

PuroMarketing

Publicado el 16-11-2020 Por Anónimos

Los niños han duplicado su tiempo de pantallas móviles y no piensan volver atrás

Los adolescentes son los que pasan más tiempo online



Si se ha hablado con padres de niños pequeños durante los últimos meses sobre cómo les ha cambiado la vida por culpa de la crisis del coronavirus, hay un tema que siempre acabará sobre la mesa. A pesar de su buena voluntad y de todo lo que habían estado haciendo hasta el momento, sus restricciones de uso de pantallas se han esfumado. Sus hijos pasan ahora muchísimo más tiempo delante de las pantallas y evitarlo resulta imposible. Durante las semanas del confinamiento era una de las pocas maneras de mantenerlos entretenidos en casa, pero es que además las pantallas se han convertido en el epicentro de otros elementos, como la educación.

Las estadísticas muestran que no han estado solos. Ha sido la tendencia general en todos los países en los que la pandemia ha cambiado las cosas. Un reciente [estudio](#) estadounidense, que ha analizado los patrones de uso de pantallas de los niños durante

los primeros meses de la pandemia, apunta que el tiempo que pasan frente a las pantallas se ha doblado.

Antes de la crisis del coronavirus, el 21% de los niños pasaba más de cuatro horas al día usando pantallas. Tras la crisis, ya eran el 44%. Los tiempos habían crecido en todos los grupos de edad, con máximos entre los adolescentes.

Así, entre 0 y 4 años se había pasado del 13 al 26%, de los 5 a los 10 del 17 al 44%, de los 11 a los 13 del 23 al 44% y entre los 14 y los 17 del 32 al 62%. En las cuentas se incluyen todos los usos de dispositivos de pantalla, educación incluida.

El cambio no es solo notable por lo que supone en relación al consumo de contenidos durante la pandemia, sino también por lo que implica a largo plazo. No es solo que los niños estén pasando más horas por lo que el contexto impone, sino que además ya no hay marcha atrás.

No hay vuelta atrás

Otro [estudio](#) estadounidense apunta que 7 de cada 10 padres de niños en edad escolar reconocen que se sienten incapaces de limitar el tiempo de pantalla. El 60% de los padres encuestados cuyos hijos pasan más tiempo frente a las pantallas cree que "no tiene más remedio que permitirlo". Un 58% de los padres, eso sí, se sienten culpables por todo el tiempo que sus hijos pasan ahora conectados online.

Los propios niños son conscientes de todo esto y, como apunta otro estudio, se aprovechan. El 44% de los adolescentes estadounidenses ha llegado a reconocer que están pasando más tiempo en la red porque sus padres no se preocupan ahora tanto como en el pasado de sus tiempos online. Posiblemente, sus padres esperan que ese tiempo sea para acceder a recursos educativos online. Igualmente posible es que sus hijos dediquen ese nuevo tiempo a otras cosas.

Y los padres reconocen que, cuando todo esto pase, no serán capaces de volver atrás y retomar los tiempos de pantalla previos a la crisis.

Un cambio de ciclo en consumo de medios

Todos estos datos suponen una ruptura en cómo los padres gestionan el tiempo de sus hijos y una evolución en educación y costumbres, cierto, pero también es un cambio de ciclo definitivo para las marcas y su estrategia de marketing y publicidad. Esta migración de tiempos implica un salto final a las nuevas pantallas y un peso todavía mayor de los

medios digitales y los contenidos de la red, en detrimento (todavía más) de los medios tradicionales.

Los niños estaban viendo mucho menos la televisión de lo que se hacía antes. Ahora es posible que la vean todavía menos.

© [PuroMarketing](#) - Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido o publicación, por cualquier medio o procedimiento, así como su uso como material didáctico o formativo sin para ello contar con la autorización previa