53,0%	52,8%
La cierro / bloqueo	34,5%	29,3%	24,1%	32,0%	25,1%	28,8%	28,9%	28,9%
Le presto atención	24,4%	16,7%	14,0%	11,4%	17,4%	17,1%	15,9%	16,5%
Le presto atención y hago clic sobre el anuncio	3,6%	2,0%	1,3%	1,3%	0,9%	1,4%	2,1%	1,8%

Fuente: elaboración propia.

Con relación a las motivaciones que están detrás de las actitudes declaradas hacia la publicidad en el dispositivo móvil, tal como recoge la Tabla 5, la opción más frecuente es la apatía que los encuestados sienten por la falta de interés que les genera: así un 72,1% confirma que los *inputs* publicitarios que reciben no les interesan, les aburren o sienten su saturación. En contrapartida, casi un 18% interacciona con la publicidad porque puede ser interesante. Por otro lado, un 3,6% manifiesta una posición de desconfianza hacia este perfil de mensajes. En este caso no se observan diferencias significativas por edad ni por género.

TABLA 5

Motivaciones que justifican la actitud manifestada hacia la publicidad diferenciadas por edad y género

	Edad					Género		Total
	10 años	11 años	12 años	13 años	14 años	Hombre	Mujer	
A veces es interesante / Muestran algo que no conozco y puedo querer	24,9%	19,2%	15,8%	11,8%	19,2%	17,7%	18,3%	17,9%
Me lo dicen mis padres / No es fiable / Puede ser un virus	5,1%	2,0%	3,1%	5,3%	2,7%	2,5%	4,9%	3,6%
Porque no me interesa / Me aburre / Hay demasiada publicidad	62,9%	72,2%	75,4%	76,8%	72,1%	71,9%	72,4%	72,1%
Otras	6,6%	6,6%	5,3%	5,7%	5,9%	7,6%	4,3%	6,0%
NC	0,5%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%	0,4%	0,2%	0,3%

Fuente: elaboración propia.

5. Discusión y conclusiones

A tenor de los resultados se concluye que mientras las menores de edad prefieren usar los *smartphones* (en línea a lo detectado por Andrade *et al.*, 2021), seguidos de *tablets* y ordenadores portátiles, los menores hacen más uso de los ordenadores de sobremesa. Desde la perspectiva etaria, los más jóvenes utilizan principalmente las *tablets*, pero a medida que van creciendo se incrementa la posesión de los teléfonos móviles.

A pesar de que Andrade *et al.* (2021) sitúa en los 10,96 años la edad promedio en la que los jóvenes poseen su primer dispositivo móvil y Global Kids Online (2023) lo hace en una edad inferior, los 8,9 años, llama la atención que, a pesar de su corta edad, solo 8 de cada 100 menores de entre 10 y 14 años carece de todos estos dispositivos tecnológicos, por lo que se detecta cierta dependencia que cabe evaluar y sobre la que hay que reflexionar, especialmente atendiendo a los últimos datos del informe PISA, que confirma un descenso más que notable en las capacidades formativas de los menores e invita a tomar medidas como las implementadas en países como Italia, Holanda y Francia que suponen la retirada de la tecnología de las aulas para reconducir la concentración y mejorar así el aprendizaje de los menores.

En la línea a lo adelantado por el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2023), los contenidos lúdicos, de ocio y entretenimiento como juegos, pero también la interacción en WhatsApp y el consumo audiovisual en YouTube son los servicios más utilizados por los menores, cuyo uso se incrementa a medida que van creciendo. De todos ellos, reciben menos publicidad en WhatsApp y Netflix, frente a otras plataformas como YouTube, juegos, TikTok e Instagram, donde frecuentemente reciben mensajes comerciales, en especial las menores.

Alineados con los resultados de Feijoo y Sádaba (2021), ignorar la publicidad sigue siendo la principal reacción tanto de las menores como de los menores de edad, especialmente a medida que van creciendo y madurando, mientras que los niños prestan más atención a la publicidad que las niñas, pero ellas cliquean más que ellos.

Siendo la ignorancia la principal respuesta de este *target* tan relevante no solo para las marcas que consumen en la actualidad, sino también las que consumirán en un futuro, extraña comprobar que la publicidad tienda a no interesarles y generar aburrimiento y saturación, casi por igual en chicas y chicos. En este sentido, y a pesar de que los resultados están obtenidos de una muestra nacional –cuando la publicidad actual puede tener un alcance internacional–, resulta fundamental que los mensajes comerciales dirigidos a menores de edad salgan a su encuentro a través de propuestas lúdicas y entretenidas porque a pesar de que acceden a los dispositivos a edades más tempranas, siguen generando rechazo y actitudes neutrales o negativas.

Financiación

Esta investigación forma parte del Proyecto de I+D+i “La alfabetización publicitaria ante el teléfono móvil. Análisis de la capacidad del público infantil para enfrentarse a los contenidos persuasivos. ADKIDS MOBILE”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España cuyo objeto de investigación es analizar la capacidad del público infantil para enfrentarse a los contenidos persuasivos.

Contribuciones de autoría

- Concepción y diseño de trabajo: Beatriz Feijoo, Erika Fernández-Gómez y Jesús Segarra Saavedra.
- Búsqueda documental: Erika Fernández-Gómez.
- Recogida de datos: Beatriz Feijoo, Erika Fernández-Gómez y Jesús Segarra-Saavedra.
- Análisis e interpretación crítica de datos: Beatriz Feijoo.
- Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones: Beatriz Feijoo, Erika Fernández-Gómez y Jesús Segarra-Saavedra.

Referencias

- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A., & Suárez, F. (2021). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*. Unicef España. <https://acortar.link/feLgSV>
- Cho, E., & Riddle, K. (2021). Protecting children: Testing a stop-and-take-a break advergaming intervention strategy. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1309–1321. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12654>
- Feijoo, B., & Fernández-Gómez, E. (2021). Niños y niñas influyentes en YouTube e Instagram: Contenidos y presencia de marcas durante el confinamiento. *Cuadernos.Info*, (49), 302–330. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27309>
- Feijoo, B., & Sádaba, C. (2021). Is my kid that naive? Parents' perceptions of their children's attitudes towards advertising on smartphones in Chile. *Journal of Children and Media*, 15(4), 476–491. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1866626>
- Feijoo, B., & Sádaba, C. (2022). Publicidad a medida. Impacto de las variables sociodemográficas en los contenidos comerciales que los menores reciben en el móvil. *index.comunicación*, 12(2), 227–250. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Public>

- Feijoo, B., Sádaba, C., & Fernández-Gómez, E. (2022). From attention to intention in mobile advertising. Analysis of the ads that generate interaction among the new generations of users. *Comunicación y Sociedad*, e8377, 1–22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8377>
- Fernández-Gómez, E., Segarra-Saavedra, J., & Feijoo, B. (2023). Alfabetización publicitaria y menores. Revisión bibliográfica a partir de la Web of Science (WOS) y Scopus (2010-2022). *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 1–24. <https://doi.org/10.4185/rlcs.2023.1892>
- Global Kids Online. (2023). *New findings from Kids Online Chile*. <http://globalkidsonline.net/chile2023/>
- Gómez-Miguel, A., & Calderón-Gómez, D. (2022). *El ocio digital de la población adolescente*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación FAD Juventud.
- Spain y Elogia, I. A. B. (2023). *Estudio de Redes Sociales 2023*. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2023/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2023*. https://www.ine.es/prensa/tich_2023.pdf
- Liu-Thompkins, Y. (2019). A Decade of Online Advertising Research: What We Learned and What We Need to Know. *Journal of Advertising*, 48(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1556138>
- Martínez Martínez, I., & Aguado, J. M. (2014). Publicidad móvil: Impacto presente y futuro en el ecosistema del contenido digital. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1(1), 76–85. <https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.8>
- Martínez, C. (2019). The struggles of everyday life: How children view and engage with advertising in mobile games. *Convergence (London)*, 25(5-6), 848–867. <https://doi.org/10.1177/1354856517743665>
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2023). *Impacto del aumento del uso de Internet y las redes sociales en la salud mental de jóvenes y adolescentes*. <https://acortar.link/tkVFCy>
- Smith, S., Oates, C. J., & McLeay, F. (2023). Slimy tactics: The covert commercialisation of child-targeted content. *Journal of Strategic Marketing*, (0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2023.2218855>



**Cuadernos
Audiovisual**
del Consejo Audiovisual de Andalucía

Producción de cine en Andalucía: balance del estado del cine andaluz contemporáneo desde una perspectiva industrial

FILM PRODUCTION IN ANDALUSIA: BALANCE OF THE STATE OF CONTEMPORARY
ANDALUSIAN CINEMA FROM AN INDUSTRIAL PERSPECTIVE

Francisco Javier Gómez-Pérez

Universidad de Granada (España)
frangomez@ugr.es | 0000-0001-7539-1681

José Patricio Pérez-Rufí

Universidad de Málaga (España)
patricioperez@uma.es | 0000-0002-7084-3279

Recibido: 16-11-2023 | Aceptado: 30-11-2023

Resumen: La producción de cine andaluz conforma un tejido empresarial que ha permitido consolidar un sector relativamente estable, a pesar de haber tenido que sortear dos crisis económicas, la financiera y la derivada de la pandemia de covid-19. Sin embargo, mantiene las debilidades estructurales del modelo empresarial nacional. La digitalización de la industria introduce la producción de cine en el hipersector audiovisual-TIC. El objetivo principal de este trabajo es analizar el sector de la producción de cine en Andalucía en el año 2022 desde una perspectiva industrial. Se pretende así identificar pautas y modelos en la producción de largometrajes en 2022 por parte de las empresas productoras con sede en Andalucía y categorizarlos. Se aplica una metodología mixta sobre una muestra de 51 largometrajes de producción andaluza, donde se aplican diferentes categorías de naturaleza industrial y de contenido. Los resultados recogen que Andalucía supone la tercera comunidad autónoma en producción de largometrajes. Sin embargo, los datos llevan a concluir que las audiencias no respaldan el buen momento de la producción andaluza. Se identifica como condicionante fundamental para explicar los títulos con mejores resultados comerciales la implicación de grupos mediáticos y de plataformas VOD en la financiación de las obras.

Palabras clave: cine; cine andaluz; cine español; producción cinematográfica; industrias creativas; plataformas de vídeo bajo demanda.

Abstract: The Andalusian film production constitutes a business fabric that has allowed the consolidation of a relatively stable sector, despite having to navigate through two economic crises, the financial crisis, and the crisis derived from the Covid-19 pandemic. However, it remains the structural weaknesses of the national business model. The digitization of the industry introduces film production into the audiovisual-ICT hypersector. The main objective of this paper is to analyze the film production sector in Andalusia in the year 2022 from an industrial perspective. The aim is to identify patterns and models in the production of feature films in 2022 by companies based in Andalusia and categorize them. A mixed methodology is applied to a sample of 51 Andalusian-produced feature films, where different categories of industrial and



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Gómez-Pérez, F. J. & Pérez-Rufí, J. P. (2024). Producción de cine en Andalucía: balance del estado del cine andaluz contemporáneo desde una perspectiva industrial. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 143-162. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.11>

content nature are applied. The results show that Andalusia is the third Autonomous Community in the production of feature films. The commercial results at the box office conclude that audiences do not support the good moment of Andalusian production. The fundamental condition for the highest-grossing films is the involvement of media groups and VOD platforms in the funding of the films.

