



# La creciente migración de niños y adolescentes de la TV

PATRICIA CERDA F.

Es una tendencia que se puede ver en los hábitos diarios de niños y jóvenes, pero las nuevas mediciones entregan datos concretos. El reciente estudio del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) "Consumo audiovisual infantil y adolescente en el hogar" da cuenta de que en la última década estos segmentos han ido abandonando progresivamente la televisión lineal, tanto abierta como de cable, para optar por contenidos de plataformas como YouTube y TikTok, entre otras.

La investigación se basa en datos de sintonía de la empresa Ibope y comprende el período escolar (entre abril y noviembre de 2025) y el estival (desde diciembre de 2025 a febrero de 2026). En general, el consumo en niños de entre 4 y 12 años se concentra en un 23% en la televisión y en un 36% en plataformas. El 41% restante utiliza la televisión para exponerse a contenidos que no son medidos, como audios o canales que no cuentan con *people meter*.

Pero es entre los adolescentes (de 13 a 17 años) donde la fuga de la TV es más marcada. Mientras que el 18% ve TV abierta y de pago, el 44% prefiere las plataformas de video y el 38% lo destina a otros consumos. Lo anterior es en período escolar porque el hábito de ver plataformas crece al 46% en época estival.

Algunos datos interesantes: un 44% de los adolescentes sí se exponen a la pantalla tradicional, pero para ver contenidos de *streaming* y redes sociales. Sin embargo, el 48% los mira a través de *smartphones*. En temporada estival, el uso de los teléfonos para estos fines crece al 51%.

La preocupación del CNTV es que la exposición al *streaming* y redes sociales se da en solitario. Solo el 0,1% de los adolescentes ve acompañado TikTok, apenas el 0,3% comparte el visionado de Twitch y, en época estival, el 11% se expone a YouTube en solitario.

El vicepresidente del CNTV, Gastón Gómez, contextualiza: "El 61% de los niños y niñas es propietario de un *smartphone* y la edad promedio en que obtienen su primer dispositivo es a los 8 años, lo que les permite un

Un estudio del Consejo Nacional de Televisión advierte del aumento de servicios como YouTube y TikTok en esos segmentos, lo que preocupa porque se trata de contenidos no regulados. Algunos canales, en tanto, buscan volver a atraer a los más jóvenes con *shows* en vivo.



ANA FUENTES

**El grupo** Santaferia es parte del cartel de "La fiesta del Memo", evento que reúne a artistas tropicales y urbanos y que TVN emitirá hoy.

consumo individual y flexible", dice.

Comenta que esta nueva realidad representa un desafío en materia de regulación y que están mirando con interés el caso de la Ley de Servicios Digitales (DSA), que rige en la Unión Europea, "que exige y multa a las plataformas que no puedan impedir el acceso a menores de 16 años".

El estudio también hace una comparación de *rating* —en puntos y no en miles de personas— que marcan los adolescentes en la TV y en plataformas de video. YouTube es la más vista y su consumo aumenta en la noche, alcanzando un *peak* de 4,8 puntos a las 21:00 horas, mientras que TikTok tiene un *peak* de 4,4 puntos. La televisión abierta, en tanto, marca en este *target* un promedio de dos puntos.

## Opciones en pantalla

Álex Hernández, director de emblemáticos programas juveni-

les como "Mekano" y "Yingo", cree que la televisión tradicional recién está entendiendo que tiene en sus propios medios digitales una oportunidad para captar distintas audiencias. "La tele dejó a los jóvenes cuando se comenzó a programar para el público que hoy la consume, que es el adulto y adulto mayor. No existió la inquietud de entender con humildad el fenómeno digital, que era visto como algo menor, de nicho, hasta que se metió por la ventana y las puertas", señala.

Agrega que, aunque los canales actualmente están haciendo apuestas en digital, el lenguaje audiovisual no está en sintonía con las audiencias de menor edad. "Y eso que si hay algo que tiene el mundo digital, por sus presupuestos más bajos, por su factibilidad y su público, es la capacidad de riesgo y con ello una apertura mayor a la creatividad".

Hoy no existen programas juve-

niles en la pantalla abierta, pero algunos canales intentan seducir a ese segmento, principalmente, con eventos y conciertos. TVN, por ejemplo, programó en 2025 un *show* de Kidd Voodoo en Puerto Montt y el espectáculo sinfónico de Pablo Chill-E. Hoy, a partir de las 15:30 horas, transmitirá "La fiesta del Memo" con un cartel de artistas tropicales y urbanos, que incluye nombres como Santaferia, Zúmbale Primo, Franco "El gorila" y la Combo Tortuga, entre otros.

Chilevisión emitió hace una semana la final internacional del Red Bull Batalla, que ganó el chileno Efraín Reeves, "El Menor". Canal 13 no tiene eventos especiales, pero programas como "Socios de la parrilla a domicilio" y el del *youtuber* Claux, "Chile en los ojos de Claux", entre otros, tienen más del 20% de público menor de 24 años. Lo mismo pasa con las teleseries de Mega y "Detrás del Muro".