



INFORME 13.17

adolescentes **chilenos**

Realizado por: **cnTV**
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

MCCANN ERICKSON
.....

Research
Chile ●

Patrocinan:



INFORME

13.17

adolescentes **chilenos**

Realizado por:

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

MCCANN ERICKSON
• • • • •

Research
Chile •

Patrocinan:



agosto, 2005

EQUIPO DE TRABAJO

Consejo Nacional de Televisión

María Dolores Souza - Romina Kurth - Pablo Torche

McCann Erickson

Maribel Vidal - Maribel Calderón

Research Chile

Jorge Cucurella - Claudio Garrido

Diseño y Producción de textos

Sergio Moya - Cristián Guerrero

Diseño de Portada

Pepeta

Departamento de Impresos

Carolina Soto

agosto 2005

Los contenidos de este estudio pueden ser reproducidos en cualquier medio, citando debidamente la fuente original.

AGRADECIMIENTOS

Hace dos años presentamos el "Informe 8/13, los Tweens chilenos". Estuvimos entonces muy contentos y agradecíamos a nuestros jóvenes entrevistados, a sus padres y a nuestros patrocinadores.

Ahora estamos no sólo contentos, sino además esperanzados: el estudio que presentamos este año revela una juventud positiva y de la cual tenemos mucho que aprender.

Muy sinceramente agradecemos a nuestros jóvenes entrevistados su confianza, a sus padres el compartir sus inquietudes y a nuestros patrocinadores el haber hecho posible esta publicación

Muchas gracias,

Pablo Walker
Gerente General
McCann Erickson

Patricia Politzer
Presidenta
Consejo Nacional de Televisión

Jorge Cucurella
Gerente de Proyectos
Research Chile

INFORME
13.17
adolescentes **chilenos**

¿Existen aún los adolescentes?

A mediados del siglo XX, los adolescentes surgen como un segmento social claramente distinto de los niños y los adultos. Hace dos años en el “Informe 8/13: los Tweens chilenos”^{*} descubrimos y analizamos una categoría de personas que se ubicaba precisamente entre –“between”- la adolescencia y la niñez.

Siguiendo la lógica de aquella investigación, nos preguntamos ahora si los adolescentes siguen existiendo como un grupo específico con características propias. ¿Entre los adultos y esos niños grandes, que están madurando rápido y que llamamos Tweens, queda aún espacio para los adolescentes? ¿Cómo son en el siglo XXI esos jóvenes que reivindican un tiempo para crecer, afianzar su identidad y diferenciarse del mundo adulto? ¿Son distintos a los mayores de 18 años que -considerados adultos- pueden votar, ir a la guerra, ver cualquier película en el cine y acceder a los programas de televisión para mayores de edad?

“Informe 13/17: los Adolescentes Chilenos” busca responder a esas y otras interrogantes. Al igual que hace dos años, en el marco del Segundo Festival Iberoamericano de Televisión Infantil, Prix Jeunesse 2005, que se realiza en Chile, el Consejo Nacional de Televisión en conjunto con la agencia de publicidad McCann Erickson y la empresa de investigación Research Chile se abocó a la tarea de analizar y entender a este segmento de nuestra juventud.

Tradicionalmente, se le ha otorgado a la televisión la misión de cumplir tres funciones básicas: informar, educar y entretener. En los últimos años, no sólo cambió el orden de las prioridades, no sólo se confundieron y entremezclaron las distintas tareas, sino que además en el mundo actual se habla de una cuarta función: la de agente socializador. En este contexto, el debate en torno a la etapa juvenil resulta especialmente relevante.

Los resultados de este estudio indican que efectivamente los adolescentes constituyen un grupo especial que no responde necesariamente a la lógica piramidal de los estratos socioeconómicos sino más bien a intereses y temáticas específicas. Al mismo tiempo, ponen en duda ciertos mitos en torno a una juventud más bien irresponsable, frívola y poco comprometida. Si bien los adolescentes están abiertos a nuevas miradas y experiencias, mantienen valores familiares muy arraigados. Están concientes de estar construyendo su futuro y en ese sentido el colegio es de gran importancia para ellos. Son capaces de desarrollar formas de percepción en las que los medios de comunicación -nuevos y antiguos- se consumen simultáneamente, construyendo un menú de contenidos propio, que combina porciones de programas televisivos con el chat del momento, la conversación telefónica paralela y la música de la radio o el CD. Sienten que en los medios de comunicación hay escasos referentes para construir su personalidad y, por lo tanto, exigen más de aquel medio que está más presente en sus vidas: la televisión.

El desafío de generar una programación que responda a las necesidades de esta nueva generación de adolescentes es sin duda compartido. Nos involucra a todos: al Consejo de Televisión, como Estado; a la industria televisiva, incluyendo tanto a los canales como a los productores independientes; a los televidentes, que tienen el derecho a exigir como consumidores y, sobre todo como ciudadanos, y por cierto involucra, muy especialmente, a los avisadores, cuyas marcas se van asociando a ciertos contenidos y determinan el rumbo del mercado en un área especialmente competitiva.

^{*} Estudio realizado en 2003 por el Consejo Nacional de Televisión, Mc Cann Erickson y Research Chile.

Sin duda, las instituciones educacionales también tienen un rol importante en este debate, que busca generar la mejor oferta televisiva posible para las nuevas generaciones.

Nadie puede negarse al compromiso de una televisión de calidad, los contenidos de calidad son un bien de primera necesidad social. Por eso, resulta especialmente significativo que este estudio haya contado con la participación y el apoyo de la Universidad del Pacífico, de Nestlé y Coca-Cola. Este patrocinio nos dio la oportunidad de dialogar e integrar a este debate a los distintos actores involucrados en el tema.

Confiamos que “Informe 13/17: los Adolescentes Chilenos” sea un valioso aporte que abra nuevas vías de comprensión, comunicación y respeto hacia los adolescentes de nuestro país, sus intereses y sus exigencias hacia la televisión, el medio de comunicación que más los acompaña. Los jóvenes merecen y requieren de una programación cada vez sintonizada con sus necesidades. Hacerla realidad depende de todos.

Patricia Politzer
Presidenta
Consejo Nacional de Televisión

INDICE

Introducción	11
I. Entorno Inmediato	13
a) Casa	
b) Familia	
c) Colegio	
d) Amigos	
II. Mundo Propio	24
a) Sí mismo / Apariencia	
b) Sexualidad	
c) Tiempo libre	
III. Los ojos en la Pantalla	30
a) Televisión	
b) Internet y celulares	
IV Los Adolescentes y el Mundo	38
a) Visión de Chile	
b) Su opinión de los grandes temas y la percepción de cambio	
c) Sus expectativas respecto del futuro	
d) Su relación con el mundo adulto	
e) La Mirada de los padres de los adolescentes	
V Consumo y Finanzas	49
a) El dinero que reciben para sus gastos	
b) Las cosas que consumen	
c) Participación en las decisiones de compra	
d) Criterios de elección y consumo	
e) Marcas que prefieren	
VI Reflexiones finales	57
Anexos	63
- Información clasificación grupos socioeconómicos AIM	
- Metodología del estudio	

INTRODUCCIÓN:

Los desafíos del ser adolescente

La palabra adolescencia proviene de la palabra latina *adolescere* que significa “madurar”. Según Erikson* los adolescentes se encuentran en la etapa de moratoria social en tanto se encuentran ensayando y postergando la definición de roles sociales antes de asumir las responsabilidades propias de la adultez. Esta etapa implica para los jóvenes un nivel importante de tensión y ansiedad, ya que subjetivamente ellos no se sienten “ensayando”, sino más bien tomando opciones vitales. El adolescente se ve enfrentado a tomar decisiones a diario, y cada una de ellas implica optar desde su propia perspectiva y poner así en juego la definición de su identidad y su lugar dentro del grupo social.

La configuración de la identidad del adolescente está ligada a la significación de roles que hace cotidianamente y que van dando cuenta de su modo de relacionarse con el mundo. Al hablar de roles, se hace referencia al modo en que el joven se instala en su entorno, la posición a partir de la cual se enfrenta a su medio y se desenvuelve en él.

El adolescente se encuentra en medio de un profundo proceso de maduración psicosocial y biológica y a la vez ante el desafío de conceptualizar y cohesionar este desarrollo en curso. En este sentido, según Berger los adolescentes se encuentran dando forma a un repertorio de estrategias de afrontamiento ante conflictos presentes en la vida cotidiana, que cada vez presenta una mayor cantidad de estímulos, opciones y demandas que se relacionan directamente con la conformación de la identidad.

Durante este período, explícita o implícitamente, el adolescente genera el proyecto vital, a partir de las reelaboraciones que va haciendo de sus experiencias y basándose en la reflexión personal. Si esto se ve dificultado por algún motivo se dificulta el desarrollo normal del joven.

Para Erikson, la crisis propia de esta etapa del ciclo vital involucra la “identidad versus confusión de identidad” y la adecuada o exitosa superación de esta crisis fundará las bases de un desarrollo integral del

sujeto y así también la constitución de un proyecto vital satisfactorio para sí mismo.

El contexto sociocultural muchas veces dificulta el proceso de desarrollo de los adolescentes. En este sentido les resulta difícil la integración de los aspectos normativos de la adultez: la relación discontinua y generalmente poco coherente entre los deberes y los derechos conlleva la emergencia de ansiedades y conflictos. Alcanzar el estatuto de adulto, según Berger, sería actualmente en nuestra sociedad una importante fuente de estrés.

Así, los adolescentes se encuentran en tensión constante entre la necesidad de construir y cuidar su propia subjetividad y a la vez adecuarse a los marcos de socialización. Además, la excesiva multiplicidad de opciones genera angustia y agudiza los conflictos propios de esta etapa del ciclo vital. Los adolescentes deben poner en movimiento diversas dimensiones afectivas, cognitivas y morales para resolver los conflictos que se les presentan.

Según Piaget**, desde el punto de vista del desarrollo cognitivo, los adolescentes se encuentran en la etapa de las operaciones formales, desarrollando la capacidad de operar cognitivamente sobre elementos abstractos y así poder reflexionar en torno a conflictos, tensiones y proyectos personales.

En cuanto a la dimensión moral, Kohlberg*** postula que los adolescentes se encuentran fundamentalmente elaborando su grado de autonomía, es decir la apropiación y el cuestionamiento por parte del sujeto de los valores y principios imperantes en su cultura. En este sentido, en la medida que los principios morales sean vividos como personales por parte de los adolescentes, su opción se relacionará en mayor grado con su propia definición de identidad, no así en el caso de actuar según principios externos o impuestos. Con frecuencia este proceso de maduración de procesos cognitivos relacionados con la autonomía moral no culmina favorablemente hasta pasada la adolescencia.

* Erickson, E. H. *Children and Society*. 1963

** Piaget, J. & Inhelder, B. *The psychology of the child*. 1969

***Kohlberg, L. *The development of children's orientations toward a moral order*. 1963

Es por esto que durante la adolescencia en general los jóvenes buscan activamente un grupo de pertenencia, creencias, roles e identidades, y corren el riesgo de “fanatizarse”. Pareciera ser que al lograr la autonomía moral y sentir que toman posturas externas o se adaptan a ellas surgen en los adolescentes sentimientos de vacío por una parte, y por otra los fanatismos extremos por temor a la no pertenencia y la soledad/exclusión difícil de tolerar durante esta etapa.

En esta misma línea, durante esta etapa los jóvenes buscan personajes con quienes identificarse o al contrario a quienes rechazar intensamente, toman conductas, rasgos, ideas, apariencias, de todas partes. Buscan relacionarse y pertenecer, o diferenciarse y activamente excluirse. Esta última opción de todas maneras es vivida con mayor sufrimiento. Es característico también que durante este período se definan hobbies específicos (música, deportes, skate, hip-hop, moda, dibujo, etc). Es tiempo de pandillas juveniles, encuentros grupales, ir al mall, explorar con el sexo opuesto o con el mismo sexo, adentrarse también en el “carrete”, la vida nocturna, el salir solos y sin adultos. Importa mucho la apariencia (ropa, figura, “onda”, pelo, aros, piercing, etc) y lo que piensa el grupo. Los modelos o “ídolos”, como actores, cantantes y músicos adquieren mucha importancia.

Pareciera que la televisión les ofrece a los adolescentes la posibilidad de conocer y ejercitar, de manera visual y emocional, a través de los personajes presentados, diversos roles sociales, consecuencias de determinadas conductas, modos de relacionarse afectivamente, creencias o ideologías, etc. Si asumimos que la televisión enseña a todos, en el caso particular de los adolescentes puede plantearse un aprendizaje particular de formas de desenvolverse en el medio social en el que viven, y al que desean consciente o inconscientemente pertenecer a toda costa.

Resulta de suma importancia reflexionar en torno a los mensajes y contenidos que ofrece la TV para los adolescentes. Según han establecido los expertos, los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, juegan un rol crucial en la constitución de los procesos de identidad cultural y nacional de las

sociedades modernas. Ante un público a la vez diverso y diferenciado, la televisión despliega ahora una pluralidad de lenguajes y consumos simbólicos que se han constituido en un factor que gravita poderosamente en la existencia y pensamiento de sus audiencias*. Si se toma en cuenta además, que los procesos de construcción de identidad y elaboración de creencias y valores son propios de esta etapa del ciclo vital, se comprende que el papel de la televisión a este respecto es particularmente sensible en relación con las audiencias adolescentes. Si a esto agregamos que se trata de un grupo que está viendo en promedio cerca de 3 horas diarias de TV, resulta esencial replantearse la sociedad que se refleja a través de las pantallas y que les ofrece determinado contenido a elaborar e incorporar.

La TV y sus contenidos es tema de conversación con los pares, y a su vez agente socializador. Forma parte de la construcción de su discurso y su visión de mundo. En este sentido es muy importante hacer la diferencia entre niños y adolescentes de los distintos estratos socioeconómicos y culturales, ya que evidentemente los niños y jóvenes que pertenecen a sectores desfavorecidos poseen menos herramientas de reflexión crítica para elaborar los contenidos de la televisión, y menos oportunidades de tener otros estímulos paralelos que incentiven su desarrollo cognitivo y psico-afectivo que les permitan realizar un consumo crítico o reflexivo de la televisión. Estos niños y jóvenes son más vulnerables a los contenidos (lenguaje, moral, discurso ético y afectivo, etc.), y más propensos a ser influenciados por éstos en la construcción de su identidad y en la elección de opciones cotidianas.

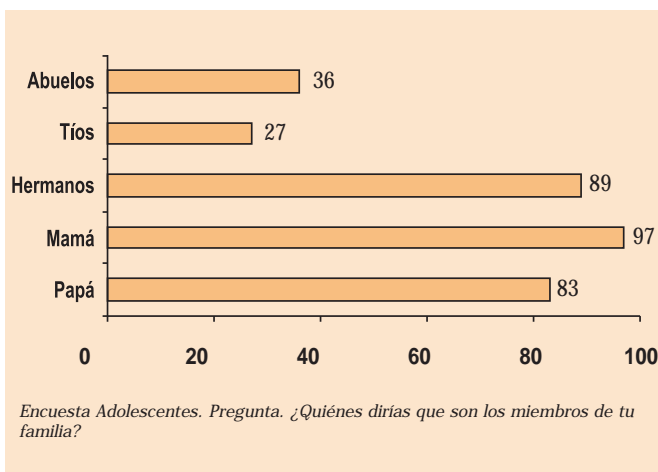
*Catalán, C. & Souza, M.D. *Calidad, Identidad y Televisión*. 1999.
www.cntv.cl -http://www.cntv.cl

I. Entorno Inmediato

a) Casa

¿Quiénes se identifican como miembros de la familia por los adolescentes?