Keywords: cinema; Andalusian Cinema; Spanish Cinema; Film Production; Creative Industries; Video-on-demand platforms.

1. Introducción

La Ley de Cine de Andalucía (Ley 6/2018, de 9 de julio) recoge claramente en su preámbulo que “la industria cinematográfica y de producción audiovisual es una rama de la industria cultural con un elevado potencial en Andalucía y, por tanto, está relacionada directamente con el desarrollo económico, sostenible y de calidad de la Comunidad Autónoma, contribuyendo a sustentar las bases de la innovación”. En este sentido, las industrias culturales poseen un doble papel: por un lado, la capacidad de definir “nuevos imaginarios comunes” y crear “lazos y sentidos de pertenencia ciudadana” y, por otro, conforman un “sector económico emergente que está acaparando movimientos de capital, personas y bienes culturales de gran valor para el mercado” (Moreno Domínguez, 2008, p. 97).

Este sector, el de la producción de cine andaluz, viene desarrollándose activamente desde la llegada de la autonomía a comienzos de la década de los 80 (Gómez-Pérez, 2013), sin olvidar los tímidos intentos anteriores de producción cine en la región por parte de creadores puntuales no inscritos en un engranaje industrial (Gómez-Pérez, 2013; Ruiz Muñoz, 2015; Utrera Macías & Delgado, 1980). Aquellos primeros títulos producidos en Andalucía por directores y productores andaluces, desde la época silente del cine hasta la llegada de la Transición democrática, están inscritos más en tímidas tentativas de hacer cine fuera de los polos dominantes de producción en España, Madrid y Barcelona, que en un intento de creación de una industria cinematográfica al sur del país (Gómez-Pérez, 2013), donde desde una independencia creativa ofrecer temáticas más cercanas al territorio andaluz, algo hartamente difícil por la equiparación de la imagen de España a una estética andaluzada, dando como resultado ese género o subgénero conocido como “españolada” (Navarrete Cardero, 2009), en el que el cine folklórico y de folklóricas es un buen ejemplo de ello (Gómez-Pérez & Navarrete-Cardero, 1999).

Ruiz Muñoz (2015) plantea, en su estudio sobre “el cine olvidado de la transición española”, un recorrido histórico por lo que viene a denominar “el audiovisual independiente en Andalucía”, centrándose en los creadores andaluces que se enfrentan, en los postreros años de la década de los 70 y los inicios de la década de los 80, al reto de crear una suerte de “protocine andaluz” (Gómez-Pérez, 2013), en un intento de hacer desde la naciente comunidad autónoma andaluza un cine de tintes nacionalistas, de reivindicación de la idiosincrasia cultural de este territorio del sur de España. Tras la muerte del dictador habían resurgido corrientes nacionalistas en todo el país que reclamaban retomar la idea de las singularidades propias de cada territorio; así, Zunzunegui (1985) recordaba que desde 1976 los teóricos “propugnaban la consideración, creación o

fomento de un cine autonómico”, por lo que se planteaba “la necesidad de la creación de infraestructuras industriales en cada comunidad para permitir la producción y exhibición de tales cinematografías”. Siguiendo las palabras de Rodríguez (2007), es difícil definir los límites del cine autonómico, quizás fijados en tres objetivos desde las instituciones, “la defensa de una lengua, de una identidad y una industria”, los cuales llevan a “la idea de formar un grupo o nacionalidad aparte que tiene que afirmarse y recobrar sus señas de identidad y su historia”, donde el cine conforma un “elemento más de la expresión de la conciencia nacional de estas comunidades” (Rodríguez, 2007, p. 106). Estas razones culturales y lingüísticas están inmersas en la idea de un cine autonómico como un espejo de la cultura y la idiosincrasia propias de un territorio, devolviendo una imagen descentralizada desde la periferia, una cosmovisión autóctona fiel reflejo de la “expresión de las particularidades de cada nacionalidad” (Rodríguez, 2007, p. 103). Esta suerte de “nuevos cines nacionales” se puede justificar como evidencia de la dignidad de las culturas propias, como un instrumento al servicio de las luchas nacionales y populares (Utrera Macías, 2007, p. 121).

Las infraestructuras industriales del sector cinematográfico andaluz pueden encontrarse desde finales de la década de los noventa del siglo pasado, cuando comienza a consolidarse una industria del cine andaluz (Gómez-Pérez, 2013). “Antes de 1989 no existía un sector audiovisual andaluz. Con la llegada de Canal Sur Televisión empezó a despegar un sector que se iría consolidando a lo largo de los años” (Sánchez-Gey Valenzuela, 2021, p. 83). La aparición del Ente de Radio y Televisión Andaluza (RTVA) fue el detonante de la creación de una serie de empresas auxiliares del audiovisual muy necesarias para el desarrollo de proyectos de producción en la región, aunque queda patente que durante la primera década de existencia del canal autonómico los esfuerzos empresariales e institucionales dejan al margen a la industria cinematográfica, que casi desaparece, exceptuando puntuales producciones de Maestranza Films, y de algunos miembros de la generación de cineastas surgidos en plena transición democrática (Gómez-Pérez, 2013).

Casi en el cambio de milenio llegará una nueva generación de cineastas, la “Generación CinExin” (De la Torre Espinosa, 2015), que se habían formado en materia audiovisual en la universidad andaluza y que ya comenzaba a ofertar esta especialidad; con ellos llegaron nuevas tramas a un cine andaluz que se alejaba de la reivindicación autonomista para centrarse en la mostración de la cultura y en el modo de ver y sentir desde este territorio, con unas formas narrativas cercanas a los gustos del público y de la crítica. Es un cine que se aleja de las luchas identitarias como razón de ser o existir, convirtiéndose así el cine andaluz en una manifestación cultural hecha desde Andalucía, por andaluces y por empresas con sede social en Andalucía (Gómez-Pérez, 2013), con una temática global desde la representación local, abordando temáticas y formas no necesariamente “andaluzadas”. Estos buenos resultados hicieron que las instituciones culturales andaluzas volvieran a ver a la industria cinematográfica como un excelente ariete para la cohesión territorial y la defensa de la mirada y la cultura propia (Blanco Pérez, 2020; Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023), derivando en fechas más cercanas en una idea del cine como gran escaparate para mostrar el patrimonio material e inmaterial de Andalucía como reclamo turístico.

Con la llegada del siglo XXI, en Andalucía, como en el resto de las comunidades autónomas españolas, comienza a crecer casi exponencialmente el número de producciones cinematográficas, creándose una serie de empresas productoras que sobreviven a su primer proyecto, consolidando así un sector industrial que, a pesar de ser precario, despegó en cuanto a reconocimiento de público y crítica, por el buen quehacer de sus jóvenes directores. “Podemos considerar el año 2005 como el año de la consolidación del cine autonómico como una realidad innegable” (Gómez-Pérez *et al.*, 2010), ya que el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2005) comienza a ofrecer en su *Anuario de Cine* los datos de las producciones cinematográficas por comunidades autónomas, algo que no había ocurrido hasta esa fecha, dejando de ser Madrid y Barcelona los dos únicos polos de la industria audiovisual en España. Así, como demuestra esta investigación, de los escasos dos o tres títulos que se producían en Andalucía en el cambio de siglo, se ha pasado a más de medio centenar en el año 2022.

En estas dos décadas, el sector cinematográfico y audiovisual andaluz ha tenido que hacer frente a dos grandes crisis, la financiera de finales de la primera década y la originada por la pandemia de covid-19. A pesar de ello, se vive un momento excepcional, no exento de retos y desafíos surgidos de la implantación de las tecnologías digitales, el desarrollo de la sociedad-red y los nuevos usos y hábitos culturales de los espectadores. Así, puede afirmarse que la cinematografía ha quedado integrada en el llamado “hipersector audiovisual-TIC”, integrada de pleno en todos los niveles de la economía digital actual (Gómez-Pérez & Sánchez-Mesa-Martínez, 2023) y convirtiéndose en uno de los sectores estratégicos para el desarrollo cultural, económico y social de la región.

Sin embargo, en el actual contexto post-pandemia, el cine andaluz comparte con la industria de la producción de cine en España una serie de características no demasiado esperanzadoras (Pérez-Rufí & Castro-Higueras, 2020), a las que hay que seguir dando respuesta y remedio: a) las empresas audiovisuales tienen una escasa competitividad y fragilidad en términos de industrialización, de un modo estructural antes que coyuntural; b) es un sector que adolece de una enorme debilidad financiera, debido a una escasa financiación y una lenta amortización de los proyectos, si es que esta sucede; c) se ha incrementado la necesidad de una búsqueda de financiación privada (incentivos fiscales, mecenazgo...), con especial atención del legislador a obligar por ley a los conglomerados mediáticos y plataformas OTT a invertir en la producción de ficción nacional, lo que ha supuesto una extraordinaria dependencia de estos conglomerados mediáticos; d) sigue existiendo una alta atomización empresarial en el sector audiovisual, con empresas pequeñas, en ocasiones creadas *ad hoc* para el desarrollo de un solo proyecto, en los últimos años bajo la fórmula de la AIE (Agrupación de Interés Económico), sin una continuidad posterior que consolide un tejido empresarial potente; e) las dimensiones del mercado doméstico e internacional siguen siendo reducidas para el producto nacional, en parte por la ocupación de pantallas que tienen los productos audiovisuales estadounidenses; f) de igual manera ocurre con el acceso a las ventanas de amortización, puesto que la distribución es un sector en manos de los grandes estudios de Hollywood; g) el cine español, y por ende el andaluz, sigue recibiendo un rechazo del público que mantiene una percepción negativa hacia la “españolada”, lo que ocasiona problemas de identidad a nuestro cine, descalificado por los espectadores que

deberían tenerlo en consideración por la repercusión cultural e identitaria del mismo; y h) la industria cinematográfica continúa siendo muy dependiente de las subvenciones de las instituciones públicas, por lo que los cambios políticos afectan en el devenir de las industrias culturales por los diferentes posicionamientos ideológicos a este respecto.

Con todo esto, este trabajo aborda la producción de largometrajes en Andalucía en el año 2022 desde una perspectiva industrial, atendiendo a las empresas responsables de la creación de dichos filmes y a las condiciones desde la que surge y se desarrolla su producción, con el objetivo de realizar un mapeo de la situación actual del cine andaluz desde una clave económica.

2. Revisión de la literatura

El estudio del cine producido desde Andalucía por parte de la Academia cuenta ya con una tradición que nace prácticamente con la misma autonomía (Utrera Macías & Delgado, 1980) y con el ligero despegue de películas de creadores andaluces que trajo la Transición, también objeto de estudio en sí mismo (Ruiz Muñoz, 2015). Más novedosos son los trabajos que toman una perspectiva industrial, no ya del cine andaluz, sino del propio cine español (Pablo Martí & Muñoz Yebra, 2001), por cuanto dicho enfoque se ha tomado de forma fragmentaria a partir de situaciones muy específicas de éxito o de crisis (Clemente Mediavilla & García Fernández, 2016). En este sentido, “la atención al cine producido en España desde una acotación descentralizada, autonómica, y desde un enfoque estructural e industrial [...], supone también una propuesta emergente, aún requerida de nuevas aproximaciones a su estudio” (Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023, p. 160).

