

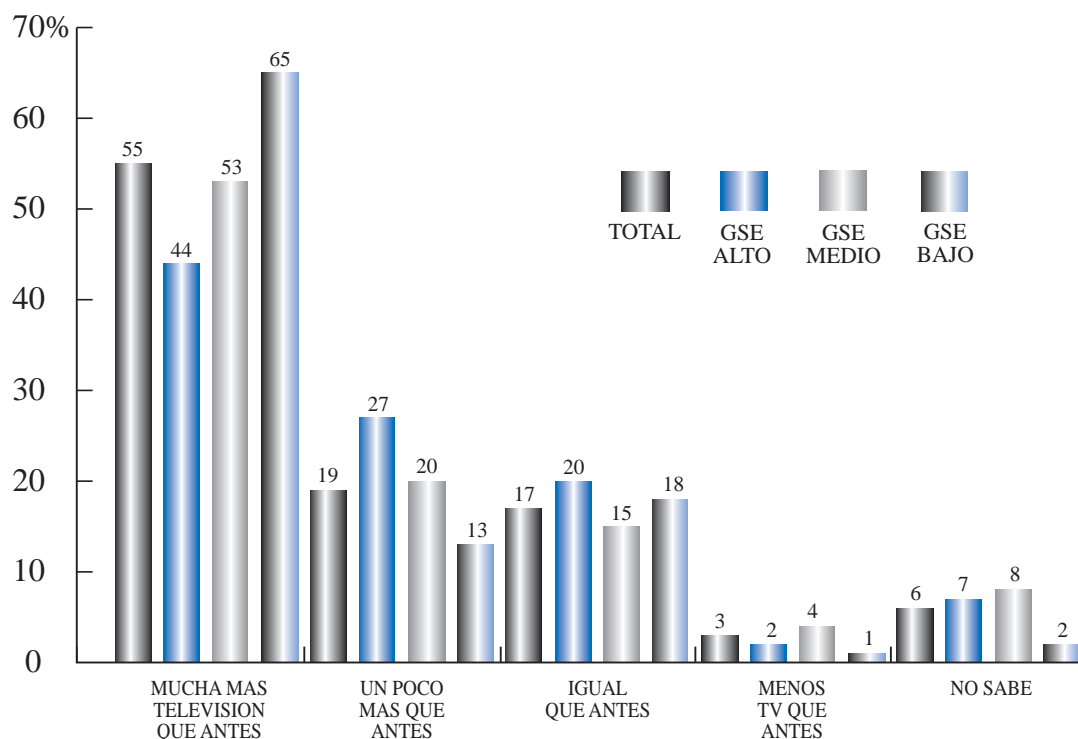
La llegada de la televisión pagada a los hogares ha tenido un impacto general en el consumo televisivo, pero

especialmente en los estratos más bajos.

Consumo diario infantil de distintos medios

% que menciona que los niños de la casa consumen todos los días el medio

Base: Hogares con hijos menores de 13 años (N ponderado: 1524)



Encuesta Nacional de Televisión 2002 - Consejo Nacional de Televisión / Adimark Comunicaciones.

4.4.5 La familia y los medios de comunicación

Los Tweens son sin duda alguna, grandes consumidores de medios de comunicación, en especial de televisión, seguido de radio y revistas.

Televisión

En primer lugar destaca la televisión como el medio de comunicación de mayor consumo. Es así como existe gran conocimiento por parte de los Tweens respecto a la programación televisiva y mucha claridad en cuanto a qué programas disfrutan en compañía y cuáles prefieren ver solos.

La familia forma parte del hábito de ver televisión. Cerca de la mitad de los Tweens (46%) afirma ver programas

juveniles y de entretenimiento –incluyendo "reality shows" y teleseries - en compañía de sus familiares.

Sin embargo, a la hora de elegir programas de dibujos animados que forman parte de su propia cultura "Tween", este grupo prefiere verlos solos (46%) lo que apunta a un cierto grado de autonomía en sus gustos y la forma de disfrutarlos.