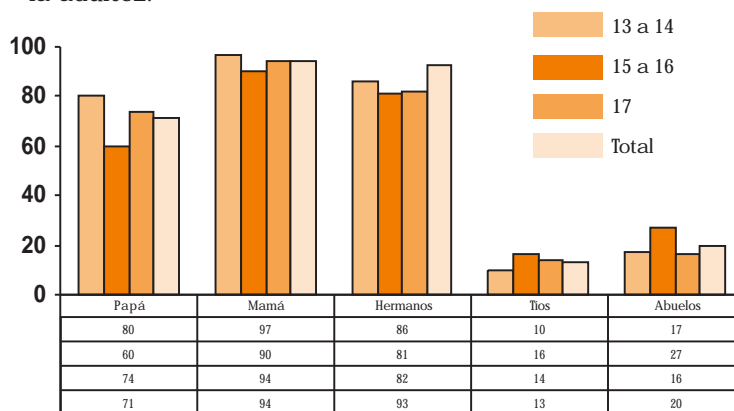
La madre para los adolescentes se identifica de manera mayoritaria con el concepto familia, no obstante observarse una tematización amplia del concepto que alcanza en su extensión a abuelos y tíos. De este modo el ambiente adolescente se caracteriza de manera mayoritaria por la presencia de la madre y los hermanos, y en terceras posiciones por el padre. Cabe hacer notar en este contexto la transversalidad de esta definición, ya que cruza los distintos grupos socioeconómicos estudiados*.



¿Con quién vive el Adolescente?

La madre y los hermanos constituyen el referente cotidiano con mayor presencia para este grupo, en tanto el padre se encuentra presente en un 71% de los casos. Esto nos lleva a reflexionar acerca del impacto de la menor presencia de una imagen masculina del mundo adulto en el entorno inmediato del adolescente,

para un grupo que necesita confrontar, evaluar y ensayar distintos roles e imágenes que lo llevarán a la adultez.

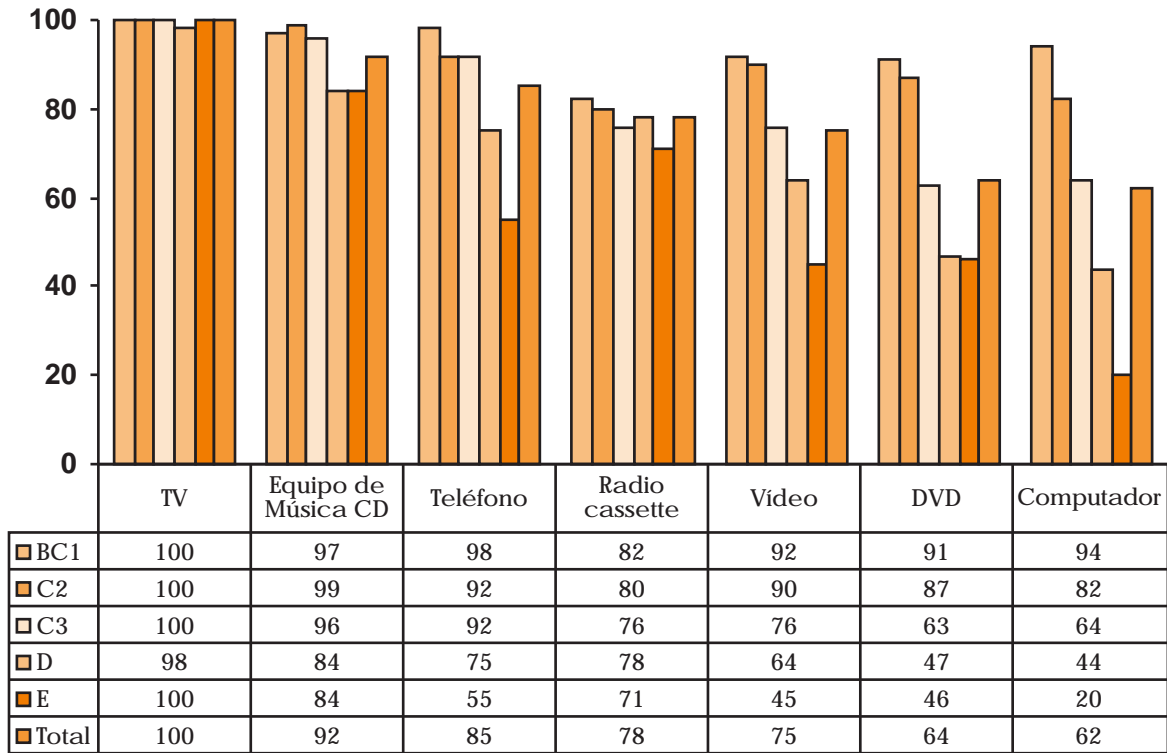


¿Qué cosas hay en la casa?

La televisión, los equipos de música con CD y el teléfono se perfilan como las tecnologías más extendidas en el entorno adolescente, destacando en un segundo lugar al video, el computador y el DVD como bienes emergentes. Cabe destacar las consideraciones comunicativas de este entorno: la primera receptiva (televisión), un segundo nivel comunicativo (teléfono) y un amplio set de tecnologías expresivas (equipos de música, video, dvd y pc). Esto nos lleva a considerar la experiencia cotidiana de los adolescentes como altamente conectada al mundo, dada la presencia de los medios en este contexto. De manera natural encontramos un entorno más equipado a medida que nos encontramos con niveles socioeconómicos más altos, no obstante se evidencian bienes ampliamente extendidos.

* Para mayores antecedentes sobre los grupos socioeconómicos ver descripción en Anexos

Punto aparte merece la cada vez más creciente presencia del computador, la cual empieza a manifestarse en los distintos niveles socioeconómicos analizados.



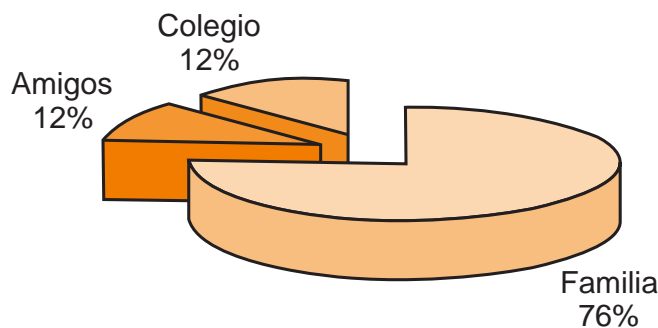
Encuesta Adolescentes. Pregunta ¿Cuál de las siguientes cosas hay en tu casa?

b) La Familia

El mundo adolescente: familiares y sociables

Los adolescentes están realizando el tránsito desde su protegido entorno familiar hacia un mundo externo atractivo, lleno de experiencias nuevas, amigos y pares que adquieren cada vez mayor importancia, y al interior del cual van desarrollando su afectividad, descubriendo su sexualidad y construyendo su identidad. Se trata de un grupo que quiere explorar mundos nuevos y afirmar su autonomía, pero que sigue dependiendo fuertemente del soporte familiar. No hay que engañarse, en consecuencia, en relación a las prioridades de los adolescentes. Por más que aparezca como un grupo más interesado en descubrir cosas nuevas, la mayor importancia la sigue manteniendo la familia, de la cual los adolescentes aún son fuertemente dependientes.

Importancia relativa de familia, amigos, colegio

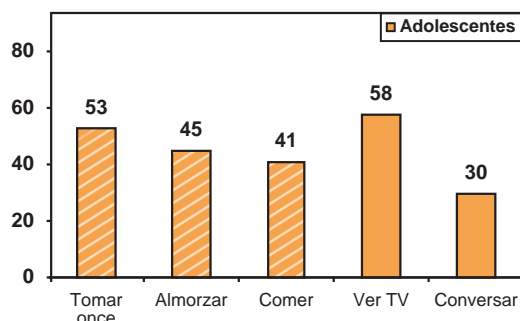


Encuesta Adolescentes. Pregunta: Si tuvieses que poner en orden de importancia al colegio, los amigos, la familia, los compañeros de colegio, ¿cuál pondrías en primer lugar?

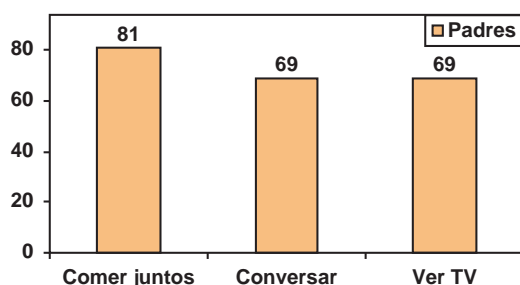
Los amigos y el colegio quedan bastante atrás frente a una clara predominancia de la familia. En su tránsito de la infancia a la adultez, los adolescentes requieren todavía una fuente de apoyo incondicional, que les ofrezca un entorno seguro, donde la satisfacción de sus necesidades básicas, tanto económicas como psicológicas y afectivas, sean garantizadas. Esto es lo que sugieren las respuestas de los adolescentes al explicar la prioridad que dan a la familia por ser “lo mejor” (44%), un “apoyo en las buenas y en las malas” (27%), “fuente de amor y cariño” (15%), “servir de pilar y base” (13%) y “sustento económico” (9%). Otros beneficios psicosociales también aparecen mencionados, tales como el compartir y la unidad (10%) y el ser comprendidos (8%).

La gran importancia de la familia se expresa también en el tiempo y la regularidad que los adolescentes pasan con ella. Tanto los padres como los hijos reportan instancias de encuentro familiar abundantes y regulares. Esta coincidencia de puntos de vista entre ambas generaciones habla de una buena integración familiar.

Desde ambas perspectivas, las instancias de encuentro y sociabilidad se producen fundamentalmente en torno a las comidas y el conversar, con la sintonía televisiva en un estrecho tercer lugar. Los siguientes cuadros entregan una visión comparativa sobre las principales actividades realizadas en familia tanto desde el punto de vista de los padres como de los hijos.



Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Cuál de las siguientes cosas haces con tu familia regularmente? (Respuesta múltiple).



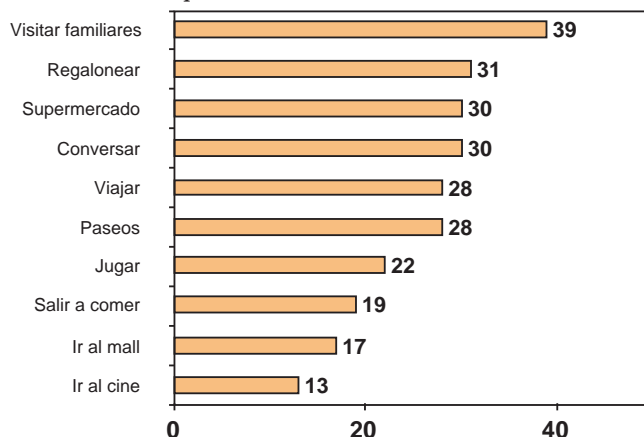
Encuesta Padres. Pregunta: ¿Cuál de las siguientes cosas hizo con su hijo la semana pasada, entre lunes y viernes. (cerrada, respuesta múltiple).

Aunque ambas preguntas no son absolutamente comparables, señalan una tendencia clara respecto de las actividades en torno a las cuales se reúne la familia.

La televisión emerge desde ya como un espacio de sociabilidad familiar. El consumo de televisión no compite con la integración de la familia sino por el contrario, parece fomentarlo.

Por otro lado, se aprecia una escasa diversificación de las actividades familiares. Se trata de una cultura familiar más bien rutinaria y casera. Mucho más abajo aparecen las salidas y los hobbies, aunque de todas formas es interesante tener presente los porcentajes.

Actividades que realiza en familia



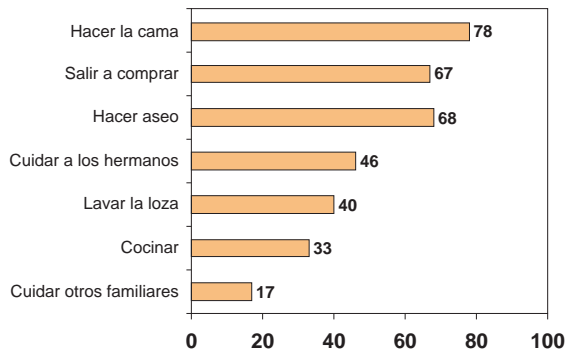
Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Cuáles de las siguientes cosas haces con tu familia regularmente?

Junto con otorgarle gran importancia, la percepción que los adolescentes tienen de su familia es en general positiva. No se aprecia en los datos del estudio una desvalorización de la institución familiar, ni una tendencia a la fragmentación o desvinculación, ni siquiera una descomposición de las relaciones familiares o un énfasis demasiado marcado en el individualismo. Los adolescentes, que tradicionalmente se han clasificado como un grupo rebelde o problemático, aparece aquí desde un prisma más conservador a este respecto, donde prima un sentimiento positivo de satisfacción con respecto a su familia de origen.

Estos datos no debieran sorprender, en todo caso, ya que otros estudios han arribado a conclusiones similares: para los adolescentes la familia no sólo es importante sino que se muestran satisfechos con ella. Así lo indica, por ejemplo, la Encuesta realizada por el INJUV el 2003, que establece aún con mayor firmeza estas tendencias. Allí, un 76% se compromete ante todo con la familia, y un 96% expresa que su familia le agrada.

Los padres, por su parte, también concurren a señalar esta buena percepción del adolescente y de su integración familiar. Un 40% de los padres piensa que su hijo lo pasa mejor con ellos antes que con cualquier otra persona. Un 41% piensa que lo pasa mejor con los amigos, lo que parece razonable, considerando que se trata de una edad en que el adolescente se vuelca hacia el mundo externo, buscando la amistad y validación de los pares. Por último, sólo un 6% cree que lo pasa mejor solo. Los padres también piensan, en su gran mayoría, que su hijo no se aburre o lo hace sólo algunas veces, y sólo un 9% manifiesta que lo hace casi siempre, lo que representa una buena percepción de la capacidad de sus hijos de organizar su tiempo, actividades y entretención.

Al mismo tiempo, los adolescentes se encuentran bastante integrados como sujetos activos en la casa y, según reportan los padres, colaboran regularmente en las labores del hogar. En este sentido, al menos, se los trata como adultos, a cargo de ciertas responsabilidades en las que deben colaborar frecuentemente, como muestra el siguiente cuadro.



Encuesta Padres. Pregunta. ¿En cuál o cuáles de las siguientes tareas aporta su hijo regularmente a la casa? (respuesta múltiple).

Llama la atención que no existan diferencias de género respecto de las responsabilidades domésticas, de acuerdo con lo reportado por los adolescentes, lo que habla de una formación donde la diferenciación de roles según patrones tradicionales ha perdido fuerza. Esto quiere decir que, al nivel de discurso, los adolescentes participarían en las labores del hogar sin mayor distinción entre hombre y mujer; Sin embargo, al observar datos empíricos, se descubre que esta diferencia sigue existiendo y pesa de manera importante. Según el estudio de Cimagroup (2005), que cuantifica el tiempo dedicado por las personas a cada actividad, los adolescentes de ambos sexos participan en las labores del hogar, pero las mujeres casi duplican a los hombres en la cantidad de tiempo que les dedican. Esto habla de una mayor incorporación del “discurso”

igualitario entre los sexos, pero que no ha sido completamente absorbido a un nivel conductual.