El estudio de la producción de largometrajes en Andalucía se enlaza con los estudios sectoriales abordados en los últimos años desde la investigación del cine español, que vieron la necesidad de aproximarse a las manifestaciones cinematográficas “periféricas” (Gómez-Pérez, 2013). Los trabajos posteriores han actualizado esta línea de investigación, impulsados por el éxito de cineastas andaluces como Alberto Rodríguez, Manuela Ocón, Manuel Sicilia o Benito Zambrano, en lo que podría denominarse “nuevo cine andaluz” (Blanco Pérez, 2020), así como han planteado la importancia del surgimiento de la llamada “Generación CinExin” (De la Torre Espinosa, 2015), cuyos jóvenes directores y creadores revolucionaron el panorama del cine realizado en Andalucía desde el comienzo de siglo XXI.

Trabajos con objetos de estudio más específicos han investigado la relación entre Canal Sur Televisión y la producción de cine andaluz (Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023), han puesto el foco también en la televisión pública autonómica como motor del conjunto de la producción audiovisual en Andalucía, destacando la televisiva (Sánchez-Gey Valenzuela *et al.*, 2023) o han cartografiado la creación de cine de no ficción en Andalucía (Feria-Sánchez, 2023).

Es posible que ya no tenga sentido hablar de la producción cinematográfica andaluza como un sector emergente, dada su progresiva industrialización, el aumento de empresas dedicadas a la creación audiovisual y, por consiguiente, de la obra andaluza.

La existencia de dicho sector, con una actividad creciente, como se verá, justifica su investigación desde la perspectiva que este trabajo adopta.

3. Metodología

El principal objetivo de este trabajo es analizar el sector de la producción de cine en Andalucía en el año 2022 desde una perspectiva industrial. Se pretende de esta forma identificar pautas y modelos en la producción de largometrajes durante el año señalado por parte de las empresas productoras con sede en Andalucía y categorizarlos. De forma particular, se contrastarán las dinámicas del sector en Andalucía con las nacionales para reconocer el seguimiento de tendencias propias de la actividad del sector del conjunto del Estado o las particularidades de los modelos de producción andaluces.

En segundo lugar, a partir de los resultados obtenidos, se evaluará el estado del sector analizado con el objetivo de identificar fortalezas y debilidades. Creemos que examinar, contrastar y situar en contexto los datos sobre la industria cinematográfica en Andalucía a partir de estos criterios posibilitará la obtención de conclusiones que contribuyan a la evaluación y el análisis de la situación de dicho sector.

Con respecto a la metodología aplicada para el logro de estos objetivos, siguiendo la clasificación propuesta por Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014, p. 544), nuestra investigación podría describirse como de naturaleza mixta, por cuanto “implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”. En este sentido, se parte de la toma de los datos de una muestra para cuantificarlos, categorizarlos y llegar a conclusiones en los que la interpretación explique y complete los resultados obtenidos.

La muestra objeto de análisis, dentro de una población compuesta por todos los largometrajes producidos en España en el año 2022, estará conformada específicamente por los largometrajes producidos por empresas con sede social en Andalucía durante el año señalado. Se toma únicamente como objeto de estudio la producción del año 2022, por cuanto conforma una muestra de prácticas y dinámicas actualizada en un contexto político, social y cultural caracterizado por la salida progresiva de las durísimas condiciones que para la industria cinematográfica supuso la pandemia de covid-19.

Atendiendo a la idea de cine andaluz como aquel creado por productoras con sede social en Andalucía (Gómez-Pérez, 2013), se ha tomado para la identificación de los filmes y de la sede de sus productoras el documento “Avance. Catálogo cine español 2022 largometrajes calificados”, publicado por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, 2023), actualizado hasta el 15 de febrero de 2023. Es posible que en 2022 se hayan producido otros títulos desde empresas andaluzas, pero se ha tomado como criterio la inclusión en la base de datos web del ICAA y su consiguiente inclusión en el catálogo consultado. De igual forma, en la fecha de redacción de esta investigación (noviembre de 2023) había títulos de los que no constaba en sus fichas el estreno en salas o la participación de canales de televisión o plataformas en la producción.

A partir de este documento, se han ubicado espacialmente las productoras con sede en alguna de las ocho provincias andaluzas. Una vez acotada la muestra de los largometrajes andaluces, constituida por 51 filmes, se ha procedido a comparar estos niveles de producción para, a continuación, identificar en cada filme, con ayuda de su ficha en la base de datos web del ICAA, la siguiente información: autoría, género cinematográfico, resultados comerciales y número de espectadores en salas de exhibición comerciales, implicación en la producción de emisoras de televisión o de plataformas de vídeo bajo demanda, modelo de empresa productora, posible naturaleza como coproducción internacional y provincia andaluza en la que se sitúa la productora. El modelo de empresa se ha categorizado en los siguientes tipos: Agrupación de Interés Económico (AIE), sociedad limitada (S. L.), sociedad de responsabilidad limitada unipersonal (S. L. U.), cooperativa o autoproducción. Las fichas del ICAA no recogen otros modelos de empresa.

4. Resultados y discusión

La identificación de los largometrajes producidos por empresas andaluzas en 2022 a partir de los datos recogidos por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2022, 2023) nos permite actualizar la representación en forma de tabla con los valores relativos a la cantidad de títulos cinematográficos andaluces desde 1989 (Tabla 1). La toma de este año como punto de referencia responde al nacimiento de Canal Sur Televisión (CSTV), como momento decisivo en el conjunto de la industria audiovisual andaluza (Blanco Pérez, 2020; Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023; Gómez-Pérez, 2013).

En 2022 se produjeron en Andalucía 51 largometrajes. Este número supone un incremento notable respecto a los datos de los años anteriores y mantiene la tendencia al alza que arranca con el cambio de siglo y que, con algunas excepciones, no ha hecho sino incrementar la cantidad de filmes año tras año. Ha de apuntarse que la crisis provocada por la pandemia de covid-19 no supuso una merma en el número anual de largometrajes, que alcanzaron récords de producción en 2020, 2021 y 2022, progresivamente.

Este crecimiento de la producción andaluza corre paralelo al aumento del conjunto de la actividad en toda la industria cinematográfica española. Entre sus razones se encuentra la industrialización de las empresas de producción derivadas de los grupos televisivos, la reducción de los costes de producción por la digitalización de los medios de registro de la imagen y de edición (García-Santamaría & López-Villanueva, 2019), además de las medidas relacionadas con la protección de la obra cultural (Heredero Díaz & Reyes Sánchez, 2017) y la obligación de inversión en producción para las televisiones (Pérez-Rufí & Castro-Higueras, 2020).

Considerando que el total de largometrajes recogidos por el catálogo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2023) es de 320 títulos, las 51 obras andaluzas suponen un 15,9% del total de la producción española. Como en la década precedente (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, 2022), Andalucía supone la tercera comunidad autónoma más activa en número de títulos producidos tras Madrid y Cataluña. La evolución del porcentaje de producción andaluza respecto

al total en España resulta más asombrosa si consideramos que en 1989 ese porcentaje apenas era del 4,17%.

TABLA 1.

N.º de largometrajes producidos por productoras andaluzas entre 1989 y 2022

1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2002	2004	2005
2	1	2	0	0	0	2	0	2	2	4	2	3	6	5	7	9
2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
14	9	19	12	13	17	19	22	21	31	29	24	34	29	37	42	51

Elaboración propia. Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2022, 2023) y Gómez-Pérez (2013)

Según Castro-Higueras y Pérez-Rufí (2023, p. 170), “las productoras con sede en Andalucía ya son responsables de alrededor del 18% del total de largometrajes cinematográficos producidos en España, lo que da cuenta del buen estado del sector”. Sin embargo, el incremento de la producción en Andalucía no significa por fuerza un fortalecimiento del sector, puesto que, como se verá, buena parte de la producción andaluza se hace desde estructuras muy débiles derivadas de una financiación insuficiente y de una explotación comercial limitada. En estos casos, casi como si de una actividad artesanal se tratara (digital y sofisticada, pero artesanal), la motivación y la consiguiente inversión de esfuerzo y medios se encuentran antes en objetivos personales (ligados a los intereses creativos de autores y autoras) que en otros de naturaleza económica.

Se recoge a continuación (Tabla 2) la relación de títulos concretos producidos por empresas andaluzas a partir del catálogo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2023) y de las categorías apuntadas en el esquema metodológico propuesto. Esta tabla se ordena por orden de población de las provincias andaluzas en que se ubican las productoras.

Si, dentro de la producción andaluza, se atiende a la ubicación por provincias de productoras activas en Andalucía en función del número de largometrajes producidos en 2022, se observa una distribución desigual del número de títulos producidos por provincia. Las películas producidas mayoritariamente por empresas con base en la provincia de Sevilla fueron 28, es decir, un 54,9% de los largometrajes producidos en Andalucía. Este porcentaje baja drásticamente hasta el 9,8% en el caso del número de filmes producidos principalmente mente por empresas con base en Málaga, con cinco títulos. Con otros cinco títulos, la provincia de Cádiz ampara otro 9,8% de los filmes andaluces producidos por empresas gaditanas. Las productoras de Almería realizan un 7,8% de las obras andaluzas, con cuatro títulos, seguidas de las productoras con base en Córdoba, responsables del 5,8% de las películas andaluzas, es decir, de tres títulos. Jaén, con tan solo dos títulos, un 3,9% de las películas andaluzas, cierra este muestreo provincial del número de cintas producidas por empresas andaluzas, puesto que en 2022 no se localizan títulos producidos por empresas ubicadas en la provincia de Huelva.