Preferencias televisivas

En cuanto a las preferencias televisivas, los datos de rating señalan que la programación que ven los menores de 4 a 14 años es bastante similar en cuanto a géneros, primando

programas dirigidos a un público amplio de distintas edades y no necesariamente infantil, donde las telenovelas tienen un lugar destacado.

Los diez programas más vistos en el 2002

Ambos sexos - 4 a 9 años- GSE ABCD		Ambos sexos - 10 a 14 años- GSE ABCD	
Programa	Rating	Programa	Rating
El Circo de las Montini	16,1	El Circo de las Montini	16,5
Video Loco	10,4	El Juego de la Vida	16,3
Purasangre	10,2	Tic Tac	13,6
Festival de Viña	10,1	Mekano	13,4
Power Rangers	10,1	Festival de Viña	11,4
Si se la puede gana	10,1	Best Sellers	11,3
El Juego de la Vida	9,7	Amigas y Rivales	11,2
Mekano	9,6	Jappening con Ja (recuento)	11,2
Chicas Superpoderosas	8,6	Purasangre	11,2
Arnold	8,4	La Gran Sorpresa	10,9

Fuente: Time Ibope

Los diez programas más vistos en el 2003 (Enero - Julio)

Ambos sexos - 4 a 9 años- GSE ABCD		Ambos sexos - 10 a 14 años- GSE ABCD	
Programa	Rating	Programa	Rating
Protagonistas de la Fama, la gran final	13,9	Protagonistas de la Fama	32,9
Machos	12,9	Puertas Adentro	17,1
Puertas Adentro	12,3	Machos	16,7
Mujer Rompe el Silencio	12,1	Protagonista de la Música	16,4
Medabots	11,9	16	16,0
Gala Rojo	11,8	Festival de Viña	15,6
Yu-Gi-Oh	10,8	Mujer Rompe el Silencio	14,9
Cuentos de Mujeres	10,5	Gala Rojo	14,0
Copa Gato	10,2	Mea Culpa	12,6
Cubox	10,0	Protagonista de vuelta en casa	11,5

Fuente: Time Ibope

Se ha de considerar que los rangos de edad de estos datos no coinciden con los del estudio actual que considera a los menores de 8 a 13 años.

En el Informe 8/13, los Tweens mencionan espontáneamente cincuenta programas de televisión como sus favoritos. En cuanto a tendencias, destacan los programas dirigidos a un público juvenil - reality shows, misceláneos juveniles, teleseries- y los dibujos animados. Las diferencias de edad en cuanto a gustos sólo se aprecian

en algunos programas, como es el caso de los reality shows, donde las menciones provienen mayoritariamente de los encuestados de 10 años y mayores. Los dibujos animados por otra parte, aparecen con más frecuencia entre los de 8 y 9 años.