¿Con quiénes comparten los adolescentes en su casa?

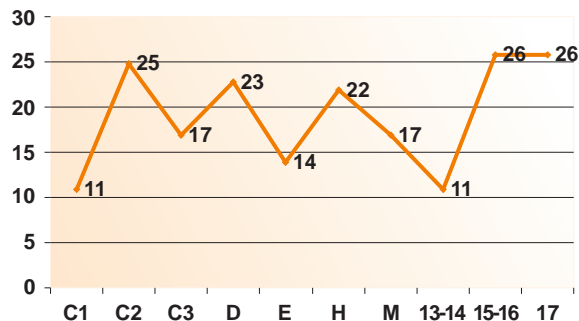
Para los adolescentes, la familia es un entorno fuertemente dominado por la figura de la madre. Ésta es, para la mitad de la muestra, la persona con quien pasan más tiempo en la casa. Los hermanos ocupan el segundo lugar, con un 23% de las menciones y el padre aparece mucho más abajo, con un 8%. Llama la atención la preponderancia que adquieren los abuelos, como parte habitual del entorno familiar de los adolescentes, con un 8% que declara que es con ellos con quienes más tiempo pasan en la casa. En particular en el grupo D, un 11% de los adolescentes declara a los abuelos como las personas con quienes más comparte.

A quién le cuentan sus cosas	
	%
Mamá	44
Hermanos	20
Papá	6
Otros	20
Nadie	20

Al analizar la comunicación familiar, la distribución se mantiene similar, con amplia preponderancia de la madre, que es la persona de la casa a quien un 44% de los adolescentes prefiere contarle sus cosas. Los hermanos alcanzan casi el 20%, y el padre apenas un 6%. Esto es relevante pues si bien es sabido que los papás están menos tiempo con los hijos, no era de esperar que esto afectara tan drásticamente la comunicación, donde sí podría haber un rol más parejo con la madre. Si bien estas cifras varían levemente según sexo, aun entre los hijos hombres sólo un 8% se comunica principalmente con el padre, en tanto que un 41% lo hace principalmente con la madre.

Esto cobra especial relevancia al observar que un 20% de los entrevistados declara no hablar de sus temas con nadie en la casa, configurando así un grupo que puede presentar algún grado de aislacionismo y soledad. Este porcentaje da indicios de un cierto individualismo, tal vez excesivo en algunos adolescentes, que parecen requerir mayor distancia con respecto de su familia para llevar adelante la conformación de su identidad. También puede configurar un grupo potencialmente más vulnerable, con pocas redes de conexión al interior de su grupo familiar.

Porcentaje de adolescentes que no conversan de sus cosas con nadie en la familia, según GSE, sexo y edad.

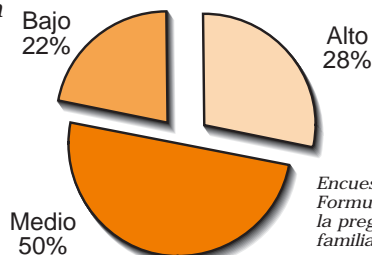


Encuesta Adolescentes. Pregunta: De tu familia. ¿A quién le cuentas tus cosas?

Se trata claramente de un fenómeno generacional, donde, tras traspasar la barrera de los 14 años (que marca también, de modo grueso, el paso de enseñanza básica a enseñanza media), halla más dificultades para mantener su comunicación familiar. Esto puede tener que ver también con la baja validación del padre en términos de comunicación, entre muchos otros factores. Desde el punto de vista de los GSE a primera vista se aprecian importantes diferencias. Esto demuestra que no existe una lógica lineal en lo que a comunicación con los progenitores se refiere.

Esta información es consistente con el grado de comunicación que revela el adolescente en relación con su familia. Al indagar en este tema, resalta en primer lugar el hecho de que cerca de un 80% de los adolescentes aparece con un grado de comunicación medio o alto al interior de su grupo familiar. Esto habla de un segmento etéreo sano, que tiene la posibilidad de conversar y expresarse en familia, lo que le permite llevar adelante de mejor manera su proceso de desarrollo y, a la vez, que los padres puedan guiarlo y resguardarlo con mayor facilidad. El otro lado de la moneda lo constituye el restante 22% de los adolescentes que muestra un grado de comunicación bajo, esto es, que prefiere no hablar de sus temas con su familia, según se presenta en el siguiente cuadro.

Grado de comunicación del adolescente en su familia



Encuesta Adolescentes. Formulada sobre la base de la pregunta: ¿Hablas con tu familia de las cosas que te pasan a ti? .

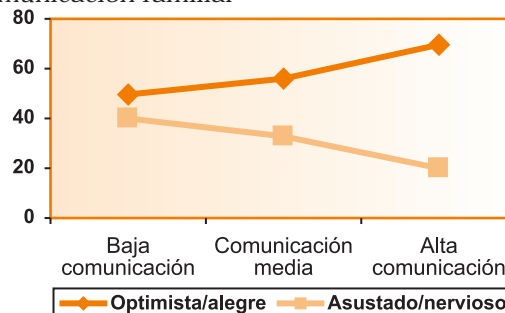
Una baja comunicación familiar se asocia con una mayor insatisfacción general con la familia y con otros factores de vulnerabilidad, como mayor insatisfacción con la apariencia. Es importante destacar que no se trata aquí de establecer correlaciones causales, sino más bien de describir un grupo de adolescentes que puede verse más propenso al riesgo. El grupo de adolescentes con baja comunicación familiar prioriza menos la familia, bajando de un 75% a un 57% el porcentaje que le asigna el primer lugar de importancia. Los amigos y el colegio, en contrapartida, alcanzan el 43% como los ámbitos de inserción más importantes, contra un 24% del total de la población.

Los adolescentes con baja comunicación familiar se manifiestan más insatisfechos con la forma de ser de su familia y le demanda mayor unidad, en tanto que los restantes se centran en críticas más específicas, como el mal genio y los gritos.

Por otro lado, resulta interesante destacar que los adolescentes con baja comunicación familiar presentan también un menor grado de satisfacción con su apariencia, y mayor interés en realizarse cambios físicos. Sólo un 35% no se cambiaría nada, porcentaje que aumenta al 42% para los que tienen comunicación media y a un 55% para los que tienen comunicación alta, lo que sugiere una interesante línea de asociación entre comunicación familiar y satisfacción con la apariencia.

Otro asociación interesante con el grado de comunicación familiar se encuentra al analizar las expectativas de futuro. Los adolescentes con baja comunicación familiar se encuentran también menos optimistas frente al futuro y más atemorizados, que el resto de la población. Asimismo, los adolescentes con alta comunicación familiar son además los que aparecen más optimistas y menos asustados, según muestra el siguiente cuadro.

Expectativas futuras de los adolescentes según el grado de comunicación familiar

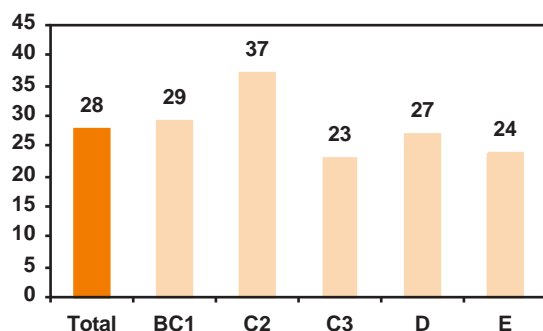


Encuesta Adolescentes. Formulada sobre la base de pregunta: Si piensas en el futuro ¿dirías que te sientes...?.

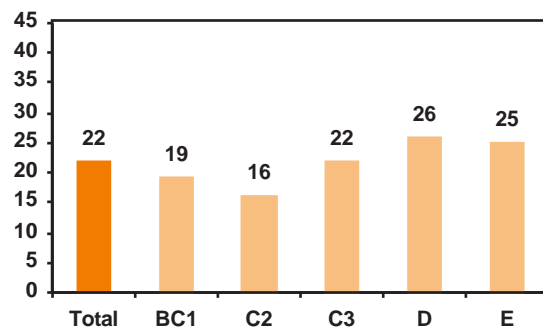
Los datos anteriores revelan que la comunicación familiar se asocia de manera interesante con otros aspectos de la vivencia adolescente, tales como la satisfacción con su apariencia y sus expectativas para el futuro. Más importante que lo anterior, muestran también que el grupo de adolescentes con baja comunicación familiar presenta también otros problemas, lo que indica que se trata de un grupo que requiere un cuidado especial.

Los gráficos siguientes muestran que el grado de comunicación familiar también varía según el GSE, siendo mejor en los grupos altos.

Porcentaje de adolescentes que presenta un grado de comunicación alto con la familia



Porcentaje de adolescentes que presenta un grado de comunicación bajo con la familia

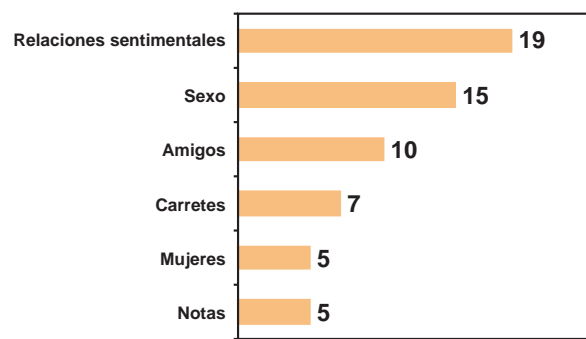


Fuente: Encuesta Adolescentes. Formulado sobre la base de la pregunta: ¿Hablas con tu familia de las cosas que te pasan a ti?

Por último, los temas que no se pueden hablar en familia, según demuestra la encuesta son precisamente aquéllos que definen y caracterizan al segmento adolescente. Esto es, sus relaciones sentimentales y la experiencia naciente de la sexualidad. Se trata, en todo caso, de porcentajes relativamente bajos y que se vuelven comprensibles si se toma en cuenta que el adolescente prefiere explorar parte de esta experiencia

con personas de su misma generación.

Temas que no se pueden hablar en familia



Pregunta. ¿Qué cosas no se pueden hablar con tu familia? (Respuesta múltiple)

c) Colegio

Sin duda el colegio es parte importante de la vida de los adolescentes. Especialmente si pensamos que un escolar pasa entre 6 y 9 horas diarias en su establecimiento (sin considerar las actividades extra programáticas), dependiendo de si tiene o no jornada escolar completa.

Consultados respecto a qué es lo primero que asocian al colegio, un 47% responde desde los aspectos formativos del establecimiento (notas, tareas, pruebas). Un 24% se acerca desde aspectos que reflejan una mirada positiva y un 27% de los adolescentes lo asocia a conceptos negativos.

Sin duda, es en la educación donde se han producido los cambios más importantes en el Chile de hoy, cambios fundamentales en cuanto al acceso de los jóvenes a una mayor educación. Los datos de la encuesta Casen 2003* revelan que sólo un 7,2% de los jóvenes no asiste a un establecimiento educacional, contra un 19.7% que no lo hacía en 1990.

Entonces, el problema hoy en día ya no es sólo la cobertura escolar, que es el tema en que más se ha trabajado, con esfuerzos que se ven reflejados en las cifras mencionadas anteriormente. Parece importante ahora indagar respecto de las motivaciones que tienen los adolescentes en lo referido a la educación escolar y buscar mecanismos para que ellos puedan tener experiencias más positivas y enriquecedoras en torno a la educación.

* Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional Casen 2003 – Mideplan

Los resultados del estudio demuestran que estos adolescentes son conscientes de lo importante que es la educación para desarrollarse en la vida, por lo tanto, vale la pena plantearse el desafío de qué cosas o qué cambios deberían producirse para que la “vida escolar” sea más atractiva y estimulante para ellos.

Cuando piensas en el colegio ¿qué es lo primero que se te ocurre? (espontáneo)		
Asociaciones Positivas 24%	Asociaciones Negativas 27%	Asociaciones de compromiso 47%
Pasarlo bien	Aburrimiento	Estudios
Amigos	Clases aburridas	Tareas
Recreo	Profesores	Pruebas
Mujeres/Hombres/Pololos	Flojera	Notas
Aprendizaje	Cansancio	Responsabilidad
Deporte	Sueño	Esfuerzo

Lo más fome del colegio

Estudiar es el factor que produce mayor aburrimiento en los jóvenes, sin distinción de sexo ni edad, con un 19%. Los profesores los siguen muy de cerca ya que un 17% de los jóvenes considera que son lo más fome. En tercer lugar se ubica un conjunto de ramos y materias específicas que son muy poco atractivas para los alumnos (14%).

Lo más fome del colegio	
	%
Estudiar	19
Profesores	17
Clases en general	13
Ramos específicos	14
Las pruebas	7
Levantarse temprano	5
Otras respuestas	20

Una característica respecto del desarrollo cognitivo de la etapa que viven los adolescentes es su capacidad para construir y desarrollar pensamientos, opiniones y juicios en torno a sí mismos, lo que le rodea y su futuro; desde esta perspectiva, el cómo vivan este proceso escolar será muy importante para desarrollar todas sus potencialidades.

Enfrentados entonces a que la combinación Estudios + Profesores + Clases no se vive de una manera muy estimulante, podemos inferir que existe una necesidad de parte de los adolescentes de un espacio donde el aprendizaje se viva de una manera distinta a lo que se está haciendo actualmente, un lugar que desafíe de una forma motivante todas esas habilidades cognitivas que tienen para desarrollar.

Son jóvenes que están viviendo una realidad con mayores estímulos, mucho más audiovisuales, con mayor acceso a información que las generaciones anteriores, más interactivos respecto a los medios, por lo que seguramente una clase frontal clásica puede ser muy poco atractiva para ellos. Sin duda, la Reforma Educacional se hace cargo de ese proceso y seguramente sus resultados deberían verse reflejados en las próximas generaciones con mayor claridad.

Valoración y expectativas

Pese a todo, estos jóvenes tienen grandes esperanzas puestas en el colegio. Consultados respecto de dónde se aprenden las cosas que más le interesan un 42% responde que es en el colegio.

¿Dónde se aprenden las cosas que a ti te interesan?	
	%
En el colegio	42
Conversando con los amigos	40
Preguntándole a los papás	17
Viendo televisión	9
Internet	7
Otras respuestas	10

Evaluación de Profesores y de las Notas – Exigencias del Colegio

Asumiendo que el rol del profesor es más que sólo ser un transmisor de contenido, pareció importante indagar respecto de cómo se sienten los jóvenes en relación al interés que los profesores tienen en ellos.

Encontramos un grupo de jóvenes que reciben, de alguna manera u otra, un acompañamiento de parte de los profesores, sintiendo su acogida y apoyo. Por otro lado, existe un grupo que a veces siente que puede contar con ellos, y un no despreciable 17% que responde que los profesores nunca están interesados en lo que les ocurre.

Estas cifras también sufren variaciones por segmento socioeconómico alcanzando diferencias importantes en la percepción de los alumnos, en los grupos más altos quienes sienten un mayor interés de parte de los profesores.