TABLA 2.
Largometrajes producidos por productoras con sede social en Andalucía en 2022

Largometraje	Género	Taquilla	TV	Empresa	Provincia
<i>Así se rodó carne quebrada</i> Gonzalo García-Pelayo	Experimental	Recaudación: 19,60€ Espectadores: 04	No	S. L.	Sevilla
<i>Como Dios manda</i> Paz Jiménez	Comedia	Recaudación: 2 110 024,61€ Espectadores: 332 267	M+, A3M, CSTV	AIE	Sevilla
<i>Dejen de prohibir que no alcanzo a desobedecer todo</i> Gonzalo García-Pelayo	Experimental	Recaudación: 326,30€ Espectadores: 102	No	S. L.	Sevilla
<i>El mundo es vuestro</i> Alfonso Sánchez	Comedia	Recaudación: 275 042,12€ Espectadores: 47 637	CSTV, Prime	S. L.	Sevilla
<i>La consagración de la primavera</i> Fernando Franco	Drama	Recaudación: 57 756,10€ Espectadores: 13 250	RTVE, CSTV, M+, EITB	AIE	Sevilla
<i>La fortaleza</i> Chiqui Carabante	Comedia negra	Recaudación: 26 857,43€ Espectadores: 4508	CSTV	AIE	Sevilla
<i>La Piedad</i> Eduardo Casanova	Comedia negra, drama, thriller	Recaudación: 12 780,42€ Espectadores: 2121	Netflix	AIE Coprod.	Sevilla
<i>La piel del tambor</i> Sergio Dow	Thriller	Recaudación: 438 955,44€ Espectadores: 70 466	RTVE, Prime	AIE Coprod.	Sevilla
<i>Las gentiles</i> Santi Amodeo	Drama	Recaudación: 19 118,65€ Espectadores: 3979	CSTV, RTVE, M+	AIE	Sevilla
<i>Mantícora</i> Carlos Vermut	Drama, thriller	Recaudación: 204 655,94€ Espectadores: 34 856	RTVE, TV3, M+	AIE Coprod.	Sevilla
<i>Secaderos</i> Rocío Mesa	Drama, thriller	Recaudación: 48 252,66€ Espectadores: 10 815	CSTV, M+, Filmin	AIE Coprod.	Sevilla
<i>Tin & Tina</i> Rubin Stein	Terror, thriller	Recaudación: 101 923,27€ Espectadores: 15 367	CSTV, Netflix	AIE Coprod.	Sevilla
<i>¡Es Bécquer!</i> Miguel A. Carmona, Jorge Molina	Documental	No consta	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Carmen. Muerte por un sueño</i> Antonio Donaire	Documental	Recaudación: 886,61 € Espectadores: 217	No	S. L. U.	Sevilla
<i>Curro Romero, maestro del tiempo</i> Curro Sánchez Varela	Documental	No consta	CSTV	AIE	Sevilla y Cádiz
<i>El carnaval de lo invisible</i> Jaime Roldán, Pedro Parrado	Documental	Recaudación: 1601,50 € Espectadores: 328	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Eterna</i> David Sainz, Juanma Sayalonga	Documental	Recaudación: 46 105,30 € Espectadores: 7162	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Juanito</i> Juan Miguel del Castillo	Documental	Recaudación: 653,70€ Espectadores: 135	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>La Alameda 2018</i> Rocío Huertas	Documental	No consta	No	Auto	Sevilla

Largometraje	Género	Taquilla	TV	Empresa	Provincia
<i>La residencia de señoritas</i> Juan Miguel del Castillo	Documental	No consta	TM	S. L.	Sevilla
<i>Los mundos de Zenobia</i> Sergio Crespo	Documental	No consta	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Los Negros</i> Antonio Palacios Rojo	Documental	Recaudación: 12 895,79€ Espectadores: 2251	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>No somos nada</i> Javier Corcuera	Documental musical	Recaudación: 46 082,30€ Espectadores: 7534	No	S. L. Coprod.	Sevilla
<i>Rock and roll is not dead</i> Charly Boy, Mauricio Angulo	Documental musical	No consta	No	AIE	Sevilla
<i>Stoyan, una fábula budista</i> Laura Uría Arranz	Documental	No consta	No	S. L.	Sevilla
Últimas unidades Hugo Cabezas, Alejandro Toro	Documental	No consta	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Val del Omar, poeta audiovisual</i> Jesús Ponce	Documental	Recaudación: 338,02€ Espectadores: 53	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>Velázquez, el poder y el arte</i> José Manuel Gómez Vidal	Documental	Recaudación: 15 608,19€ Espectadores: 2489	CSTV	S. L.	Sevilla
<i>El universo de Óliver</i> Alexis Morante	Drama, fantasía	Recaudación: 32 789,02€ Espectadores: 6454	RTVE, CSTV	AIE Coprod.	Málaga y Sevilla
<i>Emilio Prados, cazador de nubes</i> Jorge Peña Martín, José Antonio Hergueta	Documental	Recaudación: 00,00€ Espectadores: 65	CSTV	S. L.	Málaga
<i>La flota de Indias</i> Antonio Pérez Molero	Documental	No consta	RTVE, TM	S. L.	Málaga
<i>La vid(a)</i> Ezequiel Comesaña	Documental	Recaudación: 45,50€ Espectadores: 07	No	Auto	Málaga
<i>Paralelo 35 50</i> Sergio Rodrigo Ruiz	Documental	Recaudación: 92,82€ Espectadores: 16	No	S. L. U.	Málaga
<i>Con los años que me quedan</i> Frank Ariza	Drama	Recaudación: 2763,93€ Espectadores: 466	Prime, Vodafone	AIE Coprod.	Cádiz
<i>De Caperucita a loba</i> Chus Gutiérrez	Comedia	Recaudación: 134 051,33€ Espectadores: 22 121	RTVE	AIE Coprod.	Cádiz
<i>El hombre del saco</i> Ángel Gómez Hernández	Terror	Recaudación: 154 201,43€ Espectadores: 24 856	CSTV, Prime, A3M	AIE Coprod.	Cádiz
¡Dolores guapa! Jesús Pascual	Documental	Recaudación: 9620,99€ Espectadores: 1759	No	Coop.	Cádiz
<i>La Absoluta</i> Jorge Laplace	Documental	No consta	Prime	S. L. U.	Cádiz
<i>Cuánto me queda</i> Carolina Bassecourt	Drama	No consta	No	AIE	Granada
<i>Juana, La Lorca</i> Valeriano López	Comedia, drama, falso documental	Recaudación: 7811,00€ Espectadores: 1469	No	S. L.	Granada

Largometraje	Género	Taquilla	TV	Empresa	Provincia
<i>Todos lo hacen</i> Martín Cuervo	Comedia negra	Recaudación: 140 287,32€ Espectadores: 24 253	No	AIE	Granada
<i>Quijote en Nueva York</i> Jorge Peña Martín	Documental	No consta	No	AIE	Granada
<i>A las mujeres de España. María Lejárraga</i> Laura Hojman	Documental	Recaudación: 9028,49€ Espectadores: 1857	RTVE, CSTV	S. L.	Córdoba
<i>El rastro firme</i> Fernando Gómez Luna	Documental	No consta	No	Auto	Córdoba
<i>Cádiz - Madriz</i> Pedro Loeb	Drama, docu- ficción	No consta	No	S. L.	Córdoba
<i>Isósceles</i> Ignacio Nacho	Comedia	Recaudación: 1994,10€ Espectadores: 442	No	S. L.	Almería y Málaga
<i>Controverso</i> Nuria Vargas Rivas	Documental musical	Recaudación: 706,81€ Espectadores: 152	CSTV	S. L.	Almería
<i>La línea azul</i> Alberto Gómez Uriol	Documental	No consta	No	Auto	Almería
<i>Amanece</i> Juan Francisco Viruega	Drama	No consta	CSTV	AIE	Almería
<i>Gora Automatikoa 2: otra vez la misma mierda</i> David Galán Galindo, Esaú Dharma, Pablo Vara	Animación, comedia	No consta	No	S. L.	Jaén
<i>12 palabras</i> Juan A. Anguita	Comedia	Recaudación: 419,40€ Espectadores: 118	No	Coop.	Jaén

Elaboración propia. Fuente: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2023).

Como casos particulares, solo tres películas se producen entre productoras andaluzas ubicadas en varias provincias: *Curro Romero, maestro del tiempo* (Curro Sánchez Varela, 2022), con productoras de Sevilla y Cádiz; *El universo de Óliver* (Alexis Morante, 2022), con productoras de Málaga y Sevilla; e *Isósceles* (Ignacio Nacho, 2022), con productoras de Almería y Málaga. Son más abundantes las producciones compartidas con productoras madrileñas, en 15 ocasiones.

Puede concluirse que, de la misma forma que a nivel nacional la mayor parte de las productoras activas se concentran en Madrid (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, 2022), a nivel autonómico se replica la centralidad de la capital como eje de la producción cinematográfica, al ser la provincia de Sevilla la que concentra las productoras de cine con mayor actividad en Andalucía. Este dato contrasta con la situación existente alrededor del año 2010, en la que Málaga compartía de forma paritaria con Sevilla la localización de las productoras más activas (Gómez-Pérez, 2013). Ello no significa que las productoras malagueñas hayan reducido su actividad, sino más bien que han diversificado sus actuaciones, bien como empresas de servicios para producciones con origen en otras comunidades autónomas o países, o como productoras dedicadas a la producción de televisión, publicidad u otros formatos.

Resulta igualmente interesante comentar, respecto a la procedencia de las productoras, la naturaleza de coproducción internacional de diez de los títulos de la muestra (es decir, un 19% del total). Estas coproducciones son con Perú (*No somos nada*, *De Caperucita a loba*), Estados Unidos (*Secaderos*, *Tin & Tina*, *El universo de Óliver*), Rumanía (*Tin & Tina*, *El universo de Óliver*), Italia y Colombia (*La piel del tambor*), Argentina (*La Piedad*), Uruguay (*El hombre del saco*), México (*Con los años que me quedan*) y Estonia (*Mantícora*). En todos los casos la participación mayoritaria fue la española, con porcentajes que fueron del 60% al 90%.

Por el número de veces que intervinieron en una coproducción, es necesario destacar dos productoras: La Claqueta P. C., con sede en Sevilla, responsable de tres coproducciones (*Secaderos*, *Tin & Tina* y *El universo de Óliver*); y Esto también pasará S. L., con sede en Cádiz, productora de otros tres títulos en coproducción (*Con los años que me quedan*, *De Caperucita a loba* y *El hombre del saco*) y verdadera especialista en este modelo de producción junto a productoras latinoamericanas.

Si atendemos al modelo de empresa que adoptan las productoras, la forma más frecuente es la sociedad limitada, detrás de la producción de 23 de las películas andaluzas (es decir, del 45% de filmes de la muestra). Puede sorprender el desplazamiento al segundo lugar de la Agrupación de Interés Económico, por cuanto este modelo ha sido el más frecuente en los casos de éxito de cine español de los últimos años (Pérez-Rufí y Castro-Higueras, 2020), además de beneficiarse de ventajas fiscales. Las Agrupaciones de Interés Económico identificadas en la muestra (detrás de 19 títulos, es decir, el 37,2%) están constituidas principalmente por diversas sociedades limitadas que comparten inversión y riesgos en la producción.

En tercer lugar, se encontrarían aquellas películas de las que no se indica la naturaleza de la empresa, sino que una persona se responsabiliza de la producción, en lo que puede interpretarse como la actuación de emprendedores que autoproducen las obras. Se identifica este modelo detrás de la producción de cuatro títulos, es decir, el 7,8% de la muestra. En cuarto lugar, una sociedad de responsabilidad limitada unipersonal se encontraría tras la producción de tres títulos, lo que corresponde a un 5,8% de la muestra.

En último lugar, con un 3,9% de la muestra se encontrarían, como casos verdaderamente excepcionales, dos títulos producidos por cooperativas. Son la gaditana Sala46 Films, cooperativa responsable del documental ¡Dolores guapa!, y la cooperativa jienense Fila 5 Producciones, productora de la comedia *12 palabras*.

Si se consideran las Agrupaciones de Interés Económico y las sociedades limitadas como modelos industrializados de organización empresarial frente a otros más artesanales o ligados a proyectos personales, cabe pues concluir que el 82,3% de los largometrajes producidos por empresas andaluzas se desarrollan dentro de sociedades con intenciones más industriales que las corporaciones más modestas.

