

Superconectados: crece el consumo simultáneo de TV, internet y celular

Por Victoria Linari
vlinari@miradasal.com (mailto:vlinari@miradasal.com)

La tendencia mundial a interactuar con distintos soportes para entretenerse y estar informado.

Las pantallas parecen coparlo todo. Según un estudio reciente de Kaiser Family Foundation, los jóvenes de entre 8 y 18 años pasan más de 7 horas y media por día mirando una pantalla: la televisión, internet o el teléfono celular. Es decir, que ocupan casi el mismo tiempo que un adulto en su jornada de trabajo interactuando con una plataforma digital. Si bien el incremento fue creciendo en forma escalonada con el tiempo, hace diez años el consumo promedio de estas tecnologías les robaba una hora menos a los jóvenes, que son precisamente los que con más facilidad asimilan estos dispositivos y tienen la capacidad de prestar atención simultánea a varios aparatos y tareas.

Según Raúl Katz, especialista en telecomunicaciones y nuevas tecnologías, "los chicos y adolescentes nacieron en el contexto de estos aparatos y tienen una gran capacidad para manejarse en las plataformas de multitareas. A los adultos no sólo nos cuesta mucho más, sino que somos menos permeables a la simultaneidad de estímulos diversos propia de estos dispositivos".

Además del incremento en el consumo de tecnología, "la tendencia a nivel mundial es a la integración combinada de plataformas de acceso al entretenimiento y la información", afirma Katz, quien es además profesor de Estrategia de negocios para empresas de alta tecnología en la Universidad de Columbia y docente en la Universidad de San Andrés en la Argentina. Esto significa que, en lugar de sustituir una plataforma por otra, lo que se da es una complementariedad entre ellas, que se mide en términos de tiempo frente a una pantalla: ya sea ésta la televisión, la computadora, el GPS, el celular o el e-book. Y aclara que si bien estos datos corresponden a la realidad estadounidense, se trata de un fenómeno global que se observa cada vez más en todo el mundo. Lejos de una mirada alarmista sobre las posibles consecuencias del incremento del tiempo que los jóvenes pasan frente a las pantallas, Katz prefiere no sacar "conclusiones apresuradas que suelen resultar completamente subjetivas y no basadas en una investigación real. Los cambios en los comportamientos y las variaciones en los consumos culturales están ocurriendo en este momento, por lo cual es muy difícil y muy pronto para analizarlos."

—Hasta ahora, siempre se manejó la idea de competencia entre televisión e internet, y se habló de la fuga de televidentes a las pantallas de la computadora. ¿Cuál es su visión sobre este fenómeno?

—Lo que vemos en general con los consumos de nuevas tecnologías o nuevos medios, más que sustitución es complementariedad. El individuo cuenta con una gama de medios (diarios, revistas, internet, radio, televisión, teléfono) y lo que hace es adaptar su uso y decidir qué información consumirá por un medio y cuál por otro, de acuerdo con la que considere la tecnología más adecuada. Lo que hay en realidad es un impacto adicional entre ellos y no una sustitución de un medio por otro.

—¿El surgimiento de internet facilitó esa complementariedad al permitir el consumo de varios medios al mismo tiempo?

—Internet en realidad es una multiplicidad de medios, porque al mismo tiempo estás conectado al facebook, lees el e-mail, escuchás música, podés hacer la tarea o tu trabajo, y tenés varias plataformas funcionando al mismo tiempo. Es el soporte en el que más se potencia la posibilidad de que convivan distintos medios.

—¿Y qué pasa con la atención del usuario cuando está conectado a varios medios simultáneamente? ¿Se dispersa más o se fue adaptando a captar y procesar mensajes diversos?

—Eso es difícil de juzgar porque depende básicamente de un problema generacional. Las personas de 30 años, por ejemplo, pertenecen a una generación que no nació en este contexto digital, pero tienen cierta capacidad de adaptación y pueden hacer tareas múltiples, mucho más que los que pertenecemos a una generación cercana a los 50 años que tenemos más limitaciones. Los chicos más jóvenes, en cambio, de entre 8 y 18 años, ya nacieron con



Raúl Katz, especialista en telecomunicaciones.

OTRAS NOTAS

200 años de periodismo. De La Gaceta a la ley de medios (<http://sur.elargentino.com/notas/200-anos-de-periodismo-de-la-gaceta-la-ley-de-medios>)

Paradoja bicentenaria, con algo de forzada: si el nacimiento de La Gaceta en el Año 10 tuvo mucho que ver con el proceso de una prensa europea nacida como "tribuna de doctrina" de las burguesías en ascenso —disparador retomado en la fundación del diario La Nación—, el jacobinismo que latía en los viejos escritos de Mariano Moreno está de regreso, con otros modos. Sucede doscientos años de periodismo después, en un escenario de polarizaciones y trinchismo.

Los correos de lectores en el siglo XXI (<http://sur.elargentino.com/notas/los-correos-de-lectores-en-el-siglo-xxi>)

Entre los múltiples aspectos culturales y sociales sobre los que se ha extendido internet, uno de los más importantes es su función de soporte de medios informativos. Lo que trajo aparejado rotundos cambios de hábito, de lectura y de producción informativa. Cada vez son más quienes leen diarios digitales o las versiones virtuales de los diarios de papel y, junto al incremento de novedades tecnológicas multimediales, entre los lectores se ha instalado firmemente la costumbre de comentar u opinar al respecto de las publicaciones.