¿Sientes que te escuchan tus profesores, es decir que les interesa saber lo que piensas y lo que te pasa?						
	C1	C2	C3	D	E	Total
Si	49	35	28	32	21	32
Sólo a veces	43	54	56	45	61	51
Nada	8	11	16	23	16	17

No se percibieron diferencias por edad, lo que habla de una relación que no necesariamente está mediada por la etapa etárea, donde se podría pensar que se alejan a medida que crecen. Más bien parece ser una relación que, si se establece perdura.

Respecto a las notas y exigencias del colegio...	
	Total
Me siento estresado	25
Es un tema que les preocupa más a mis papás que a mí	34
Estoy relajado, es un tema controlado	37
En realidad no importa, las notas no indican nada	3

Encuestas Adolescentes. Pregunta: Si pensamos en las notas y las exigencias del colegio, tú dirías que...

Existe un segmento de un 25% de jóvenes (y especialmente del segmento medio C2, (37%) que declara sentirse estresado con las notas y exigencias que tiene en el colegio. Esta percepción aumenta con la edad. De alguna forma u otra los estudios son un tema muy presente en la vida de los adolescentes, ya sea por la presión que se autoimponen, o bien por la exigencia de los padres.

En el segmento E (48%), los jóvenes afirman que son los padres los que están más interesados en las notas que ellos mismos.

La compañía durante las tareas

Haces las tareas...			
	Siempre	A veces	Nunca
Viendo televisión	11	52	37
Escuchando radio	14	49	37
Escuchando música	15	32	52
Chateando	3	22	22
Navegando por Internet	3	29	68

Solo	55	40	5
Amigos o compañeros	10	68	22
Con tus papás	9	49	42
Conversando con alguien	7	38	55

Estos datos entregan información desde dos perspectivas muy interesantes. El primero relacionado con los medios que acompañan este proceso y, en segundo lugar, con las personas que ayudan en las tareas a los adolescentes.

Los medios:

Tal como se conoce a través de diversos estudios, la televisión y la radio son en algunas oportunidades buena compañía para un grupo de adolescentes. Sin embargo, el aspecto más interesante para destacar, es el acceso y uso de internet que tienen los adolescentes, particularmente en el segmento alto.

Un 38% del C1 declara hacer las tareas mientras chatea alcanzando una diferencia de más de 30 puntos porcentuales con el segmento más bajo. Por otro lado, el chat parece reemplazar la conversación telefónica de las generaciones anteriores y se vuelve un canal de comunicación no sólo para la distracción sino también para las obligaciones.

Los apoyadores:

Respecto de las personas que colaboran en la educación de los hijos (asumiendo que las tareas aportan en ese sentido) es interesante verificar que, tal como uno puede suponer, a medida que avanzan en edad se van alejando del apoyo de sus padres.

También las diferencias se dan por segmento socioeconómico, con una mayor proporción de jóvenes de los segmentos más bajos que nunca piden ayuda a sus padres. Esto se debe seguramente a que estos

adolescentes han alcanzado un nivel educacional más alto que el de sus padres, por lo tanto no pueden apoyarse en ellos para desarrollar sus obligaciones escolares.

Expectativas del colegio.

El colegio es percibido como un medio para conseguir un beneficio futuro más que una experiencia que ayude a los adolescentes en el aquí y el ahora a entender el mundo que los rodea.

Los adolescentes tienen una mirada bastante pragmática respecto de la finalidad de lo que se aprende en el colegio. Ellos esperan y confían en que la estructura que se les ofrece para desarrollarse es la más válida para tener herramientas concretas de conocimiento y capacidades, y en menor medida también entrega valores que permiten desarrollarse como persona.

También los datos dan cuenta de la mirada reducida en términos de sociedad que construye el colegio, entendido como posibilidad de conocer distintas realidades y de la comprensión del mundo externo, desde la percepción de los adolescentes.

Frase que mejor representa para qué sirve lo que aprende en el colegio						
	C1	C2	C3	D	E	Total
Tener herramientas para ser un buen profesional	68	59	62	48	46	56
Desarrollarte como persona	13	26	17	22	22	21
Aprender a relacionarte con los demás	6	5	12	8	8	9
Entender el mundo que te rodea	8	8	2	8	14	6
Aprender a conocer realidades distintas a la tuya	2	2	5	9	2	5
Entender las cosas que te pasan a ti	3	1	3	3	6	3

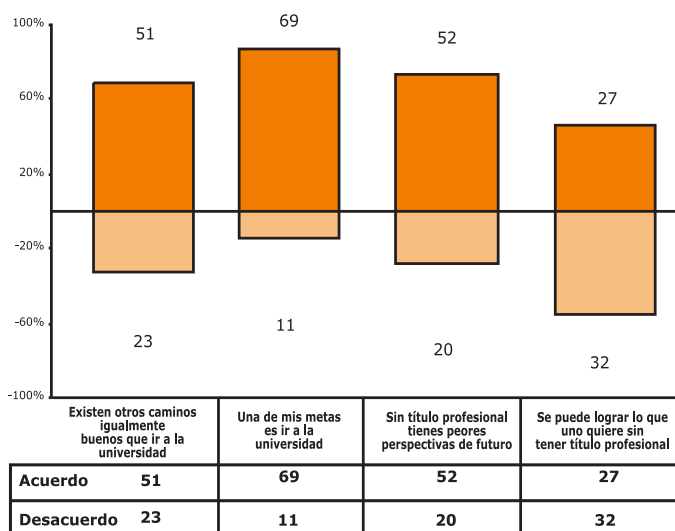
Encuesta Adolescentes.

La importancia de un desarrollo profesional

Pese a que un 51% de los entrevistados está de acuerdo con que existen “otros caminos igualmente buenos que ir a la universidad”, un 69% de los entrevistados afirma que una de sus metas es ir a la universidad, alcanzando altas valoraciones en todos los segmentos.

Estos datos invitan a reflexionar en torno a las expectativas que se han generado en la sociedad chilena actual respecto de la importancia de la educación terciaria. Es posible afirmar entonces, que los jóvenes

han comprendido el mensaje y la tarea siguiente sería pensar en las motivaciones que tienen y en especial si la estructura tanto académica como laboral está preparada para hacerse cargo de esas expectativas.



Encuesta Adolescentes. Pregunta ¿Qué tan de acuerdo estas con las siguientes frases? (alternativas)

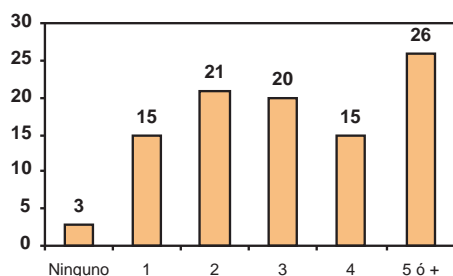
d) Amigos

Junto con una fuerte valoración de su entorno familiar, los adolescentes despliegan una activa vida social que determina los procesos de desarrollo de este grupo. La imagen del adolescente solitario y aislado, sin redes conversacionales a través de las cuales elaborar sus conflictos y ensayar su identidad, se aleja así de la realidad en la gran mayoría de los casos. Los amigos, el carrete y la polola o pololo constituyen los tres intereses más relevantes de la vida social de los adolescentes.

La amistad aparece como un fenómeno creciente. Más de un 80% revela tener amigos con los cuales se establece una relación de cuidado y preocupación, se crean lazos de lealtad y se privilegia la comunicación. Se definirá como “amigos cercanos” a quienes cumplan con estas características aunque en realidad es aún más que esto; se trata de amigos que, al menos desde la perspectiva de los adolescentes, parecen leales, confiables y abiertos.

¿Cuántos de estos “amigos cercanos” tienen los adolescentes? Los resultados revelan un buen entramado social en este grupo etéreo, con más de un 60% que cuenta con 3 ó más amigos cercanos y apenas un 3% que no tiene ninguno.

Número de amigos “cercanos” que reportan los adolescentes

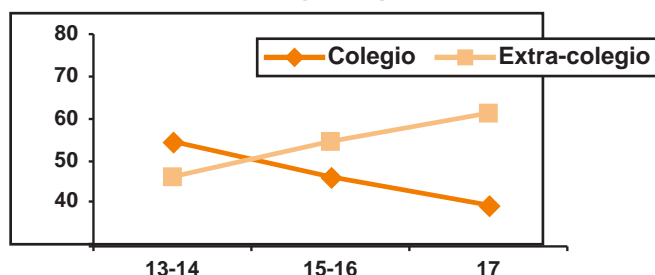


Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Cuántos amigos tienes con los que se cumplan todas las cosas que dijimos antes?

Si estos amigos están interconectados entre sí se trataría de grupos de amigos antes que de relaciones diádicas independientes. Es lo que sugiere la Encuesta Nacional de la Juventud, donde un 66% de los jóvenes de 15 a 19 años reveló tener un grupo de amigos con el cual se junta frecuentemente. Uniendo ambos datos, se podría hipotetizar la existencia de grupos de 4 o más miembros, como forma de asociatividad prioritaria entre los adolescentes.

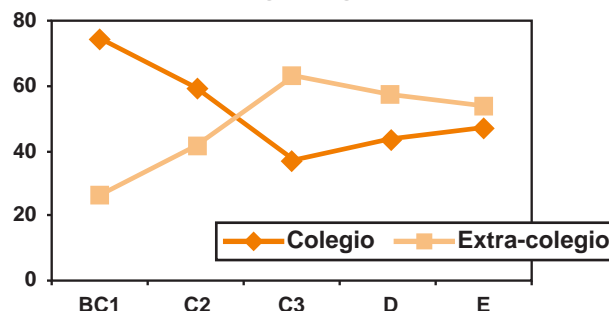
Estos amigos provienen de dos ámbitos distintos, el colegio y extra-colegio, que probablemente corresponda al barrio. Ambos grupos se distribuyen de forma más o menos equitativa. Sin embargo, se presentan interesantes diferencias según grupo etéreo y nivel socioeconómico. Los gráficos siguientes muestran claramente cómo los adolescentes permanecen más ligados al colegio, como ámbito exclusivo de sociabilidad, hasta los 15 años, pero a partir de esta edad se van abriendo a nuevas redes fuera del colegio. Si bien no se observan diferencias claras dependiendo del sexo, la proveniencia de los amigos vuelve a variar de manera importante si se comparan los distintos GSE. Mientras los adolescentes de nivel alto muestran una clara tendencia a establecer amistades en el colegio, sugiriendo una vida de barrio más empobrecida, en los grupos medios y bajos se aprecia una inserción social más activa fuera del colegio al que asisten.

Proveniencia de los amigos según Edad



Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Y esos amigos dirías que son?: 1. Mayoritariamente del colegio. 2. Extra-colegio.

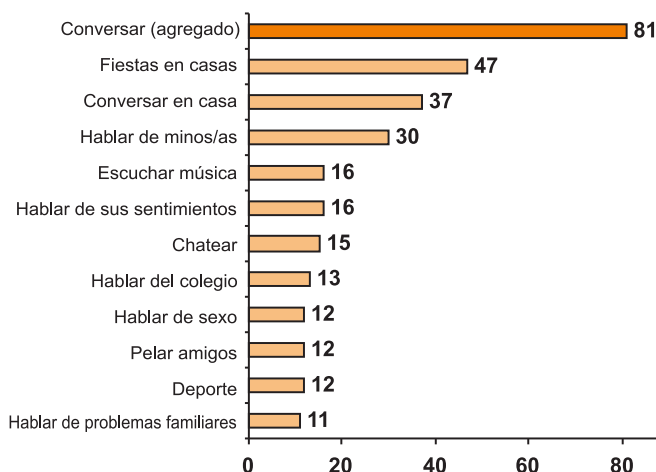
Proveniencia de los amigos según GSE



Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Y esos amigos dirías que son?: 1. Mayoritariamente del colegio. 2. Extra-colegio.

Los adolescentes son un grupo fundamentalmente conversacional. Sumando las categorías relativas a la comunicación en general, conversar es, lejos, la actividad que realizan con mayor frecuencia con sus amigos. Los temas que los motivan son principalmente los que tienen relación con el descubrimiento de su afectividad y sexualidad. Así, hablan de “minos” o “minas”, de sus sentimientos, y de su sexualidad. El colegio, la familia y los amigos, sus tres grandes ámbitos de participación, ocupan también sus intereses.

Actividades realizadas con los amigos



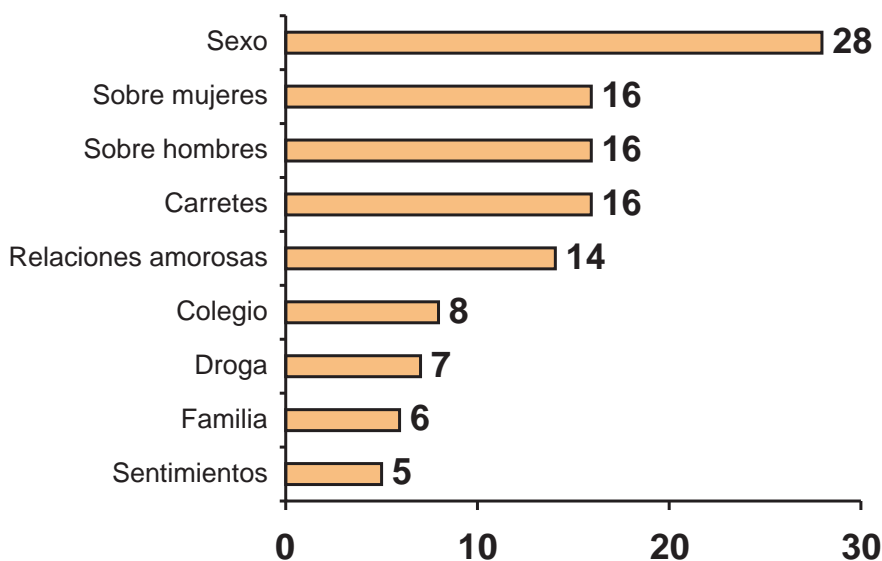
Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Cuál o cuáles de las siguientes actividades son las tres que haces con mayor frecuencia con tus amigos? (Respuesta múltiple).

A continuación aparecen las fiestas en casas, que se revela como otra instancia de encuentro privilegiada por los adolescentes. Esto habla de que la vida familiar y social no se encuentra todavía segmentada, y que amigos y familia conviven y se integran. De hecho, también conversar parece ser una actividad que se realiza fundamentalmente en la casa.

Otras actividades realizadas con los amigos que también aparecen con frecuencias interesantes son escuchar música y chatear. Así, los medios de comunicación y la internet están claramente inscritos en la sociabilidad adolescente, emergiendo como actividades que no necesariamente se realizan de manera individual, sino que pueden potenciar incluso el encuentro grupal. La música, por su parte, aparece como el consumo cultural más importante de los adolescentes y el chat se confirma como una herramienta de conectividad que ha entrado fuerte entre las nuevas generaciones. Por último, el deporte aparece como un interés incipiente, y que también se inserta en el plano social.

El aspecto en que la vida familiar y social de los adolescentes comienza a diferenciarse, es precisamente el de su vida afectiva sexual. Son éstos los temas que los adolescentes revelan no poder conversar en su casa y sí con sus amigos. Se trata de un fenómeno, en todo caso, que da cuenta de un natural proceso de autonomía e independencia, según el cual los adolescentes buscan nuevos interlocutores para hablar de sus temas íntimos. El siguiente cuadro muestra esta información. Cabe destacar que según esta declaración, son pocos los temas que los adolescentes evitan tratar en familia.