Otro dato que puede ayudar a comprender la envergadura industrial de la producción andaluza es la participación en la producción de canales de televisión o de plataformas de vídeo bajo demanda. En la muestra objeto de análisis, las emisoras y las plataformas participan en 31 filmes, es decir, en el 60,7% de la muestra.

La televisión en cualquiera de sus formas actuales se ha convertido en un socio necesario, casi obligatorio, para garantizar el estreno comercial de un filme en salas de cine y una

carrera comercial más próspera (García-Santamaría & López-Villanueva, 2019; Pérez-Rufí & Castro-Higueras, 2020). Los resultados de su implicación en el cine andaluz pueden tener una lectura positiva, si se considera la intervención mayoritaria de televisiones y plataformas en la producción andaluza; pero también negativa, si se estima un mal dato que un porcentaje de filmes cercano al 40% en el año 2022 no contó con el sustento de estas empresas, actuales motores de la producción audiovisual más comercial en España.

El canal de televisión más implicado en la producción de cine andaluz es Canal Sur Televisión, como socio en 23 de los 51 títulos creados por productoras andaluzas en 2022, es decir, en un 45% de la muestra. En catorce títulos, CSTV es el único operador de televisión colaborador, aunque en otros nueve concurre con otras empresas, como Movistar+, Atresmedia, Amazon Prime Video, Radiotelevisión Española, Filmin o Netflix.

Aunque se había detectado una reducción de la relevancia de CSTV en la participación del cine andaluz entre 2018 y 2022 (Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023), los resultados finales del año 2022 muestran un porcentaje importante, solo por debajo en el siglo XXI de los años 2017 y 2018. Como ya habían apuntado Castro-Higueras y Pérez-Rufí (2023, p. 169), “la creación de la marca Canal Sur Produce y la nueva sistematización del proceso de coproducción con CSTV podrían obedecer a la intención de aplicar nuevas acciones, cuyos resultados estarían aún por consolidarse”. Sin entrar en el detalle de la cuantía económica de la colaboración de CSTV, al menos sí es posible advertir un crecimiento en el porcentaje de títulos participados por la televisión pública andaluza.

Le siguen en número de largometrajes participados por otros conglomerados mediáticos: Radiotelevisión Española (RTVE), presente en ocho filmes (15,6% del total); Amazon Prime Video y Movistar+, con cinco títulos cada una de ellas (9,8% y 9,8% de la muestra, respectivamente); Atresmedia, Telemadrid y Netflix, con dos títulos cada una de las empresas; y Filmin, Vodafone, EITB y TV3, con un solo título por empresa.

La participación de plataformas de vídeo bajo demanda en la producción de cine andaluz se concentra en once filmes (un 21,5% del total producido en 2022), un valor que aún se estima muy bajo, atendiendo a la obligación de producción de cine español por parte de las plataformas y a la explotación comercial que espera a muchas de las películas andaluzas en aquellas. Ha de apuntarse, en todo caso, que la inclusión de estas obras en los catálogos de las plataformas VOD no viene necesariamente de la mano de su participación como productoras o colaboradoras de las mismas. Queda fuera de los objetivos de este trabajo la investigación de la presencia de cine andaluz en las plataformas de vídeo bajo demanda, si bien otros trabajos han relacionado esta presencia con la participación de CSTV en la producción (Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023).

Las películas incluidas en la muestra dieron cuenta de una amplia diversidad de géneros cinematográficos y de temáticas. El 47% de los largometrajes fueron de ficción (24 títulos) y el 53% fueron documentales o “cine de no ficción” (27 títulos). El amplio porcentaje de documentales de larga duración producidos desde empresas andaluzas responde a “un fenómeno paralelo al del conjunto de la producción nacional” (Castro-Higueras & Pérez-Rufí, 2023, p. 170). Atendiendo al propio catálogo del ICAA tomado como base para la toma de la muestra, el 51% de todos los títulos producidos en España en 2022 fue de naturaleza documental. Los porcentajes son similares acotándolos a la producción andaluza.

Según Feria-Sánchez (2023, p. 152), “Andalucía posee una industria cinematográfica consolidada”, donde “la producción de cine documental está perfectamente integrada”. En este contexto, son frecuentes las pequeñas productoras creadas para proyectos concretos, sin mayor continuidad, así como los proyectos desarrollados por varias productoras, siendo común en todos los casos la “autoproducción fácil” y la “mirada periférica” (Feria-Sánchez, 2023, p. 151).

Con respecto al total de obras andaluzas, las comedias supusieron un 17,6% (nueve filmes), los dramas otro 17,6% (de nuevo, nueve filmes), el thriller y el terror un 5,8% (tres títulos), el cine experimental un 3,9% (dos obras dirigidas por Gonzalo García-Pelayo) y la animación un 1,9% (con un solo título, *Gora Automatikoa 2: otra vez la misma mierda*, de David Galán Galindo, Esaú Dharma y Pablo Vara). Debe apuntarse que títulos como *La Piedad*, de Eduardo Casanova, o *Juana, La Lorca*, de Valeriano López, fueron de compleja clasificación, dada la hibridación de géneros que hacen.

Aunque el objetivo de este trabajo no es aplicar una metodología de análisis fílmico feminista, si se considera la producción andaluza desde una perspectiva de género, se hallaría que solo 8 largometrajes de los 51 que componen la muestra han sido dirigidos por mujeres, es decir, un 15,6%. Estas directoras son Paz Jiménez (*Como Dios manda*), Rocío Mesa (*Secaderos*), Rocío Huertas (*La Alameda 2018*), Laura Uría Arranz (*Stoyan, una fábula budista*), Chus Gutiérrez (*De Caperucita a loba*), Laura Hojman (*A las mujeres de España. María Lejárraga*) y Nuria Vargas Rivas (*Controverso*).

El porcentaje de mujeres directoras sobre el conjunto de la producción andaluza del año 2022 es inferior al porcentaje a nivel nacional, situado en un 24% de largometrajes (43 películas de un total de 182), según recoge el “Informe anual CIMA 2022” (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales, 2023).

La atención a los resultados en la exhibición en salas de cine comerciales ofrece resultados muy desiguales y modestos para el cine andaluz. De entrada, una tercera parte de la producción analizada (17 filmes, el 33,3%) no ha conocido, al menos hasta noviembre de 2023, su estreno comercial en salas de cine. 34 largometrajes (el 66,6% de la muestra), sí han pasado por salas, si bien debe apuntarse que en 13 de ellos (el 25,5% del total) su estreno fue prácticamente testimonial, con un número de espectadores inferior a los 500. De aquí resulta que solo 21 de las 51 películas que conforman la producción andaluza total de 2022, esto es, el 41,1%, parecen haber tenido objetivos comerciales más ambiciosos.

Debe apuntarse, en todo caso, que solo 7 de los 51 filmes de la muestra superaron los 100 000 euros de recaudación, cifra que ya de por sí es muy modesta si se considera que el precio medio de una película producida en España supera los tres millones de euros (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, 2022). En número de espectadores, estos siete títulos se movieron entre los 332 267 y los 22 121. Las siete películas más taquilleras de la muestra fueron *Como Dios manda* (dirigida por Paz Jiménez), *La piel del tambor* (de Sergio Dow), *El mundo es vuestro* (de Alfonso Sánchez), *Mantícora* (dirigida por Carlos Vermut), *El hombre del saco* (de Ángel Gómez Hernández), *Todos lo hacen* (con dirección de Martín Cuervo) y *De Caperucita a loba* (de la directora Chus Gutiérrez).

Estas siete películas tienen en común la participación de un canal de televisión o de una plataforma en su producción. La excepción es *Todos lo hacen*, aunque cuenta con la

producción de Álamo Producciones Audiovisuales, socio de Secuoya Studios, también con orígenes en la provincia de Granada, y hoy uno de los principales grupos audiovisuales en España. De las siete películas, seis están producidas por una AIE. (la excepción es *El mundo es vuestro*, con una sola sociedad limitada) y cuatro de ellas toman la forma de coproducción internacional. En definitiva, puede concluirse que, como ya era previsible, el cine de producción andaluza de más éxito en taquilla ha contado con socios estratégicos con alta capacidad financiera, capaces de conseguir las mejores condiciones para una distribución y una promoción adecuadas al logro de objetivos comerciales más ambiciosos que el cine de producción más modesta.

Este trabajo no puede concluir sin hacer una mención a las productoras andaluzas más activas durante el año 2022. La limitación en la identificación de los nombres de las productoras se ha encontrado en algunos casos en los que las Agrupaciones de Interés Económico (forma empresarial detrás de la producción del 37,2% de los títulos) ha “ocultado” el nombre de las productoras tras la nueva nominación de la empresa creada como AIE. con el objetivo de la producción de cada título preciso, sin participaciones minoritarias con la propia marca de las productoras.

Así, destacan con tres producciones cada una las siguientes empresas: Esto también pasará S. L., productora gaditana a la que se ha vinculado con coproducciones con Latinoamérica y con dos de los títulos destacados como más taquilleros de la muestra, *El hombre del saco* y *De Caperucita a loba*; La Claqueta P.C., con sede en Sevilla y de la que se ha comentado su participación en coproducciones internacionales, supone una de las grandes productoras andaluzas desde su fundación en 2002 (Gómez-Pérez, 2013), en 2022 tras *Secaderos*, *Tin & Tina* y *El universo de Óliver*; la productora sevillana Magnética Producciones es la responsable de tres documentales, *Juanito*, *La residencia de señoritas* y *Val del Omar, poeta audiovisual*.

Con dos títulos cada una cabe subrayar la actividad de La Zanfoña Producciones, productora responsable de algunos de los títulos más celebrados de la producción andaluza de las últimas décadas (Gómez-Pérez, 2013) y, en 2022, productora de dos de los títulos más recientes de Gonzalo García-Pelayo; Pecado Films, con base en Málaga, se encuentra entre las empresas responsables de *El universo de Óliver* y el documental *La flota de Indias*; Álamo Producciones, muy activa en los últimos años como socio de Secuoya Studios, como ya se apuntó, estaría integrada en las AIE productoras de *Cuánto me queda* y *Todos lo hacen*.

5. Conclusiones

La existencia de una industria del cine andaluz es innegable desde finales de la década de los noventa del siglo pasado. Será, no obstante, casi una década después cuando se pueda hablar de una consolidación de esta por el aumento del número de productoras afincadas en Andalucía que lograban desarrollar y estrenar cada vez más títulos en la gran pantalla, mostrando una cosmovisión tamizada por el sentir autóctono de esta región del sur de España. Las instituciones, y también en parte el público, han atendido a la triple naturaleza de la industria cinematográfica y audiovisual: la cultural, la social

y la económica. El cine se ha integrado de lleno hoy en día en todas las manifestaciones de la economía digital, formando parte intrínseca del hipersector audiovisual-TIC.

