

¿Decrece el uso de la T.V.?

Hallazgos recientes sobre el consumo infantil de la televisión

Los niños de hoy son expertos en tareas múltiples y quieren interactuar con sus contenidos y personajes favoritos a través de una variedad de plataformas. Sin embargo, nuevos resultados de un estudio mundial de Eurodata T.V muestran que estos jóvenes hábiles en medios están lejos de abandonar la T.V. y de favorecer la nueva tecnología.

Más tiempo para la T.V.

Los resultados del tiempo de audiencia diaria de la primera mitad de 2010 confirman que el tiempo que los niños pasan mirando televisión se ha incrementado en todos los territorios estudiados en comparación a 2009 y en varios países el crecimiento es sorprendente.

En España, por ejemplo, los niños pasaron unos 9 minutos más al día frente al televisor en la primera mitad del año 2010. Este incremento puede deberse en parte por el tiempo extra durante la Copa Mundial en un año en que el fútbol enloqueció a los españoles que se convirtieron en campeones mundiales (ver, III 1).

La situación fue similar en Italia donde los niños pasaron incluso más tiempo viendo a sus héroes en 2010 con 8 minutos extra por día lo que hace que su tiempo de audiencia llegue a las 2 horas y 44 minutos en la primera mitad de 2010.

En Francia la cifra se elevó sin cesar con un minuto adicional por día en los primeros 6 meses de 2010, lo que da un promedio diario de audiencia infantil de 2 horas y 11 minutos.



© Eurodata TV Worldwide/Relevant Partners

III. 1: III.1 Tiempo de audiencia infantil entre enero y junio 2010 comparado con 2009

Elección, control y contenido

Parece que estos aumentos se deben a una doble influencia: un aumento en la oferta de canales lo que significa que los niños tienen muchas más opciones en lo referente a la televisión en vivo, combinado con la posibilidad de acceder a sus shows favoritos siempre que lo deseen, vía los programas por demanda. El creciente dominio de los canales dedicados a ellos respecto a los tradicionales bloques para niños en los canales generales es más que nunca evidente, con transmisoras privadas y públicas que por igual focalizan su atención en sus programaciones dedicadas a los niños.

Mientras tanto los niños también consumen el contenido de otras maneras extendiendo su experiencia como audiencia online con la televisión por demanda, juegos y otras ofertas en la web (ver también Childs and Bult en este número). El Reino Unido, que adoptó tempranamente la televisión que puede ser grabada para su visión posterior, ha mostrado el camino a seguir en esta área con sus plataformas a pedido CBBC y CBeebies mientras que Clan TVE en España también ofrece una amplia gama de videos en su sitio. Además de estas ofertas a pedido, el contenido transmedia (Nota de traduc.: narración en plataformas y formatos múltiples), cuando se trata de manera creativa puede crear una genuina polinización cruzada entre la T.V. y la web con una saludable y fuerte presencia online lo que incrementa las estadísticas de la audiencia televisiva. ■

TRADUCCIÓN
María Elena Rey

LA AUTORA
Joanna Szybist (Mediametrie/Eurodata TV Worldwide)