Temas que se hablan con los amigos, pero que no se pueden hablar en familia.



Encuesta Adolescentes. Pregunta ¿Qué cosas hablas con tus amigos, pero que no se pueden hablar con tu familia? (Respuesta múltiple).

II. MUNDO PROPIO

a) Sí mismo y su apariencia

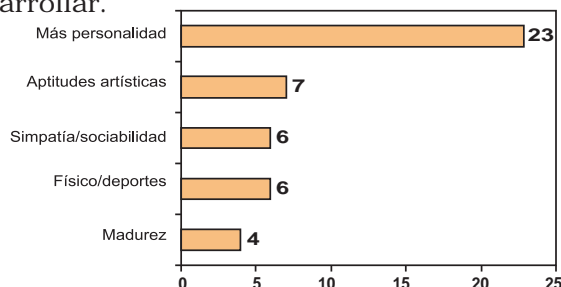
En general los adolescentes están satisfechos con su apariencia física, lo que de alguna forma sorprende al tratarse de un grupo tradicionalmente asociado con un fuerte deseo de ajustarse a expectativas externas y, además, expuesto a fuertes demandas de la moda. No obstante, un 66% de los adolescentes revela estar satisfecho con su físico, porcentaje que aumenta entre los hombres y, curiosamente, en los grupos socioeconómicos extremos (C1 y E). En cambio, sólo un 12% manifiesta un rechazo explícito a su apariencia física.

Satisfacción de su apariencia física	
Satisfecho	66 %
Ni gusta ni disgusta	22 %
Insatisfecho	12 %

Consistente con lo anterior, un 72% de los adolescentes revela que no se haría ningún cambio físico. Del 28% restante, que sí se lo haría, la mayoría se realizaría cambios en el cuerpo. Se trata de un interés en el que predominan las mujeres. De hecho, el deseo de realizarse cambios físicos aumenta a un 36% entre las mujeres, lo que revela que se trata de una motivación prioritariamente femenina que puede ser de alguna forma preocupante.

Más que el tema físico, sin embargo, lo que preocupa a los adolescentes es desarrollar su personalidad: Éste objetivo parece apropiado si se considera que se trata justamente de uno de los logros esperados para esta etapa vital. Después del deseo de desarrollar la personalidad, los adolescentes mencionan elementos asociados a la sociabilidad y a las aptitudes artísticas, lo que indica intereses muy diversos a la preocupación física.

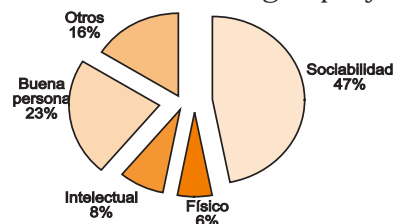
Cualidades que a los adolescentes les gustaría desarrollar.



Encuesta Adolescentes. Pregunta ¿Qué cualidad que ahora no tienes o tienes poco desarrollada te gustaría desarrollar? (Respuesta múltiple).

En relación con la imagen proyectada, los adolescentes nuevamente revelan un interés en ser percibidos sobre la base de atributos que se asocian principalmente con la sociabilidad. La aspiración de destacarse por atributos intelectuales o físicos queda mucho más atrás, según muestra el siguiente cuadro.

Atributos preferidos en la imagen proyectada



Encuesta Adolescentes. Construido sobre la base de la Pregunta. ¿Cuál de las siguientes frases se acerca más a lo que te gustaría que la gente de tu edad, que te conoce, dijera de ti?

b) Sexualidad

El tema de la sexualidad constituye parte importante de la experiencia vital de este grupo, es un tema espontáneo del cual se habla y se necesita hablar entre ellos y con los adultos. Esta temática adquiere características más urgentes al revisar distintos estudios latinoamericanos y chilenos, en los que se señala que la edad de iniciación sexual promedio se sitúa alrededor de los 15 años (estudios realizados por McCann-Erickson en Latinoamérica y El Caribe).

¿Qué porcentaje del día están los adolescentes pensando en “minos/minas”?

“La atracción de los sexos” y su correlato mental tiene una presencia reconocida y destacada en los adolescentes de las distintas edades, sexos y G.S.E investigados: El otro sensual es un tema que ocupa gran parte del día adolescente.

La vida afectiva se perfila como un gran movilizador de la actividad cotidiana del adolescente.

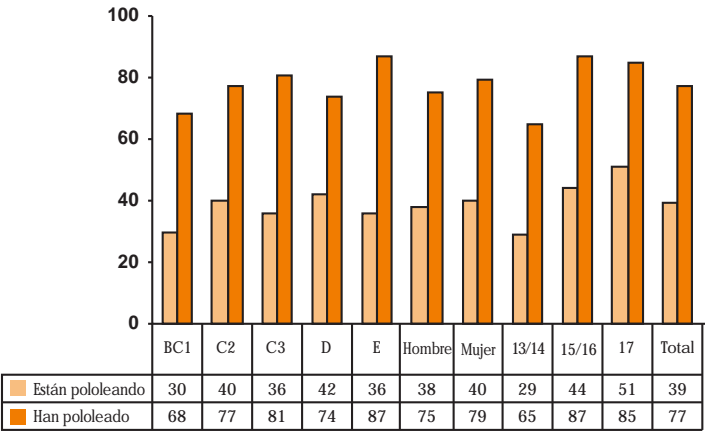
Promedio % tiempo dedicado a pensar en Minos/Minas

Segmentos	Promedio % Tiempo
13 a 14 años	41.1
15 a 16 años	39.7
17 años	45.7
Hombres	41.6
Mujeres	41.3
Total	41.4

Encuesta Adolescentes.

Adolescentes y Pololeo

Los adolescentes reconocen una vida amorosa bastante activa en la cual, la gran mayoría ha tenido este tipo de acercamientos, que se profundizan a mayor edad y de manera comparativa se vuelven más recurrentes en los segmentos de nivel bajo.



Cabe hacer notar que en aquellos adolescentes que han pololeado encontramos un promedio alto en función de las edades de los entrevistados, lo que confiere a este grupo en su conjunto una amplia actividad en su vida amorosa.

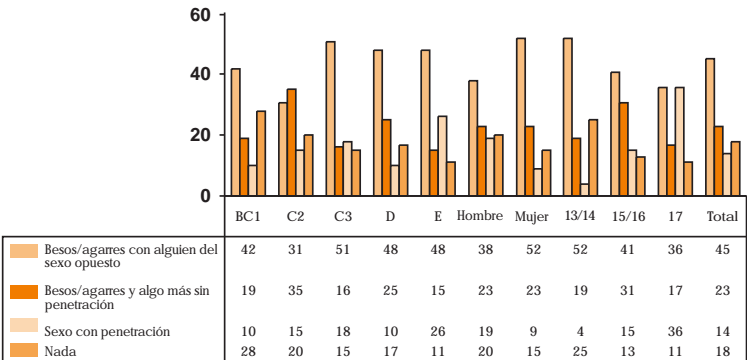
Adolescentes y Pololeo	
Edad	Promedio veces que han pololeado
13 a 14 años	3.3
15 a 15 años	3.0
17 años	3.1
Hombre	3.4
Mujer	2.9
Total	3.1

Encuesta Adolescentes.

¿Qué experiencias sexuales han tenido los adolescentes?

A nivel total más del 80% de los adolescentes entrevistados han tenido algún tipo de experiencia con el sexo opuesto, destacando de manera importante aquellas referidas a comportamientos sexuales explícitos (37%). De manera esperable estas experiencias son más recurrentes a mayor edad, destacando en este contexto la preeminencia de esta condición en grupos medios y bajos.

Cabe reflexionar acerca de la educación sexual en un grupo que se inicia sexualmente a los 15/16 años.

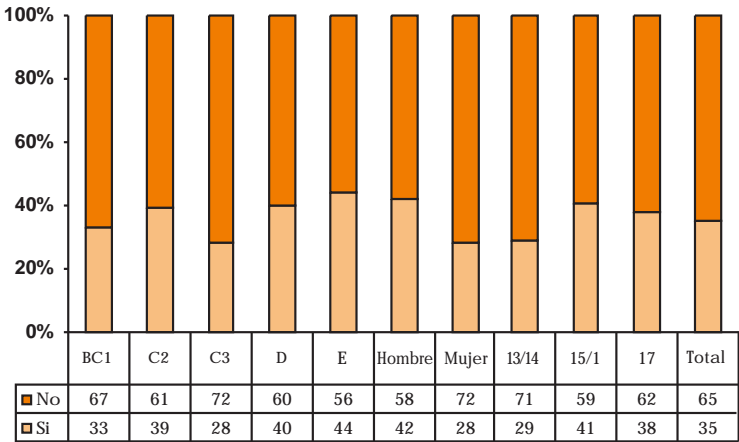


Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Cuál de estas experiencias has tenido con alguien?

¿Amigas/Amigos con ventaja o Pololos?

Amigos con ventaja es una expresión con la que se quiere denotar algún grado de intimidad sexual, sin que medie un compromiso mayor entre las personas. De esta forma, el “amigo con ventaja” no implica la formalidad de un compromiso pero sí una cercanía sexual, la supuesta “ventaja”, según se quiere reflejar con esta expresión.

Los adolescentes no parecen muy interesados en establecer este tipo de relación. De modo comparativo podemos señalar que estos datos presentan menores menciones que la incidencia del pololeo, lo que nos permitiría aventurar una preferencia de este grupo por el pololear como forma de relacionarse con el sexo opuesto: una apuesta al compromiso. No obstante lo anterior, en los grupos medios/bajos encontramos una mayor presencia de este tipo de vínculos, lo que debe llamar a la reflexión dado el activo comportamiento sexual de estos grupos.

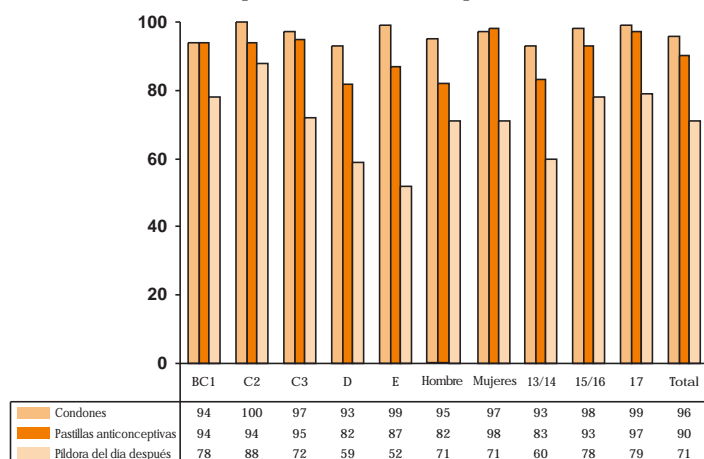


Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Tienes amigos con ventaja?

¿Qué saben los adolescentes acerca de los anticonceptivos?

Condomes y pastillas constituyen los métodos anticonceptivos con mayor conocimiento para los adolescentes, a nivel de todos los tramos etáreos y de G.S.E evaluados. No obstante al hablar de uso, este conocimiento se presenta sólo como nominal ya que la incidencia más alta asociada al condón solo alcanza a un 11%, en un escenario dominado por el no uso de estos métodos.

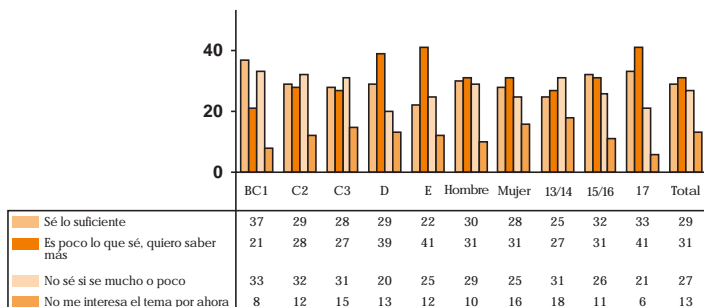
Del 14% de los adolescentes que declara haber tenido relaciones sexuales con penetración, sólo el 16% afirma haber usado algún método anticonceptivo (12% condones, 4% pastillas anticonceptivas).



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Cuál de los siguientes métodos anticonceptivos conoces?

¿Cuánto creen saber los adolescentes respecto al sexo?

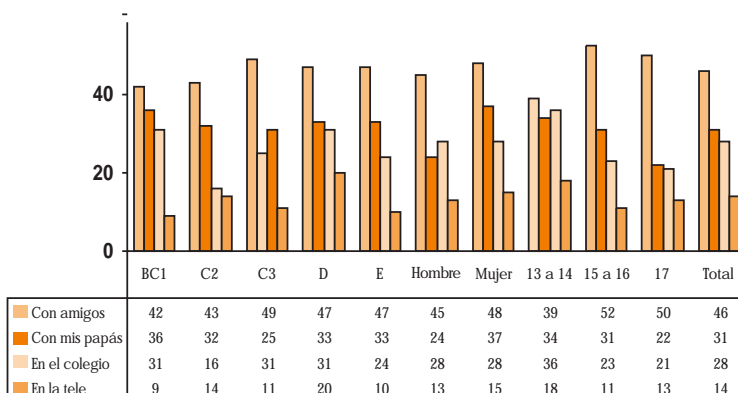
A nivel general se advierte la expectativa de los adolescentes de informarse más acerca del sexo, confirmando la latencia y vivencia de este tema dentro de la problemática juvenil. No obstante llama la atención la existencia de un segmento de jóvenes que se siente suficientemente dueño de esta temática, el cual puede convertirse en un grupo de riesgo a considerar.



Encuesta Adolescentes. Pregunta. Respecto del sexo ¿tú crees que... ?

Dónde aprenden lo que saben de sexo

La conversación con amigos es la fuente principal de conocimientos acerca de sexo para los adolescentes. A esta conversación se suman de manera interesante los padres como actores (31%) principalmente en los grupos de 13 a 16 años, lo que transfiere un contenido generacional a la conversación de ese tema. Lo anterior llama a la reflexión y a la necesidad de generar esta conversación desde los padres a los hijos, otorgando a este tema un carácter vinculante. La televisión, sorpresivamente, es el medio de aprendizaje más importante después de la experiencia directa (amigos, papás, colegio).



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Dónde has aprendido las cosas de sexo?

c) Tiempo libre

Según el estudio del uso del tiempo, realizado por Cimagroup, los adolescentes son el grupo de la población que cuenta comparativamente con más tiempo libre, con un promedio de 6 horas y media diarias. Esto se debe a que duermen menos que los niños y dedican menos tiempo al estudio o trabajo que los jóvenes y adultos.