Si realizamos un balance histórico de la producción de cine en Andalucía, hemos de buscar sus inicios en tentativas individuales, aisladas y poco fructíferas, de hacer películas en este territorio desde la etapa silente de esta manifestación artística, con dos momentos prometedores que no terminaron por consolidar una industria del cine en Andalucía: las producciones de *spaghetti western* en Almería en los sesenta y setenta, y lo que podría llamarse “protocine andaluz”, de tintes reivindicativos, en los primeros años de la Transición democrática y de la llegada de la autonomía andaluza. Fueron empresas y directores que no consiguieron realizar demasiados títulos y mantuvieron una trayectoria consolidada de su carrera cinematográfica. Habrá que esperar a finales de los noventa del siglo xx para encontrar el inicio de la creación de un tejido empresarial audiovisual, originado por la creación del Ente Radio y Televisión de Andalucía (Canal Sur) y por la creación en Andalucía de centros de formación de personal artístico y técnico especializado en audiovisual. Además, la Junta de Andalucía comenzó a apoyar al cine andaluz y el ICAA reconoció de forma oficial que existe un cine autonómico, periférico, más allá de los polos de producción habituales de Madrid y Barcelona.

Si se analizan los datos ofrecidos por el ICAA, pueden identificarse pautas y modelos en la producción de largometrajes de las empresas con sede social en Andalucía. Aunque este trabajo parte del estudio de los datos de 2022, los resultados han sido extrapolados, gracias a otras investigaciones anteriores consultadas, para poder marcar tendencias generalizables a todo el conjunto de la producción de cine andaluz.

Así, lo primero que puede contrastarse ha sido el aumento exponencial en el número de empresas productoras y en el número de cintas estrenadas a lo largo del último cuarto de siglo, pasando de los dos o tres títulos de finales de los noventa a los 51 estrenados en 2022, lo que significa un poco más de la sexta parte del número de películas producidas en el conjunto del territorio español. Este crecimiento no se ha visto afectado en demasía por las dos crisis por las que ha pasado la economía en estos veinte años. Ese crecimiento se debe a la digitalización de los procesos de producción audiovisual, que ha abaratado los costes. También se explica desde los cambios legislativos que han logrado que se cuente con más financiación privada a través del mecenazgo o por la obligación de los conglomerados mediáticos de invertir en la ficción nacional.

Si atendemos al mapeo de la ubicación de las empresas productoras andaluzas puede concluirse que existe una amplia concentración de estas en la provincia de Sevilla, con más de la mitad de los proyectos desarrollados, seguida de Málaga y Cádiz, que apenas desarrollaron un 10% de los títulos estrenados en 2022. En el resto de provincias se puede encontrar alguna que otra producción, teniendo que señalar que en Huelva no se han localizado productoras activas en este año.

Entre los títulos analizados, alrededor de la mitad están realizados en régimen de producción asociada, es decir, proyectos donde confluyen varias empresas productoras que se unen para lograr desarrollar el proyecto. En algunos casos, se ha hecho con la intervención de varias empresas andaluzas, aunque mayoritariamente, casi un tercio, se han realizado con empresas madrileñas. También es interesante el número de coproducciones internacionales que se han realizado en el periodo analizado, siendo diez

títulos, casi una quinta parte del total, los que se han realizado en este régimen de producción asociada con empresas latinoamericanas, principalmente, europeas e, incluso, una coproducción con una productora norteamericana.

Los datos recogidos por el análisis llevan a concluir que el sector cinematográfico andaluz está altamente industrializado, ya que más de cuatro quintas partes de los proyectos han sido desarrollados por sociedades limitadas o Agrupaciones de Interés Económico. No obstante, puede detectarse cierta precariedad empresarial en el sector cuando casi un 20% de los proyectos corresponden a autoproducciones, sociedades de responsabilidad limitada unipersonales, o cooperativas. Ha de señalarse que, en el caso de las AIE y en el de algunas productoras, su creación ha sido *ad hoc* para llevar a cabo el proyecto, sin una previsión de continuidad a futuro. Este sigue siendo uno de los retos o debilidades coyunturales del sector cinematográfico andaluz y español.

Otro de los datos que pueden contrastarse es que el cine andaluz, como ocurre con el resto del cine español, ha encontrado en los conglomerados mediáticos un excelente socio para la financiación o producción conjunta de una gran mayoría de los títulos. En concreto, en el año analizado, en casi dos tercios de las cintas se cuenta con la participación de una o más televisiones o plataformas VOD. En concreto, Canal Sur TV está presente en casi la mitad de los títulos, y las plataformas en una quinta parte de estos; a estos se suman las participaciones de RTVE, Atresmedia y otras cadenas autonómicas de nuestro país.

Si se atiende al género y a las temáticas tratadas por el cine andaluz de 2022 puede concluirse que, al igual que ocurre a nivel nacional, más de la mitad de los títulos estrenados pertenece al género documental, a pesar de que el "cine de no ficción" encuentra escasamente ventanas de explotación comercial. En contrapartida, frente a los 27 documentales, se han producido 23 ficciones, destacando entre ellas las comedias y los dramas, aunque se pueden encontrar varios *thrillers* o películas de terror, y una película de animación.

En esta investigación no se olvida poner el acento en los resultados de taquilla de los títulos producidos por el cine andaluz en 2022. Es desalentador observar que un tercio de las cintas no ha llegado a encontrar distribución y exhibición en salas, principalmente en el caso de los documentales. El público sí ha tenido la posibilidad de ver 34 de los 51 títulos en las salas de cine, aunque un tercio de ellos ha tenido una presencia testimonial, de menos del medio millar de espectadores, lo que deja solo 21 películas con un objetivo comercial más ambicioso. Debe señalarse que solo siete de ellas han conseguido reunir más de cien mil espectadores en su haber, con cifras muy modestas e, incluso podría afirmarse que, con valores insuficientes para amortizar los costes de producción de las mismas.

Si se analizan estos éxitos (relativos) de taquilla, se detecta que en su producción han intervenido los conglomerados mediáticos antes mencionados, con lo que puede concluirse que contar con socios estratégicos con alta capacidad financiera, y con un engranaje de *marketing* consolidado, permite al cine conseguir mejores condiciones de distribución y promoción, lo que aumenta los objetivos y resultados comerciales de la cinta.

En este trabajo se ha desarrollado una radiografía de la situación de la producción de cine en Andalucía, intentando plantear un balance del estado del cine andaluz

contemporáneo desde una perspectiva industrial. Aunque se es consciente de que se trata de una “foto fija” situada en un año concreto, el 2022, se ha extrapolado a datos de años anteriores e incluso comparado con los datos a nivel nacional con la intención de validar las conclusiones a las que se han podido llegar.

En cuanto a futuras ampliaciones de este trabajo, se hace necesaria la observación y análisis constante del sector industrial de la cinematografía en Andalucía para seguir verificando las tendencias encontradas, estando atentos a los retos y desafíos que el hipersector audiovisual-TIC está ofreciendo a las empresas audiovisuales dedicadas al cine en este territorio del sur de España. Dado que la explotación comercial en salas de cine no parece la vía más fructífera de medición del consumo de la producción cinematográfica andaluza, la investigación relativa a la producción de cine andaluz y de su recepción por parte de las audiencias debe también adaptarse a los nuevos modelos de consumo audiovisual, especialmente en lo relativo a las plataformas de vídeo bajo demanda y, en general, a la distribución *online*.

Financiación

Este trabajo ha sido escrito en el marco del Proyecto de Investigación “Transmedialización e hibridación de ficción y no ficción en la cultura mediática contemporánea (FICTRANS)”, Ref. PID2021-124434NB-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/FEDER Una manera de hacer Europa, Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023.

Contribuciones de autoría

- Francisco Javier Gómez-Pérez ha realizado la introducción y marco conceptual con la revisión de la bibliografía de la literatura previa, así como la revisión del manuscrito.
- José Patricio Pérez-Rufí ha realizado la revisión de la bibliografía de la literatura previa, el diseño del marco metodológico, la adquisición y presentación de los datos en forma de tablas.
- El análisis de los datos, la discusión y los resultados han sido elaborados por ambos coautores.

Referencias

- Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales. (2023). *Informe anual cima 2022. La representación de las mujeres del sector cinematográfico del largometraje español*. <https://bit.ly/3u6v714>
- Blanco Pérez, M. (2020). *Nuevo cine andaluz*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Castro-Higueras, A., & Pérez-Rufí, J. P. (2023). Canal Sur como motor de la producción de cine en Andalucía: Evolución hasta la era de las plataformas de vídeo bajo demanda. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(2), 157-175. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24459>
- Clemente Mediavilla, J., & García Fernández, E. C. (2016). Contribución de los sitios web de la industria cinematográfica española a la percepción del Cine Español. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 21(40), 67-83. <https://doi.org/10.1387/zer.16410>
- De la Torre Espinosa, M. (2015). *Generación CinExin: el cine sevillano contado por sus realizadores*. Diputación Provincial de Sevilla y Fundación Audiovisual de Andalucía.
- Feria-Sánchez, J. J. (2023). El cine de no ficción en Andalucía: Revisión y análisis de la producción contemporánea de largometrajes cinematográficos documentales (2018-2022). *Revista*

- Mediterránea de Comunicación/Mediterranean. Journal of Communication*, 14(2), 143–155. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.24497>
- García Santamaría, J. V., & López Villanueva, J. (2019). Relaciones cine-televisión. Las televisiones en la producción de cine español. En C. F. Heredero (Ed.), *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión (2015-2018)* (pp. 219–255). Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales. <https://bit.ly/3Wb4gNi>
- Gómez-Pérez, F. J. (2013). *Consolidación industrial del cine andaluz*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Gómez-Pérez, F. J., Marín-Montín, J., & Pérez-Rufí, J. P. (2010). El auge del cine autonómico: el caso andaluz. En M. Perlado Lamo de Espinosa, & C. Jiménez Narros (Eds.), *Escenario actual de la investigación en comunicación: objetivos, métodos y desafíos* (pp. 183–193). Edipo.
- Gómez-Pérez, F. J., & Navarrete-Cardero, J. L. (1999). La mujer folklórica andaluza. En V. Guarinos Galán (Coord.), *Alicia en Andalucía. La mujer andaluza como personaje cinematográfico. La mujer andaluza tras la cámara* (pp. 17–36). Filmoteca de Andalucía. Junta de Andalucía y Conserjería de Cultura.
- Gómez-Pérez, F. J., & Sánchez-Mesa-Martínez, D. (2023). Hibridaciones de la industria cinematográfica y el hipersector audiovisual-TIC [Editorial]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean. Journal of Communication*, 14(2), 107–109. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.25143>
- Heredero Díaz, O., & Reyes Sánchez, F. (2017). Presente y futuro de las ayudas a la industria cinematográfica española. *Fotocinema. Revista Científica De Cine Y Fotografía*, (14), 341–363. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2017.v0i14.3604>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. (2005). *Anuario de cine. Evolución de la producción cinematográfica por Comunidades Autónomas*. Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España. <https://bit.ly/3R5psoM>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. (2022). *Anuario de cine*. <http://bit.ly/3klx0FM>
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales. (2023). *Avance. Catálogo cine español 2022 largometrajes calificados*. <https://bit.ly/3siXXOS>
- Ley 6/2018, de 9 de julio, del Cine de Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, núm. 135, de 13 de julio de 2018. <https://bit.ly/47eUBf3>
- Ley 6/2018, de 9 de julio, del Cine de Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 186, de 2 de agosto de 2018. <https://bit.ly/47eUBf3>
- Morante, A. (Director). (2022). *El universo de Óliver*. [Película]. Sinehan Capital, AIE; Pecado Films; La ClaquetaPc; Tandem Films; 700g Films; AndaramsFilms.
- Moreno Domínguez, J. M. (2008). Diversidad audiovisual e integración cultural: Analizando el programa Ibermedia. *Comunicación y Sociedad*, (9), 95–118. <https://bit.ly/3QYVwKG>
- Nacho, I. (Director). (2022). *Isósceles*. [Película]. Antídoto Films; Producciones La Cochera; Producciones Sierra Gador; La Dalia Films; Persons Films; Salvador Reina Girona.
- Navarrete Cardero, J. L. (2009). *Historia de un género cinematográfico: la Española*. Quiasmo Editorial.
- Pablo Martí, F., & Muñoz-Yebra, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. *Información Comercial Española, ICE. Revista de economía*, 1(792), 124–138. <http://bit.ly/35VrZYH>