El valor económico del español (<http://sur.elargentino.com/notas/el-valor-economico-del-espanol>)

El libro de habla hispana se expande hacia otros mercados

Brasil: Favelas 2.0 en Río de Janeiro (<http://sur.elargentino.com/notas/brasil-favelas-20-en-rio-de-janeiro>)

El morro se ve alterado por la entrada de operarios que trepan a postes o a la saliente de la construcción más alta del barrio. La gente de Rocinha, que con cerca de 190 mil habitantes es la favela más grande de Brasil, asiste a la implementación de un plan de inclusión digital que promueve la Secretaría de Ciencia y Tecnología del Estado de Río de Janeiro, con el apoyo de la Universidad Católica.

La batalla por otras mediciones (<http://sur.elargentino.com/notas/la-batalla-por-otras-mediciones>)

El monopolio de las mediciones del rating parece estar a punto de terminarse. Desde hace tiempo las cifras arrojadas por Ibope —única empresa en la Argentina homologada para medir la popularidad de los programas televisivos— y reproducidas por gran parte de los medios de comunicación, están siendo puestas en duda no sólo por un público que no define sus

estas tecnologías y tienen una capacidad innata para manejarse en esta plataforma de multitareas. Inclusive lo que se está viendo es que cada año el porcentaje de audición simultánea, es decir, de conexión a internet y a la televisión al mismo tiempo, se está incrementando. Esto significa que generacionalmente la capacidad de absorber y de procesar información viniendo de ambos lados, es cada vez mejor.

—Y en esos casos, ¿qué podría decirse sobre la calidad de ese consumo simultáneo?

—Lo importante es analizar la calidad desde el punto de vista de los contenidos, más que del consumo. Lo que veo ahora es que la forma en que se presentan los contenidos y formatos televisivos está cada vez más adaptada a los modos de presentación típicos de internet. El libro argumental, el concepto analítico, la historia de la narrativa, son cosas que están siendo abandonadas en la televisión. Entonces si se habla de calidad en cuanto a la capacidad de consumo, evidentemente la gente está pudiendo consumir bien los dos soportes; pero la calidad de esos contenidos no es buena, porque se están abandonando muchos de los elementos que hacen a la riqueza de los contenidos.

—¿Aumentó, entonces, el tiempo que se utiliza en el consumo de tecnología?

—Año a año aumenta el tiempo que las personas utilizan consumiendo tecnología y entretenimiento. Los chicos de entre 8 y 18 años escuchan un 30% más de música que la que escuchábamos nosotros los adultos cuando teníamos esa edad. El tiempo para la lectura también creció, y se diversificó: se leen más diarios, revistas, libros y también se lee a través de la computadora. Donde veo un poco de disminución de consumo, es decir, de sustitución, es en la prensa escrita. Los diarios tradicionales fueron en muchos casos por sus versiones digitales. Pero esto también puede deberse a una cuestión generacional: mientras los adultos siguen eligiendo los diarios en papel, los jóvenes prefieren leerlos desde la computadora.

—Podría decirse, entonces, que es un mito que internet aniquiló la lectura, y que en realidad lo que surgieron fueron nuevos modos de leer.

—Claro. Los jóvenes están leyendo más pero en plataformas distintas. Lo que hay que entender es que la introducción de la tecnología no es el cataclismo de la cultura. Al contrario, hay que investigar seriamente cómo aumentamos la calidad del contenido a ser presentado por la computadora para que los más chicos consuman las cosas buenas en vez de los videojuegos. Las nuevas tecnologías deben ser utilizadas como anzuelo para estimular el interés por la lectura. Pero tampoco me pongo del otro lado entre los que predicen que internet traerá la revolución y aumentará el acceso de la juventud a la cultura.

—Ni apocalípticos ni integrados.

—Estos son fenómenos nuevos que hay que investigar con mucha seriedad, evitando las ideologías tecnocráticas o apocalípticas. Creo que hay que ser menos pesimista. La gente es bastante astuta, sabe elegir el medio con el cual informarse y es muy hábil para seleccionar cuál es el que más le conviene. La realidad es que lo que cambian son los soportes tecnológicos y las plataformas que uno está usando, pero no las prácticas en sí mismas. Son cambios propios de la época.

Calificación:

Promedio: 4.9 (9 votos)

preferencias mediáticas a partir de los numeritos del rating, sino por los propios canales, muchas veces descreídos de los datos de la medidora monopólica.

[Odio, xenofobia y racismo, todo juntito en versión 2.0](http://sur.elargentino.com/notas/odio-xenofobia-y-racismo-todo-juntito-en-version-2.0) (<http://sur.elargentino.com/notas/odio-xenofobia-y-racismo-todo-juntito-en-version-2.0>)

Qué harías si un día entrás a Facebook y encontrás que miles de personas se unen para odiarte? ¿Creés que no puede pasar? No estés tan seguro. No sólo es sencillo crear un grupo en la red social más popular, sino que las posibilidades de propagar el odio multitudinario se multiplican por mil, por los escasos filtros de moderación y el uso compartido entre distintas plataformas.