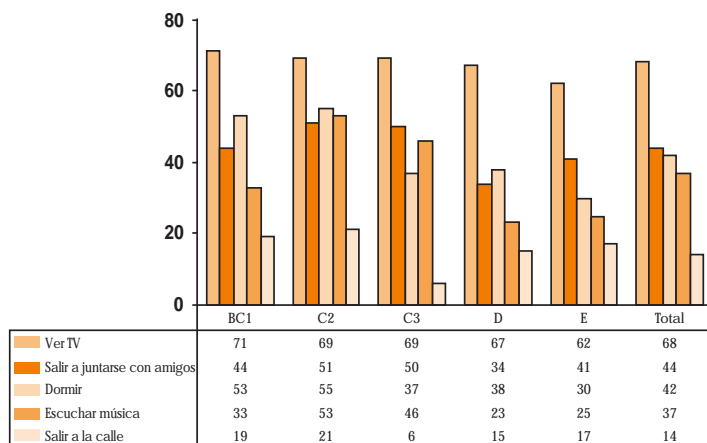
Durante su tiempo libre, la actividad a la que dedican más tiempo es ver televisión (2,4 horas diarias, en promedio). Enseguida, estar con los amigos ocupa un lugar importante, con más de una hora diaria en promedio, lo que revela la gran preocupación de los adolescentes por la sociabilidad entre pares. Las demás actividades, según se expresa en el siguiente cuadro, confirman la gran penetración de la música y el computador en la rutina diaria de los adolescentes.

Tiempo diario promedio dedicado a la actividad

Ver televisión	2.4
Estar con los amigos	1.1
Usos de computador	0.5
Escuchar Música	0.5

Fuente: Cima Group. Estudio uso del tiempo (2005).

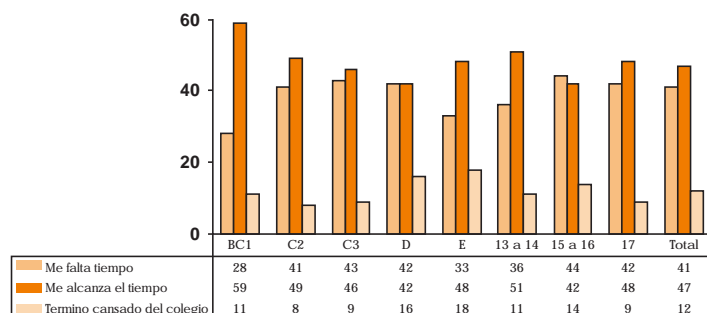
Los datos de la Encuesta Adolescentes reafirman estas prioridades, con una alta importancia de la televisión en la organización del tiempo libre. Ésta es, de hecho, la principal forma de descanso de los adolescentes, configurando gran parte de su experiencia post deberes. Llama la atención en este contexto la importancia relativa del dormir en los grupos medios y altos (potencialmente más exigidos).



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Qué haces en tu tiempo libre?

Los adolescentes y el tiempo para hacer cosas

A nivel general los adolescentes denuncian la ausencia de tiempo para hacer las cosas que quisieran. Este estado se complementa con la consideración de los deberes escolares como competitivos y absorbentes del tiempo dedicado a hacer lo que a uno le gusta.

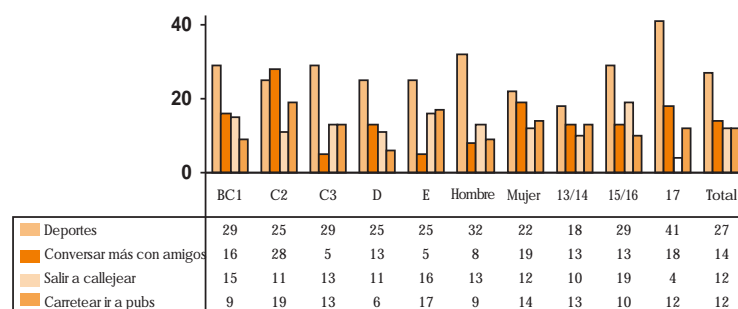


Encuesta Adolescentes. Pregunta. Con respecto a tu tiempo libre ¿tu dirías que...?

¿Qué les gustaría hacer que no hacen los adolescentes?

El deporte es una de las actividades aspiracionales de los adolescentes, la que se va profundizando a medida que se crece en edad. Adicionalmente la posibilidad de desarrollar una vida social más extendida, lo que tiende a identificarse con entretención.

No obstante observarse diferencias por niveles socioeconómicos, éstas no alcanzan a alterar la tendencia general observada.



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Qué cosas te gustaría hacer, que no haces?

Los adolescentes y el consumo cultural

Los adolescentes son un grupo que presenta un consumo cultural privilegiado, que en gran parte de las áreas evaluadas es superior al del resto de la población, aún cuando su poder adquisitivo sea claramente inferior. Esto puede explicarse, en parte, debido a que cuentan con más tiempo libre para realizar actividades anexas a sus obligaciones, y también a una superposición con las actividades propias de los estudiantes, que muchas veces incorporan elementos culturales.

No obstante lo anterior, también es cierto que los adolescentes incorporan espontáneamente a su rutina cotidiana fuera del colegio, y a sus espacios de sociabilidad, una serie de actividades de índole cultural. Algunas veces, como en el caso de la música, éstas ocupan un rol importante en la conformación de su identidad, ya que los adolescentes pueden asimilar modas, estilos e incluso valores, a partir de gustos musicales específicos, y establecer también amistades sobre la base de éstos.

Según otras mediciones, tales como la Encuesta de Consumo Cultural y Uso del Tiempo Libre, realizada el 2004 por el Consejo de la Cultura y el INE, los adolescentes van más al cine y al teatro, y asisten a más conciertos musicales que el resto de la población.

Porcentaje de la población que realiza actividades culturales

Ha ido...	15-17años	18 y más
al teatro en el último año	47	19
al cine en el último año	58	33
a algún concierto en el último año	33	19

Fuente: Consumo Cultural y uso del tiempo libre (CNCA, INE).

El cine es una de las actividades que revela más claramente una dimensión social. Aparece entre las actividades realizadas más frecuentemente con los amigos, con un respetable 5%, en tanto que un 6% la menciona como una actividad que realiza regularmente con la familia. En ambos casos se aprecia un claro sesgo socioeconómico, lo que sugiere que la barrera presupuestaria se constituye en un freno a considerar.

Ir al cine según GSE %

	En Familia	Con los amigos
C1	13	9
C2	16	3
C3	5	4
D	2	6
E	-	1

Encuesta Adolescentes.

Mención aparte merece el caso de la música, que constituye la actividad cultural preferida de los adolescentes, y que se perfila además como un componente importante en la relación con sus amigos. De hecho, entre las actividades realizadas más frecuentemente con los amigos, lideradas por ir a fiestas y conversar, escuchar música aparece en un sorprendente cuarto lugar, con un 16% de las preferencias.

Según la Encuesta de Consumo Cultural, sólo un 23% de los adolescentes compra los discos en el comercio establecido. Del resto, casi un 40% los compra en la calle, y un 16% los baja de internet, porcentajes mucho más altos que para el resto de la población, lo que indica, por un lado, una mayor penetración de la piratería en el segmento adolescente y, por otro, una mayor fluidez en el uso de internet para beneficios propios.

Los adolescentes revelan también un interés mucho mayor en participar de actividades de creación artística o cultural. De hecho, un 20% revela realizar actividades artísticas con una regularidad semanal, y un 57% las realiza al menos una vez al año. De esta forma, sólo un quinto de los adolescentes no ha participado en alguna actividad creativa en el último año, lo que contrasta con el 56% que no lo ha hecho entre el resto de la población.

Al analizar la distribución del presupuesto de los adolescentes, se observa que entre las primeras doce categorías mencionadas, que incluyen necesidades básicas, aparecen tres gastos asociados a bienes de carácter cultural: la música en general, los CDs y las revistas (ver detalle en el capítulo de consumo y finanzas).

Los adolescentes aparecen así como un grupo particularmente interesado en la cultura, con una cercanía especial con cierto tipo de géneros que resultan particularmente importantes para su proceso de construcción identitario, y con un gasto asociado interesante a bienes y servicios culturales.

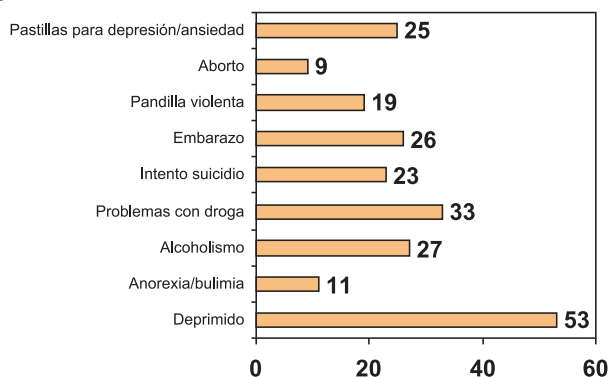
El alto consumo cultural de los adolescentes lleva también a preguntarse sobre las posibilidades de mantener y potenciar esta afición más allá de esta etapa etárea. Junto con el deporte, las actividades artísticas y culturales son las que más decrecen con el estilo de vida posterior al colegio, ya sea universitario o laboral, lo que indica una clara línea divisoria entre los adolescentes y el mundo joven y adulto.

Problemáticas adolescentes

Como se ha visto, los adolescentes revelan una inserción familiar positiva, y un entorno de sociabilidad relativamente sano. También, como se verá más adelante, manifiestan interés en participar en la comunidad y una buena proyección del futuro. Esto no significa, sin embargo, que los adolescentes no tengan riesgos o vulnerabilidades. Parte de los conflictos clásicamente asociados a este grupo etáreo, si bien constituyen un estereotipo para la mayoría, no dejan de estar presentes en el mundo adolescente como realidades que hay que tener en cuenta.

El siguiente cuadro muestra la presencia de problemas psicológicos y de salud pública en el entorno adolescente. Es necesario destacar que estas cifras no reflejan de ningún modo índices de prevalencia, sino sólo conocimiento de los problemas evaluados. De esta manera, lo que se está midiendo es el grado de familiaridad de los adolescentes con aquellos temas respecto de las cuales la sociedad manifiesta mayor preocupación.

Porcentaje de adolescentes que revela tener amigos o conocidos afectados por problemáticas psicosociales o de salud.



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Tienes algún amigo o conocido de tu edad que... (mención del problema)...

Según Germán Morales, Profesor de Psicología de la Universidad Católica y experto en adolescentes, estos datos no son sorprendentes y revelan, por un lado, la confianza entre pares que manifiestan los adolescentes y que les permite confidenciarse sus problemas más íntimos y, por otro, la gran atracción pública que generan algunos temas (embarazo adolescente, por ejemplo) lo que lleva a que muchos adolescentes se hayan enterado de algún conocido que ha pasado por esta experiencia.

Según Morales, el consumo de ansiolíticos y antidepresivos ha aumentado mucho, sobre todo entre las mujeres, aunque no necesariamente revela una mayor incidencia sino también una detección más precoz de los síntomas. El aborto, por su parte, que alcanza sólo un 9% de personas que revelan conocer a alguien que se haya realizado uno, refleja, aún tratándose de una cifra baja, un fenómeno que está ocurriendo entre los adolescentes. Muchas veces, según Morales, éste se produce por métodos caseros, como el “cóctel de pastillas”, que sería más frecuente de lo que parece y más difícil de detectar. El alto porcentaje de conocidos que hayan reportado intentos de suicidio (23%) podría justificarse por la presencia de “ideaciones suicidas” que normalmente son muy altas entre los adolescentes, pero que difieren de un intento real.

Por otro lado, hay que llamar la atención también sobre un porcentaje bastante alto de adolescentes que ni siquiera ha escuchado de conocidos que sufran estas problemáticas. Por lo mismo, el hecho de que alrededor de un 70% de los adolescentes revele no conocer a nadie de su edad que tenga problemas de alcoholismo y drogadicción, es una cifra que puede resultar incluso mejor de lo esperado.

III. LOS OJOS EN LA PANTALLA

a) Los adolescentes y la televisión

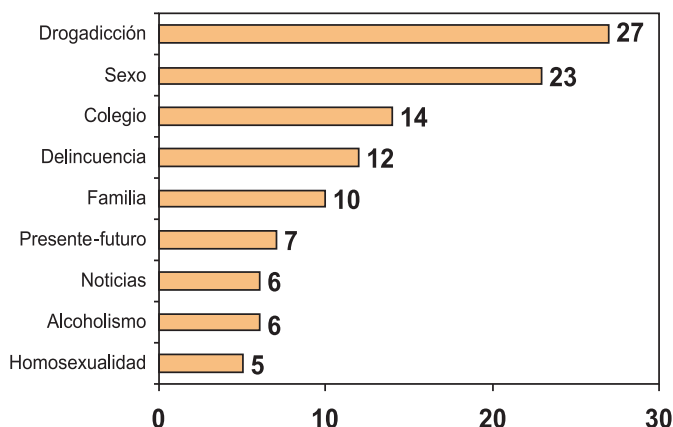
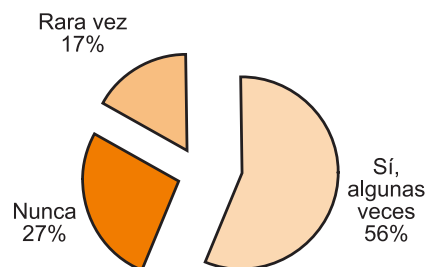
La televisión aparece claramente como una instancia de sociabilidad familiar. Tanto padres como hijos coinciden en señalar que, después de comer juntos, ver televisión es la actividad que más frecuentemente realizan en común.

Un 88% de los adolescentes revela ver al menos un género televisivo en familia, y entre éstos la mayoría reporta varios. Los programas que más se ven en familia son las teleseries (46%) y los noticiarios (24%), lo que sugiere también un horario de sintonía familiar, entre las ocho y las diez de la noche. En este lapso la familia se mantiene unida, y el consumo televisivo probablemente se superpone con otras actividades como conversar y comer. Pero hay muchos otros géneros que se miran en familia también, tales como los programas juveniles (18%), los realities (18%), las películas (15%) y los programas culturales (14%).

Parte de este consumo familiar puede ser “ritual”, como se ha discutido en diversos textos sobre consumo televisivo infantil, aduciendo que la televisión sirve el propósito de compartir una actividad entre padres e hijos, muchas veces sin un interés especial en los programas que están viendo unos y otros. Es lo que explica por ejemplo, que muchos niños pequeños vean programas que les resultan francamente aburridos, pero lo hacen por el interés de estar junto a sus padres. El caso de los adolescentes es distinto, ya que, según nos informan, comparten en mayor medida los mismos gustos que sus progenitores, pero además, la televisión les sirve en la comunicación con sus padres y en particular en aquellos temas cuyo abordaje se hace más difícil entre las generaciones.

Esta función social de la televisión, como agente que incentiva la comunicación familiar entre padres e hijos, es establecida con claridad por los adolescentes. Un 56% de ellos manifiesta que la sintonía de algún programa televisivo ha permitido la conversación de temas difíciles con los padres. De esta forma, los contenidos televisivos propician la discusión de temáticas como la drogadicción, la sexualidad, el colegio y la delincuencia.

Conversa de temas complejos a raíz de programas de televisión.