- Pérez-Rufí, J. P., & Castro-Higueras, A. (2020). Producción de cine en España: El éxito condicionado por las empresas participantes. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 11(1), 169–178. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.1.3>
- Rodríguez, M. S. (2007). En búsqueda de un hipotético cine castellano o castellano-leonés. En N. Berthier & J.-C. Seguin (Eds.), *Cine, nación y nacionalidades en España* (pp. 101–119). Casa de Velázquez. <https://doi.org/10.4000/books.cvz.21082>
- Ruiz Muñoz, M. J. (2015). *El cine olvidado de la transición española: historia y memoria del audiovisual independiente en Andalucía*. Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Sánchez-Gey Valenzuela, N. (2021). *Historia y estructura de la producción audiovisual*. Pirámide.
- Sánchez-Gey Valenzuela, N., Jiménez-Marín, G., & Reig García, R. (2023). La estructura de la producción televisiva en Andalucía como base del tejido empresarial regional. *Investigaciones Regionales. Journal of Regional Research*, (56), 91–107. <https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.23.012>
- Sánchez Varela, C. (Director). (2022). *Curro Romero, maestro del tiempo*. [Película]. Its Flamenco, A.I.E.; Canal Sur Television; Mediaevents Productions; Womack Integrated Marketing.
- Utrera Macías, R. (2007). El cine de la nacionalidad andaluza. La búsqueda de una compleja identidad. En N. Berthier & J.-C. Seguin (Eds.), *Cine, nación y nacionalidades en España* (pp. 121–136). Casa de Velázquez. <https://doi.org/10.4000/books.cvz.21092>
- Utrera Macías, R., & Delgado, J. F. (1980). *Cine en Andalucía*. Argantonio.
- Zunzunegui, S. (1985). *El cine del País Vasco*. Diputación Foral de Vizcaya.

RESEÑAS

Cuadernos¹⁰⁰
Audiovisual
del Consejo Audiovisual de Andalucía

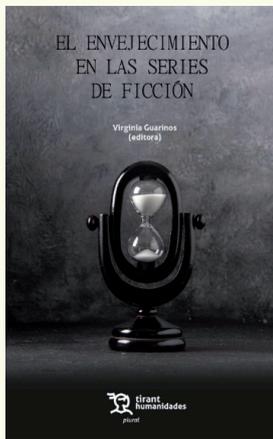
¿Cómo es representada la tercera edad en las series de ficción españolas?

HOW IS THE OLD AGE DEPICTED IN THE SPANISH TV SERIES?

Sofía Otero-Escudero

Universidad de Sevilla

sotero@us.es  0000-0003-0778-1519



Virgina Guarinos (Ed.):

El envejecimiento de las series de ficción

Tirant Lo Blanch, 2023.

Páginas: 316.

ISBN 978-84-19632-19-7.

Resumen: Virginia Guarinos coordina en 2023 una obra colectiva imprescindible como es *El envejecimiento en las series de ficción*. En ella, la autora da forma a lo que ella denomina un test de garantía para concluir qué tipo de representación hay de la tercera y cuarta edad en las series de ficción españolas del siglo XXI. Los y las investigadores/as analizan una gran diversidad de series desde diferentes perspectivas, desde *Cuéntame cómo pasó* hasta *30 monedas*. Ante los ricos y variados resultados obtenidos, se sigue observando en su mayoría una perpetuación de tendencias edadistas en las series españolas, aunque se encuentran algunas excepciones que demuestran también un pequeño avance en materia de representación de la tercera edad en la ficción española.

Palabras clave: envejecimiento; series de tv; ficción; España; edadismo; audiovisual; tercera edad.

Abstract: Virginia Guarinos coordinates in 2023 an essential collective work such as *El envejecimiento en las series de ficción*. In it, the author gives shape to what she calls a guarantee test to conclude what kind of representation there is of the old age in Spanish fiction series of the 21st century. The researchers analyse a wide range of series from different perspectives, from *Cuéntame cómo pasó* to *30 monedas*. Given the rich and varied results obtained, most Spanish series continue to perpetuate ageist tendencies, although some exceptions also demonstrate a small advance in the representation of the third age in Spanish fiction.

Keywords: ageing; TV Series; fiction; Spain; ageism; audiovisual; old age.



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Otero-Escudero, S. (2024). ¿Cómo es representada la tercera edad en las series de ficción españolas? [Reseña del libro *El envejecimiento de las series de ficción*, por V. Guarinos (Ed.)]. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 165-168. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.17>

Amin Maalouf escribió en 1998 su excelsa obra *Identidades asesinas* donde reflexionaba sobre la complejidad de definirse y ser reconocido/a ante la sociedad. Entre sus brillantes reflexiones el autor afirmó: «La identidad de una persona no es una yuxtaposición de pertenencias autónomas, no es un mosaico: es un dibujo sobre una piel tirante; basta con tocar una sola de esas pertenencias para que vibre la persona entera» (Maalouf, 2009, p. 34).

La sociedad, desafortunadamente, se ha dedicado desde sus inicios a discriminar a ciertos colectivos por determinados rasgos que daban forma a su identidad, haciendo vibrar a una comunidad entera por expulsar a los márgenes a los individuos cuya etnia, orientación sexual, género, clase social... se alejaba de lo establecido por la norma, imponiendo el poder de la mayoría por encima de las minorías. Sin embargo, las discriminaciones no siempre se han basado en números. En el espectro de género binario los hombres han impuesto su poder sobre las mujeres, y aunque se han dado pasos hacia el progreso y la igualdad, todavía hay mucho camino por andar. Junto al género, hay otro aspecto que afecta a la totalidad de la población sin excepciones: la edad. Y, aun así, ¿cómo es posible que haya ciertos colectivos etarios que sigan siendo discriminados?

El colectivo de la tercera y cuarta edad ha sido descartado durante siglos por la lógica capitalista que permea cada resquicio social –misma razón por la que se menosprecia a la infancia y la adolescencia–. Si ya no eres una persona productiva para la máquina capitalista, si dejas de ser trabajador/a te conviertes en mercancía y la mercancía con fecha de caducidad es descartada.

Esta deplorable situación es reflejada a la perfección en todas y cada una de las representaciones audiovisuales, desde el cine hasta el teatro, pasando por las series de televisión. En la actualidad, tras el varapalo de la pandemia que tantos seres queridos se ha llevado por delante, la tercera y cuarta edad se ha puesto en valor y las personas de más de 60 años vuelven a formar parte del dibujo colectivo poco a poco. Pero ¿esto se traslada también a las series de ficción españolas?

La autora Virginia Guarinos, dedicada durante años a las investigaciones enfocadas para el cambio social, enfoca sus últimas publicaciones en los colectivos etarios y su representación. En 2023 coordina una obra colectiva imprescindible como es *El envejecimiento en las series de ficción*. En esta, la investigadora da forma a lo que ella misma llama un test de garantía para concluir qué tipo de representación hay de la tercera y cuarta edad en las series de ficción españolas del siglo XXI.

En dicho libro participan diverso/as investigadores/as del ámbito de la comunicación audiovisual para analizar de forma exhaustiva múltiples series desde diferentes perspectivas. La propia Guarinos escribe un capítulo sobre las series dirigidas por cineastas españoles, mientras Raya-Bravo y Gordillo se acercan a las series de VOD desde 2017 hasta 2021. Gracias a este tipo de horquillas temporales, se lleva a cabo un análisis pormenorizado del antes y el después del año de la pandemia, para así concluir si existe o no algún cambio en la representación de dicho colectivo.

La obra es rica en su variedad dado que también se acerca a las representaciones de series de principios del siglo XXI como *Cuéntame cómo pasó* (RTVE, 2001-2023) y cómo se construyó lo que el propio Ricardo Jimeno denomina las abuelas del franquismo, así como Sergio Toledo traslada la mirada a las representaciones del siglo XVI y XVIII a

través de *La peste* (Movistar Plus+, 2017-2019) y *La cocinera de Castamar* (Atresmedia TV, 2021).

Es excelente cómo Guarinos coordina un libro donde la intersección de diversidades es indiscutible. Además de la amplitud de épocas, así como formatos, también se abordan los distintos tipos de géneros cinematográficos, desde la comedia con los trabajos de Pérez-Gómez con *Mira lo que has hecho* (Movistar Plus+, 2018-2020), Pérez Morán con *El último show* (HBO, 2020) o López Rodríguez con *La que se avecina* (Telecinco, 2007-presente), hasta la mirada de Baena-Cuder al terror de *30 monedas* (HBO, 2020-2023) de Álex de la Iglesia, pasando incluso por el western de la serie *Patria* (HBO, 2020) que escribe Menéndez Menéndez.

Por otro lado, la diversidad sexual y de género también tienen su espacio con los trabajos de Pacheco-Jiménez que pone el foco en las masculinidades y la representación de José Coronado en las series. Zurián y Muñoz se acercan al colectivo trans con su análisis de *Veneno* (ATRESPlayer, 2020), mientras que Toscano-Alonso y Otero-Escudero analizan la representación de la tercera edad en intersección con la diversidad de identidades y orientaciones sexuales.

Finalmente, también los estudios narrativos y de personajes son representados a través del estudio de Valeriano Durán que analiza a la villana envejeciente en *Las chicas del cable* (Netflix, 2017-2020), mientras Sánchez-Labela hace un esbozo de la 'Marca España' desde la figura de Carmen Maura en *Alguien tiene que morir* (Netflix, 2020) y *Deudas* (ATRESPlayer, 2021).

Tras esta amplia y valiosa revisión de las series de ficción españolas, las conclusiones apuntan en su mayoría a una perpetuación de las tendencias edadistas y la infrarrepresentación del colectivo etario que atañe. No obstante, también se descubren ciertas excepciones donde se atisba un halo de esperanza respecto a las representaciones de las personas envejecientes.