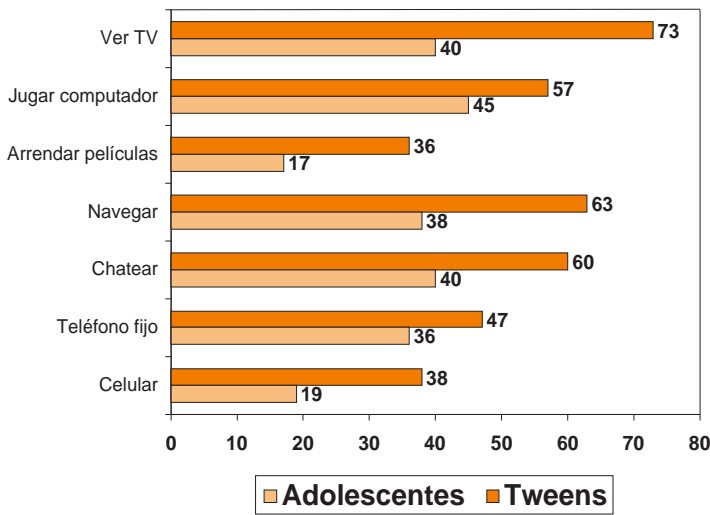
Encuesta Adolescentes. Pregunta: ¿Has visto algún programa de televisión con tu familia en el que se hayan tocado temas difíciles de los cuales hayas podido seguir conversando con ellos? Pregunta: ¿Qué temas has podido conversar con tu familia? (Respuesta múltiple).

Por otro lado, la adolescencia también es un período de consumo televisivo individual. Indagados sobre qué programas prefieren ver solos, más de un 80% menciona al menos un género, señalando en promedio cuatro. Entre los mencionados aparecen principalmente las películas (19%), que también forman parte, aunque en menor medida, del consumo familiar. A continuación se mencionan los dibujos animados (16%), las teleseries (11%), los programas juveniles (10%) y los programas musicales 7%.

Otro proceso que se constata con fuerza durante los años adolescentes es la disminución del control parental en relación con el consumo televisivo. De más de un 70% de padres que reportaba ejercer control sobre

sus hijos tweens (8-13), sólo un 40% ejerce tal vigilancia sobre los adolescentes. Como indica el cuadro siguiente, el consumo televisivo es la actividad cuya regulación parental más disminuye, en el tránsito de la infancia a la adolescencia.

Control parental comparado entre padres de “tweens” (8-13) y de adolescentes.



Encuesta Adolescentes Padres. Encuesta Tweens Padres..

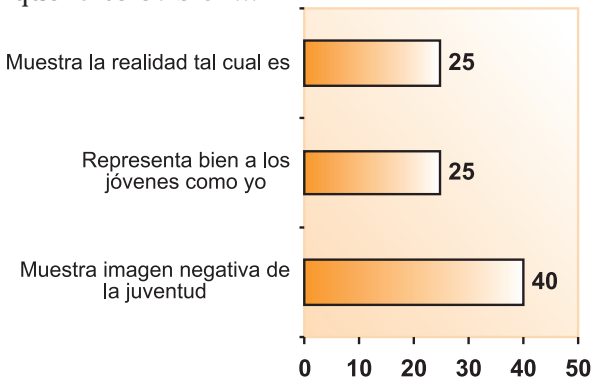
Los adolescentes aparecen como un grupo de alto consumo televisivo y bastante satisfecho con la televisión. Ver televisión es la actividad más mencionada en forma espontánea al volver del colegio (68%), seguida en un lejano segundo lugar por actividades con amigos/amigas (44%), dormir (42%) y escuchar música (37%).

Qué hacen cuando llegan del colegio	
	%
Ver televisión	68
Actividades con amigos	44
Dormir	42
Escuchar música	37

Encuesta Adolescentes. Pregunta ¿Qué haces cuándo vuelves del colegio?

Los datos anteriores no significan que los adolescentes no perciban falencias en la televisión, o que no se detecten áreas de crecimiento para la programación juvenil. Por el contrario, se trata de un grupo que se muestra bastante crítico, en particular respecto de la representatividad de los contenidos televisivos. Sólo un tercio de los entrevistados piensa que la televisión muestra la realidad tal cual es, cifra que se mantiene cuando se les pregunta si se sienten representados por los modelos que ésta presenta. En añadidura, un 40% piensa que la televisión muestra una imagen negativa de la juventud.

Representatividad de la televisión. De acuerdo con que la televisión...



Encuesta Adolescentes. Pregunta. Grado de acuerdo con frases dadas.

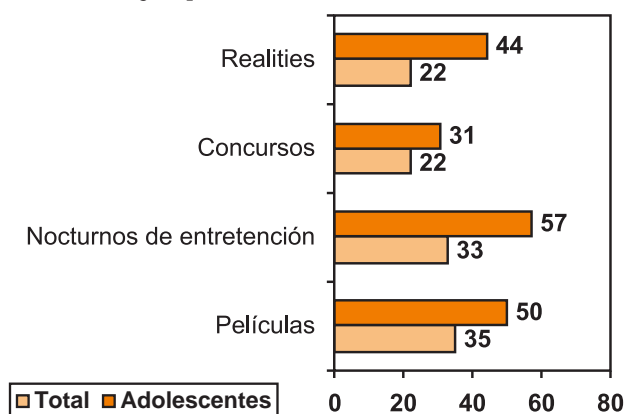
Estas cifras plantean un gran desafío para la generación de programas que resulten más representativos para los jóvenes y, sobre todo, para reducir la sensación de que la televisión presenta una imagen negativa de la juventud. En particular este dato resulta preocupante tratándose de un grupo que puede fácilmente sentirse estigmatizado y discriminado y que, por otro lado, está buscando activamente modelos en base a los cuales construir su identidad. Para dar más luces sobre este tema se analizaron los programas que ven los adolescentes y su evaluación de los mismos.

¿Qué opinan los adolescentes de la programación televisiva?

Los adolescentes reportan una gran variedad de programas alcanzando 78 menciones, entre las que destacan en los primeros lugares las teleseries y los realities, que son preferidos sobre todo por las mujeres. También tienen una importante presencia los programas nocturnos de entretenimiento, en especial para los varones. Es el caso de CQC, que gusta más al estrato alto, y Morandé con Compañía, más mencionado en los estratos bajos.

Estos datos son coincidentes con aquellos recogidos por la Encuesta Nacional de Televisión 2005, que revela una especial preferencia de los adolescentes por programas que el resto de la audiencia evalúa de forma crítica, tales como los realities, las películas y los nocturnos de entretenimiento. Según se muestra en el siguiente cuadro los adolescentes evalúan mucho mejor estos géneros, a veces llegando a duplicar al resto de la audiencia en grado de aprobación, como ocurre en el caso de los realities.

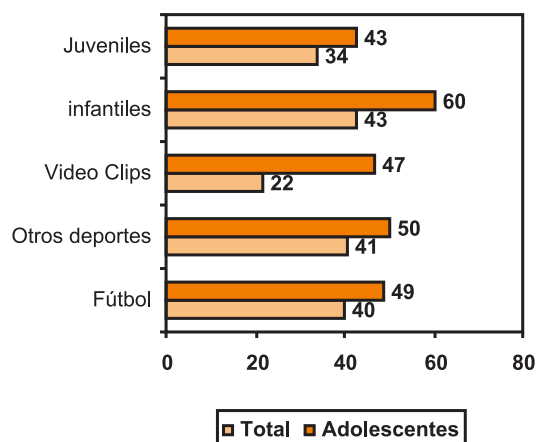
Satisfacción con programas
(Porcentaje que evalúa con 6 ó 7).



5ª. Encuesta Nacional de Televisión 2005, realizada por el CNTV.

Por otro lado, los adolescentes manifiestan su preferencia por géneros propios del segmento juvenil, evaluando positivamente los programas de video clips musicales, los deportivos, de fútbol y, como era de esperar, también los programas propiamente juveniles e infantiles.

Satisfacción con programas
(Porcentaje que evalúa con 6 ó 7).



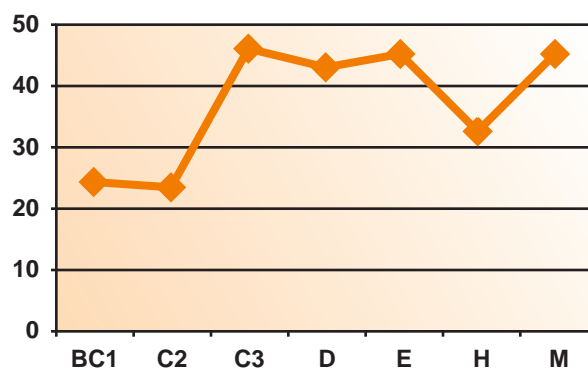
5ª. Encuesta Nacional de Televisión 2005, realizada por el CNTV.

La gran predilección por programas musicales viene a confirmar el gran interés de los adolescentes por la música, que se constituye como una herramienta para la construcción de su identidad y que aparece en todas las áreas evaluadas como un elemento altamente atractivo para los jóvenes.

Los programas infantiles por su parte reflejan la realidad de un grupo que continúa anclado en parte a la infancia. Esto se refleja en la preferencia de programas como la película Balto, que narra las aventuras de un perro, y que ocupa el tercer lugar entre los adolescentes y los niños. Los hombres también mencionan más frecuentemente la franja infantil "Invasión" con una fuerte presencia de dibujos animados japoneses.

Por último, respecto a los programas juveniles, el 40% de los adolescentes piensa que los programas dirigidos a los jóvenes son interesantes y sólo un 24% no lo hace. Los niveles de satisfacción, sin embargo, presentan una interesante variación según GSE, siendo mucho más alto entre los grupos bajos y las mujeres, y siendo bastante más crítica en los grupos altos.

Satisfacción con programas juveniles, según grupo socioeconómico y sexo

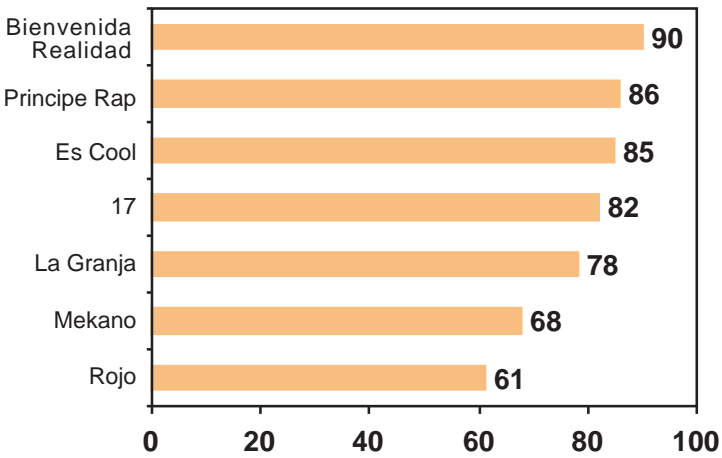


Encuesta Adolescentes. Pregunta. Grado de acuerdo con "Los programas de la TV chilena dirigidos a los jóvenes son interesantes."

Aquí, los grupos C1 y C2 se comportan de manera similar, mostrándose críticos respecto de los programas juveniles con apenas un 25% de aprobación, en tanto en los grupos medios y bajos esta cifra sube casi al doble. Esta clara brecha frente a la programación juvenil puede indicar intereses contrapuestos, o al menos disímiles, e indica a la vez una demanda insatisfecha por parte del grupo medio y alto. Asimismo, también parece indicar un menor grado de afinidad con los públicos masculinos.

En la evaluación pormenorizada realizada por la encuesta, la oferta programática dirigida a jóvenes presenta un desempeño positivo, lo que es especialmente cierto para las producciones dramáticas. El siguiente cuadro muestra que la gran mayoría de los adolescentes califica de buenos los programas juveniles de diversa índole:

Evaluación de programas televisivos:
Porcentaje que califica de buenos.



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Cómo encuentra...(nombre del programa)?

Programas más vistos

De acuerdo a los datos de audiencia medidos por el people meter *, entre los diez programas más vistos figuran programas juveniles tales como reality shows y teleseries juveniles, además de la teleserie Brujas y cine.

Destacan dos hechos: la importancia de los programas de factura nacional entre los diez primeros lugares (exceptuando cine); y el consumo de programas después de las 22:00 hrs., principalmente películas y realities.

La preferencia por estos programas presenta ciertas similitudes y diferencias con las del grupo de jóvenes de 18 a 24 años y con las de los niños de 4 a 12 años, como se verá más adelante.

* Estos datos abarcan marzo a junio 2005. Fuente: Time Ibope.

Ranking 10 programas más vistos marzo-junio 2005 (individuos)

Ranking 10 programas más vistos marzo-junio 2005 (individuos)				
Programa	Canal	04- 14 años	13-17 años	18-24 años
1.La Granja (duelo final)	Canal 13	12,2	20,3	26,7
2.Brujas	Canal 13	18,1	18,9	14,7
3.Cine Platinum	La Red	13,6	16,5	11,9
4.Balto (cine)	TVN	12,7	13,4	4,5
5.Es Cool	MEGA	13	13	7,2
6.Super Plainum (cine)	La Red	7,3	11,9	12
7.La Granja Vip	Canal 13	9,2	11,2	13,3
8.La Granja	Canal 13	7,3	10,4	13,8
9.Grandes Eventos (cine)	Canal 13	12,2	9,7	7,9
10. 17	TVN	7,4	9,5	5,1

Time-Ibope / Universal McCann

El éxito de “La Granja” y “La Granja VIP” se entiende por el formato del programa que corresponde al género Reality Show, muy aceptado por el público infantil y juvenil ** por dos factores: muestra los comportamientos y actitudes de personas enfrentadas a las vicisitudes y conflictos de la vida cotidiana de una manera directa y bastante realista***, algo que los adolescentes por su etapa de desarrollo quieren conocer “sin tapujos”. Otro factor es la cercanía que producen los protagonistas de los realities al tratarse de personas jóvenes.

Por otro lado, el éxito de la teleserie “Brujas”**** se explica por la preferencia histórica de los televidentes por las teleseries nacionales, en las que normalmente compiten los dos canales más grandes de televisión y que están dirigidas a un público amplio. Para los adolescentes en particular, “Brujas” ofrece en su reparto actores adolescentes y contiene bastante humor, algo que atrae especialmente al público infantil y juvenil.

Las diferencias entre adolescentes y jóvenes, se evidencian en el consumo de programas infantiles como es el caso de la película Balto*****, que ocupa el tercer lugar entre los adolescentes y los niños.

**Ver principales resultados “Estudio Género Reality Shows” 2003. www.cntv.cl

***Sin desconocer que en los reality shows existe edición y situaciones inducidas, los niños y jóvenes perciben que las reacciones y emociones de los personajes de reality shows son reales. Ver “Principales Resultados Estudio Género Reality Shows”. Op.Cit.

****Según consta en estudios anteriores del CNTV.

*****Aventuras de un perro. Este programa también tiene una serie.

Los adolescentes también prefieren teleseries juveniles situadas en el entorno escolar. Es el caso de “Es Cool” cuyos personajes principales son una pareja de escolares que viven su amor a pesar de las diferencias sociales y otros problemas de la historia de ambas familias. La teleserie “17” también es importante para este rango etáreo, por cuanto representa las vivencias de adolescentes que cursan 4º año de enseñanza media, donde se mezclan problemas típicos de esa etapa, que van desde la disciplina escolar hasta la relación con los padres, pasando por el importante tema del pololeo.

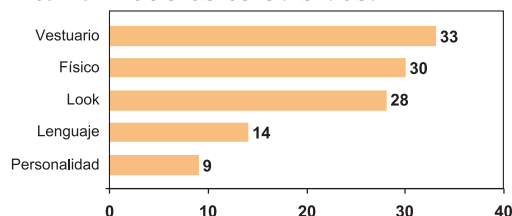
No es de extrañar que ambas telenovelas interesen también a los niños, algunos de los cuales aún se encuentran terminando la enseñanza básica, pero que justamente sienten cercanía y curiosidad por el mundo de quienes están a punto de cumplir la mayoría de edad.