Gracias a publicaciones como *El envejecimiento en las series de ficción* (2023) coordinada por Virginia Guarinos, se pone sobre la mesa una realidad que es esencial mirar de cerca y es que, el audiovisual, tal y como concluyen Irene Raya e Inmaculada Gordillo, sigue siendo un espejo que borra los reflejos, que sigue haciendo invisible a colectivos como el envejeciente. Y nada más lejos de la realidad. Una realidad donde también ellos y ellas merecen tener un espacio reconocido, donde la televisión reconozca que el colectivo etario de la tercera edad no solo es un mosaico compuesto de rasgos invisibles, sino que también forman parte del dibujo colectivo con una piel que siente y vibra.

Referencias

- Ambrossi, J., & Calvo, J. (2020). *Veneno*. [Serie]. ATRESPlayer.
- Bernardeau, M. A., Ladrón de Guevara, E., Buckley, P., & Macías, A. (2001-2023). *Cuéntame cómo pasó*. [Serie]. RTVE.
- Caballero, L., & Caballero, A. (2007-presente). *La que se avecina*. [Serie]. Telecinco.
- Campos, R., & Fernández-Valdés, T. (2017-2020). *Las chicas del cable*. [Serie]. Netflix.
- Caro, M. (2020). *Alguien tiene que morir*. [Serie]. Netflix.

- De la Iglesia, A. (2020-2023). *30 monedas*. [Serie]. HBO.
- Écija, D. (2021). *Deudas*. [Serie]. ATRESPlayer.
- Gabilondo, A. (2020). *Patria*. [Serie]. HBO.
- Guarinos, V. (2023). *El envejecimiento en las series de ficción*. Tirant Lo Blanch.
- Maalouf, A. (2009). *Identidades Asesinas*. Alianza Editorial.
- Rodrigo, A. (2020). *El último show*. [Serie]. HBO.
- Rodríguez, A. (2017-2019). *La Peste*. [Serie]. Movistar Plus+.
- Rodríguez, T. (2021). *La cocinera de Castamar*. [Serie]. Atresmedia TV.
- Romero, B. (2018-2020). *Mira lo que has hecho* [Serie]. Movistar Plus+.



**Cuadernos
Audiovisual**
del Consejo Audiovisual de Andalucía

Publicidad en tiempos de feminismo

ADVERTISING IN THE TIME OF FEMINISM

Paula Illera Miguel

Universidad de Burgos

paulailleramiguel@gmail.com  0000-0002-7799-1039



María Isabel Menéndez Menéndez:

*¿Puede la publicidad ser feminista?
Teoría y práctica sobre femvertising*

Editorial: UOC, 2023

Páginas: 184

ISBN: 978-84-1166-009-9

Resumen: Este ejemplar nace con el objetivo de visibilizar las debilidades y fortalezas de una práctica, la de la *femvertising* o publicidad feminista que, bien utilizada, nos es útil en el avance social y la conquista de derechos de las mujeres. Gracias al análisis de la autora conoceremos su origen y situación actual, las tensiones a las que se enfrenta y, a través de una serie de estrategias concretas, comprenderemos de qué forma se genera y cuáles deberían ser sus contextos empresariales óptimos.

Palabras clave: empoderamiento; feminismo; *femvertising*; mentira violeta; publicidad; sexismo.

Abstract: In this book, we will explore the strengths and weaknesses of femvertising. When used effectively, femvertising serves the social advancement and the conquest of women's rights. Through the author's analysis, we will learn about the origin of this type of advertising and its current situation. We will also discover how femvertising is executed and the challenges it faces.

Keywords: advertising; empowerment; feminism; feminiwashing; femvertising; sexism.



CC BY-NC-SA 4.0

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

Cómo citar:

Illera Miguel, P. (2024). Publicidad en tiempos de feminismo [Reseña del libro *¿Puede la publicidad ser feminista? Teoría y práctica sobre femvertising*, por M. I. Menéndez Menéndez (Ed.)]. *Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía*, (11), 169-172. <https://dx.doi.org/10.62269/cavcaa.19>

¿De qué manera se sortea un sistema, en este caso el publicitario, cuando la ciudadanía vive inmersa en la sociedad de consumo? Este planteamiento, recogido en las primeras páginas del libro *¿Puede la publicidad ser feminista? Teoría y práctica sobre femvertising*, supone toda una declaración de intenciones por parte de su autora, y es que, tal y como ella misma nos avanza, no existe un *afuera*. Para M. Isabel Menéndez Menéndez, el debate no reside en si debe o no debe haber publicidad, sino en la posibilidad de virar el mensaje hasta construir un discurso con repercusión social, que sirva y responda a la causa feminista.

Bajo la anterior premisa nace este monográfico, que elabora una metodología propia para la investigación, el análisis y el diseño de campañas de *femvertising* o, en su traducción al español, de publicidad feminista. Lo hace a través de dos grandes partes: una primera, que aborda las cuestiones teóricas y epistémicas; y una segunda, de carácter práctico, que será la encargada de aportar las claves con relación al método.

El primer capítulo ofrece una aproximación al concepto de *femvertising* y a la necesidad de su ejecución por parte de las marcas. A lo largo de la historia publicitaria las mujeres han sido representadas como seres pasivos, dependientes, infantiles y altamente sexualizados. La literatura especializada coincide en que las prácticas sexistas inundan las campañas publicitarias y que los efectos de dichos mensajes saltan de la ficción al plano real.

El anterior recorrido histórico sitúa al público en la encrucijada entre la honestidad y la búsqueda de rentabilidad comercial que tensa la intención publicitaria. El análisis de un siglo de comerciales, donde las proclamas feministas han servido de instrumentos para engrosar las arcas de industrias tabacaleras, empresas armamentísticas o aumentar los beneficios del sector cosmético, finaliza con la pregunta que da nombre al presente monográfico: *¿puede la publicidad ser feminista?*

En la actualidad, los mercados son conscientes de que una buena relación con las consumidoras pasa por construir una mejor imagen de las mujeres en sus estrategias de comunicación. Además, el nuevo paradigma de las redes sociales ofrece espacio a un público activo, que cuenta con el poder de boicotear una marca si el mensaje se muestra contrario a los valores éticos y morales que movimientos como el #MeToo han insertado, todavía con más fuerza, en la opinión pública.

El segundo capítulo reflexiona sobre los enfoques que articulan el mensaje publicitario. En este sentido, la autora se detiene a desarrollar el término de empoderamiento, ofreciéndonos su definición, para, posteriormente, exponer la apropiación que el sistema neoliberal ha hecho del mismo. Dinamitando su carga colectiva, el empoderamiento se nos presenta hoy día como una suerte de libertad de consumo: la libre elección y la fantasía de la individualidad construyen, en no pocos casos, la *femvertising*, donde el carácter político y colectivo del feminismo es sustituido por la capacidad de consumir.

Sin embargo, aunque las marcas beban de la ideología neoliberal y quede reflejado en las estrategias comunicativas, el libro insiste en que la *femvertising* es útil para la recepción del público: la inversión de roles en sociedades altamente patriarcales o la presencia de mujeres ricas en matices, presenta un impacto mucho más beneficioso que una publicidad abiertamente sexista.

Tras esta exposición, Menéndez concluye que el verdadero reto consiste en generar feminismo desde la publicidad, lo que ella catalogaría como *publicidad profem*. Dicho objetivo se consigue cruzando varios aspectos: primeramente, el mensaje –que sea respetuoso con las mujeres y que fomente la igualdad y el empoderamiento– y, también, los valores de la organización –desde que la marca conozca la agenda feminista y la incluya en su estrategia global hasta revisar su propio posicionamiento como empresa, su política de recursos humanos o cualquier relación dentro y fuera del contexto laboral con las mujeres–.

La segunda parte del libro ofrece una propuesta metodológica, una guía tanto para la creación de campañas de publicidad feministas como para su análisis e interpretación. Por ello es que, en el tercer capítulo, encontramos un listado de prácticas que evitar en la elaboración de la *femvertising*. Gracias a ejemplos prácticos y al análisis de las campañas «Tú decides» (Desigual, 2014) y «El verano también es nuestro» (Ministerio de Igualdad e Instituto de las Mujeres, 2022), conocemos estrategias publicitarias basadas en el oportunismo, con poca reflexión y carentes de un sólido marco conceptual.

El feminismo ha de ser una variable transversal que configure cada paso, comenzando por la definición de los objetivos. Lo mismo sucede a la hora de diseñar, elaborar y ejecutar la propia campaña: se trata del material que llegará al público y, para ello, ha de reunir una serie de requisitos que la autora sintetiza, hábilmente, en diez pasos.

De esta forma, Menéndez no solo aborda la necesidad de incidir en las imágenes –incluyendo, por ejemplo, mujeres de distintos orígenes étnicos, edades o corporalidades–, sino que también subraya la importancia del mensaje: es fundamental que este fomente la capacidad crítica y la toma de conciencia. Otros elementos que tener en cuenta son la relación de las protagonistas, el lenguaje verbal y no verbal o el contexto en el que aparecen las personas.

Finalmente, en el cuarto y último capítulo, la autora ejemplifica, aun con más detalle, la teoría, y lo hace gracias al viaje que realiza a través de las estrategias publicitarias de dos marcas: la empresa de productos cárnicos Campofrío y la multinacional de prendas deportivas Nike.

Con Campofrío asistimos a una evolución: desde el primer intento de *femvertising* en el año 2009, el cual, sin embargo, no es capaz de superar los estereotipos de género, hasta la campaña «Deliciosa Calma» que en 2016 se convirtió en la apuesta más completa, desde una perspectiva feminista, de la organización. En este punto, la autora rescata las variables desarrolladas anteriormente para someter a examen «Deliciosa Calma» y exponer, de manera detallada, cuáles han sido sus aciertos.

Lo mismo sucede con el *spot* publicitario «Juntas imparables» de Nike. Este comercial, realizado específicamente para el público mexicano, se estrenó en el año 2018. Utilizando de nuevo las categorías de análisis, Menéndez ofrece un minucioso estudio del mismo. Como era de esperar, y teniendo en cuenta las ideas desarrolladas en apartados anteriores, el foco de análisis se extenderá, además, hasta la marca y sus valores de empresa, requisito imprescindible para la *femvertising*.

A modo de conclusión, podemos destacar que este libro desmenuza un tema tan complejo como es la tensión entre feminismo y publicidad, ofreciendo una ruta metodológica útil para cualquier profesional de la comunicación, docente, estudiante o público

en general. Lejos de toparnos con un análisis simplista que reduzca la publicidad a su objetivo comercial, la autora aporta luz y resalta la posibilidad de diseñar campañas capaces de generar feminismo, que desemboquen en la reflexión y la acción por la igualdad. Del mismo modo, ensalza el trabajo del movimiento feminista, su fuerza y sus –tantas veces infravalorados– márgenes de acción.

Finalmente, y ciñéndonos al ámbito académico, una de las aportaciones más valiosas es la de brindar soluciones a quejas expuestas, de forma recurrente, en la literatura científica: el monográfico problematiza las malas prácticas, para, a lo largo del discurso narrativo, avanzar ofreciendo orientaciones metodológicas capaces de romper con los mensajes sexistas que han inundado e inundan la publicidad.



**Cuadernos^{del}
Audiovisual**
del Consejo Audiovisual de Andalucía

<http://cuadernosdelaudiovisual.es/ojs/index.php/cuadernos>

<https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