Al desglosar los datos de audiencia por estrato social, se evidencia que en el estrato bajo aparece con mayor importancia el consumo de películas. En el caso de Cine Platinum por ejemplo, el rating en el estrato bajo es casi el doble al del resto de los estratos, lo cual se entiende debido a su menor acceso a salas de cine por razones económicas.

Televisión y modelos

No todos los adolescentes aspiran a imitar a los modelos televisivos y, de hecho, sólo una minoría (34%) plantea estar de acuerdo con que los jóvenes intenten parecerse a los personajes que aparecen en televisión. Un 54% se manifiesta en desacuerdo con esta afirmación, lo que habla de una influencia bastante mediada de los contenidos televisivos en la formación de los adolescentes. La imitación, por su parte, se movería principalmente en el rango de los atributos físicos, o del look, sin llegar a involucrar zonas más profundas como podrían ser, por ejemplo, caminos vocacionales, estilos de sociabilidad o formas de establecer relaciones de pareja.

Aspectos en los que los adolescentes intentan imitar a modelos televisivos.



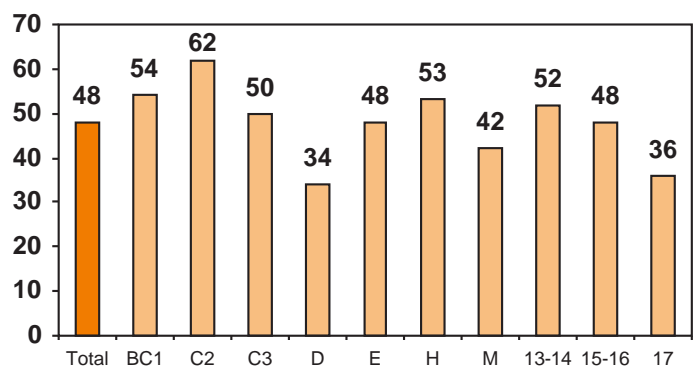
Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿En qué cosas, dirías que intentan o les gustaría parecerse (a las personas que aparecen en la televisión)?

Estos datos hablan de un nivel de influencia directo de la televisión, que se mueve en el rango de las modas, el argot o el slang, y los estereotipos físicos. Un nivel de influencia respecto de dimensiones más profundas podría ejercerse de forma más compleja, con una recepción mucho más elaborada por parte de los adolescentes.

Entre los programas mencionados por los adolescentes cuando se les pregunta por aquéllos que muestren problemas vividos por ellos, aparecen fundamentalmente las teleseries juveniles. “Es Cool”, “Bienvenida realidad” y “17” aparecen entre los cinco primeros lugares. “Mekano” también se cuela entre los programas más representativos, arrastrado principalmente por los estratos D y E. Otro dato es la alta mención que recibe “Pasiones”, ubicándose en cuarto lugar. “Pasiones”, es un programa de conversación, que se transmite en las tardes, que presenta recreaciones ficcionalizadas y que trata problemas sentimentales incluso con profesionales en el set. Es preferido principalmente por mujeres, al igual que “Mujer Rompe el Silencio”, del género docu-drama en el que se recrean casos reales vividos por mujeres chilenas –y que también se transmite después de las 22:00 hrs.

También es necesario destacar, sin embargo, que cerca de un 50% de los adolescentes es incapaz de mencionar algún programa específico que interprete sus temáticas, o bien señala explícitamente que ninguno lo hace. Como muestra el siguiente cuadro, este porcentaje es mayor entre los más jóvenes, y se confirma además la mayor lejanía de los grupos medios altos, esta vez en particular del C2.

Porcentaje de adolescentes que no menciona ningún programa que lo represente



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿En qué programa de la tele chilena salen personas a las que les pasan cosas parecidas a las que te suceden a ti o a tus amigos? (Porcentaje que responde Ninguno, o NS-NR).

Esto implica un importante desafío para generar programas que sean capaces de motivar, identificar e interpretar a la audiencia adolescente. Tanto más por cuanto se trata de un grupo que valora la televisión. Un 52% considera que aprende de la televisión. Recuérdese también que un 14% de los adolescentes asegura que lo que sabe de sexo lo ha aprendido en la televisión, cifra no menor en un tema que les interesa, ocupando un cuarto lugar, luego de los amigos, los padres y el colegio, como se ha visto.

Rostros

Al indagar por personajes que les han llamado la atención se aprecia una gran dispersión en las preferencias, con más de 150 menciones distintas, una cifra que se repite al preguntar por personajes que disgustan.

Entre quienes llaman mayormente la atención de este segmento, están los conductores de programas juveniles y los actores y actrices jóvenes, generalmente de telenovelas. Se aprecia por otro lado una esperable diferenciación según sexo, sobre todo entre las primeras mayorías, lo que habla de rostros que interpelan a los jóvenes fundamentalmente sobre la base del atractivo físico.

Entre los preferidos por las mujeres se cuenta Benjamín Vicuña, con una clara mayoría de 31%, seguido por Jorge Zabaleta, con 13% y Janis Pope con 9%. Estos dos últimos también son mencionados por los hombres aunque en distinta medida. Janis Pope aparece en primer lugar con 12%, seguido de Ernesto Belloni (Che Copete) con un 11% y Kike Morandé con un 9%. Esta clasificación sugiere que las mujeres orientan más sus preferencias sobre la base del atractivo físico, en tanto que los hombres valoran más otras dimensiones, tales como el humor.

Al indagar por los personajes que más desagradan a los adolescentes, se aprecia también una gran dispersión de opiniones, a excepción de un personaje del momento en un reality show. También es de destacar que muchos de los nombres se repiten entre los preferidos y los rechazados, lo que habla de una recepción más bien polar de los rostros más conocidos de la televisión. Esto es particularmente cierto para los conductores de programas para adultos, que obtienen evaluaciones más polémicas, en el sentido de ser muchas veces objeto de gusto para unos y disgusto para otros.

Los males de la TV

Los adolescentes tienen opiniones divididas en cuanto a la pertinencia de que los niños menores vean mucha televisión. La afirmación “no se debe permitir que los niños vean mucha televisión” alcanza un acuerdo del 36%, debido principalmente a las mujeres de la muestra -que ya presentan actitudes protectoras-. Se puede notar, que, a medida que avanza la edad, los adolescentes creen que no es positivo que los niños vean mucha televisión.

Con un importante grado de crítica, los adolescentes consideran en un 46% que el nivel de los programas de la televisión chilena está empeorando, y esta crítica aumenta con la edad y a medida que se sube en el estrato socioeconómico.

En cuanto a si la televisión manipula a las personas, los adolescentes están de acuerdo en un importante 44%, con menor énfasis entre los más jóvenes y mayor énfasis entre los mayores, pero sin grandes diferencias entre los distintos estratos sociales.

Por último, el nivel de acuerdo con la afirmación “La televisión impide tener una actitud crítica” es más bajo, alcanzando un 30%, donde los adolescentes de mayor edad y los de estratos más altos son más críticos.

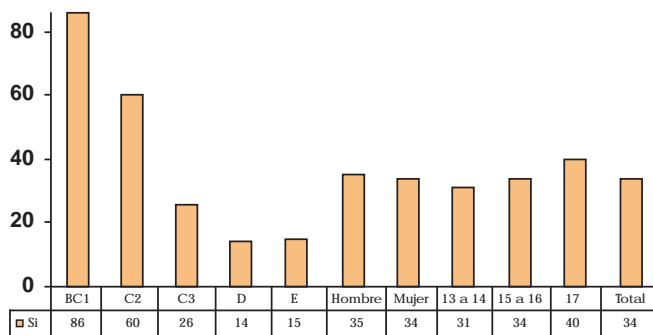
b) Internet y Celulares

La internet, los celulares y en general la tecnología aumentan sistemáticamente su presencia en la cotidianeidad de los adolescentes. Sin lugar a dudas los adolescentes se encuentran en un mundo ampliamente mediatizado y cruzado por interfaces tecnológicas, lo cual condiciona su sociabilidad, sus procesos de aprendizaje y a veces acrecienta su distancia en manejo informativo respecto de los adultos que los rodean.

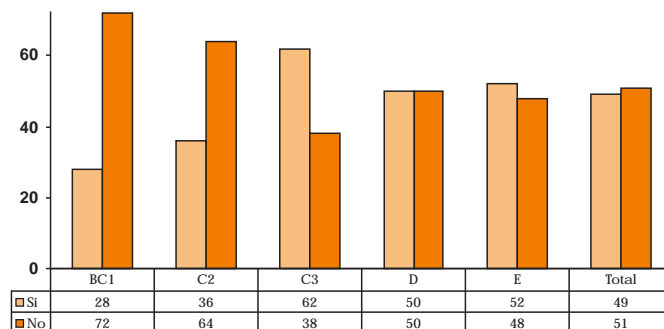
¿Navegan por Internet los adolescentes?

La internet presenta todavía a nivel total de la muestra una incidencia moderada, si bien se advierte una fuerte penetración de uso en los estratos medio y medio alto. Por otro lado llama la atención la transversalidad del acceso en términos de los tramos de edad evaluados, otorgándole a la conexión a internet una realidad generacional no solo limitada a los adolescentes mayores sino que a todos.

¿Navegas por internet?



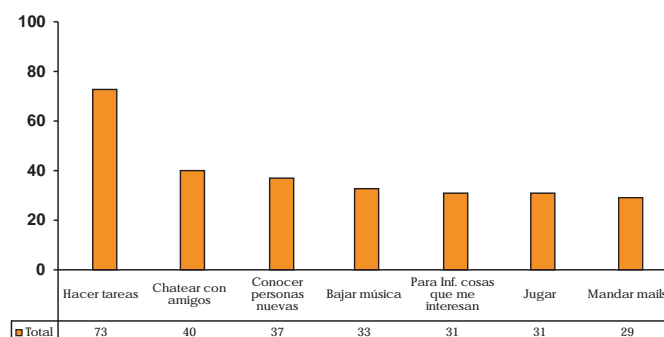
¿Navegas en un Ciber Café?



¿Dónde navegan?

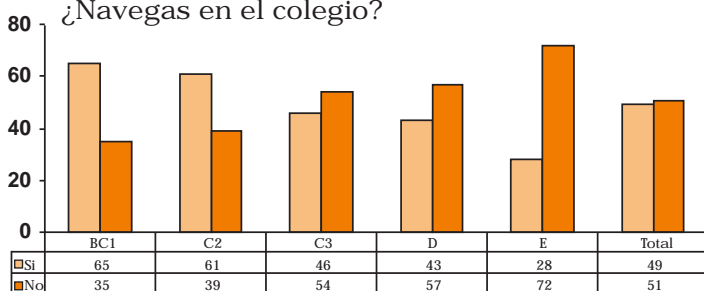
El colegio, la casa de amigos y familiares y los ciber-café son las alternativas de conexión más utilizadas por los distintos adolescentes para acceder a internet. De este modo el navegar se considera una actividad necesaria y se buscan las distintas posibilidades de acceder a ella. No obstante, se advierten diferencias en función de los grupos socioeconómicos analizados y el equipamiento del entorno inmediato, de tal modo que los niveles medios y altos destacan por un mayor acceso a esta tecnología en el colegio y en casa de amigos y familiares, en tanto que los grupos bajos se igualan en función del uso de ciber café, en donde todos los grupos se presentan de manera homogénea. Esta variación en los datos nos demuestra la gran demanda por internet por parte de este grupo: todos buscan la manera de navegar.

¿Para qué usas internet?

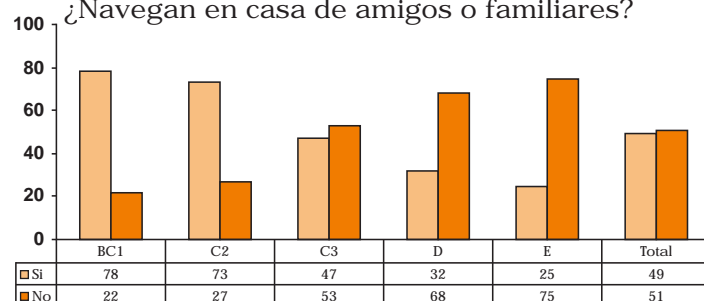


Al ya argumentado interés en la conexión se unen los usos otorgados a este medio, en donde destacan la fusión de distintos intereses que van más allá de la simple diversión y entretenimiento. De manera mayoritaria la búsqueda de información de interés. Hacer tareas y buscar cosas que me interesan, constituyen las prácticas más validadas por los adolescentes, valores informativos a los que se suman la posibilidad que les brinda este medio de expresar y extender su sociabilidad: el conectarse con amigos, mandar mails y conocer personas nuevas.

¿Navegas en el colegio?



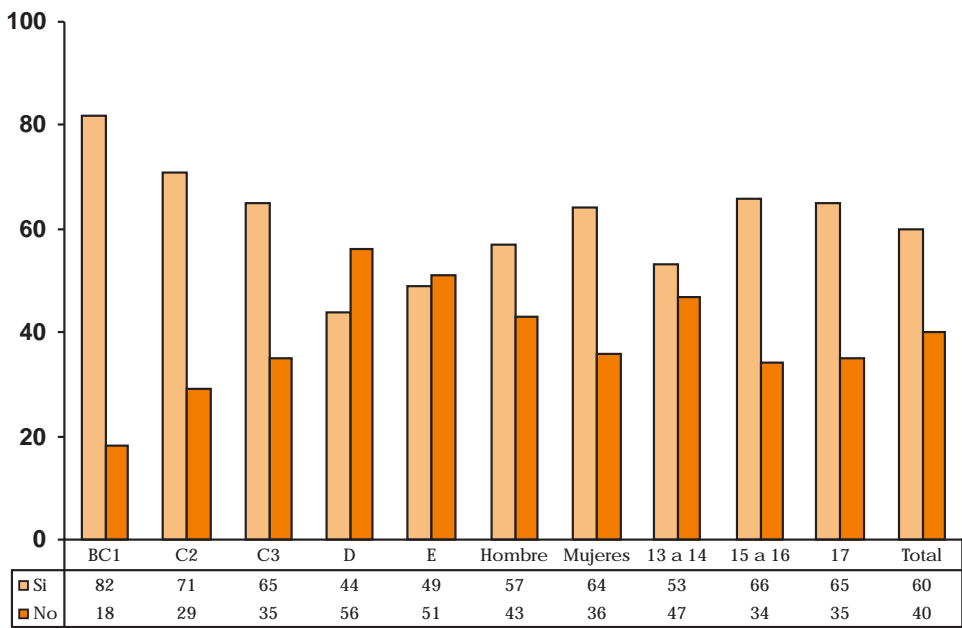
¿Navegan en casa de amigos o familiares?



El celular y los adolescentes

El celular constituye otro elemento tecnológico de gran penetración entre los adolescentes. Este fenómeno se extiende dentro de los distintos grupos socioeconómicos y tramos de edad. De este modo esta generación se define como altamente conectada en donde el teléfono

móvil es una herramienta de sociabilidad y acceso para todos los grupos, advirtiéndose a nivel de tendencia una penetración mayor a futuro dada la incorporación creciente de los grupos de menor edad.



Encuesta Adolescentes. Pregunta. ¿Tienes celular?