4.4.6 Programa más entretenido de la televisión chilena

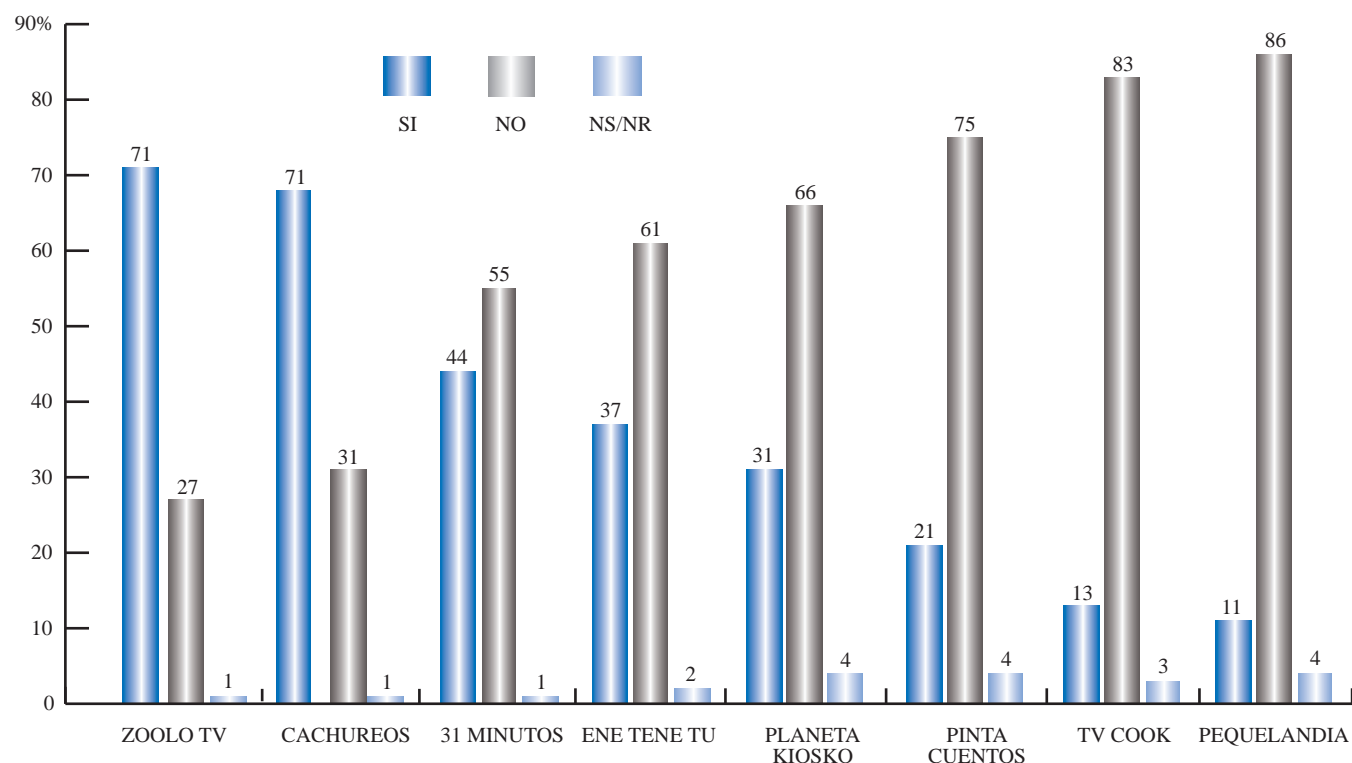
Géneros y Programas más nombrados	Sub-Total	Total
Reality Shows		
- Rojo Fama contra Fama	18	
- Otros: Protagonistas de la Música, Operación triunfo, Protagonistas de la Fama	7	25
Conquistadores del Fin del Mundo y Reality Shows en general		
Misceláneos Juveniles		
- Mekano	17	
- Tremendo Choque, Pantalla Abierta	1	18
Dibujos Animados		
- Dragon Ball 2, Goku	4	
- Dibujos Animados en general	3	
- Pokemon, Bob Esponja, Arnold, Hamtaro, Los Picapiedras, Pájaro Loco, Fuerza Salvaje, Tom y Jerry, Arale, Chin Chan, Aventuras en Pañales	8	15
Teleseries		
- Machos	11	
- 16 años, Puertas Adentro, teleseries en general	4	15
Misceláneos Infantiles		
- Zoolo TV	3	
- Tronia	2	
- El Club de los Tigritos, Cubox, Profesor Rosa	4	9
Misceláneos Adultos		
- Morandé con Compañía	3	
- CQC, Vértigo, Japening con Ja	1	4
Programas Culturales e Instruccionales		
- La Ley de la Selva	2	
- Mundo Salvaje, Culturales en General	1	3

Base: Todos los Tweens entrevistados

Gran parte de los Tweens ha visto programas infantiles nacionales, los cuales además se evalúan positivamente,

si bien en alguna medida se consideran "para cabros chicos".

¿Has visto alguno de los siguientes programas que dan en la televisión chilena?



¿Cómo calificas los siguientes programas?

	Entretenido/ Bueno/ Muy Bueno	Fome / Perno	Para cabros chicos	NS - NR
31 Minutos	76	12	11	1
Zoolo TV	73	13	13	1
Planeta Kiosko	61	21	15	3
Pinta Cuentos	53	22	18	7
Cachureos	53	17	30	0
TV Cook	50	34	7	9
Ene Tene Tu	39	26	26	8
Pequelandia	36	29	29	6

Base: Quienes han visto estos programas

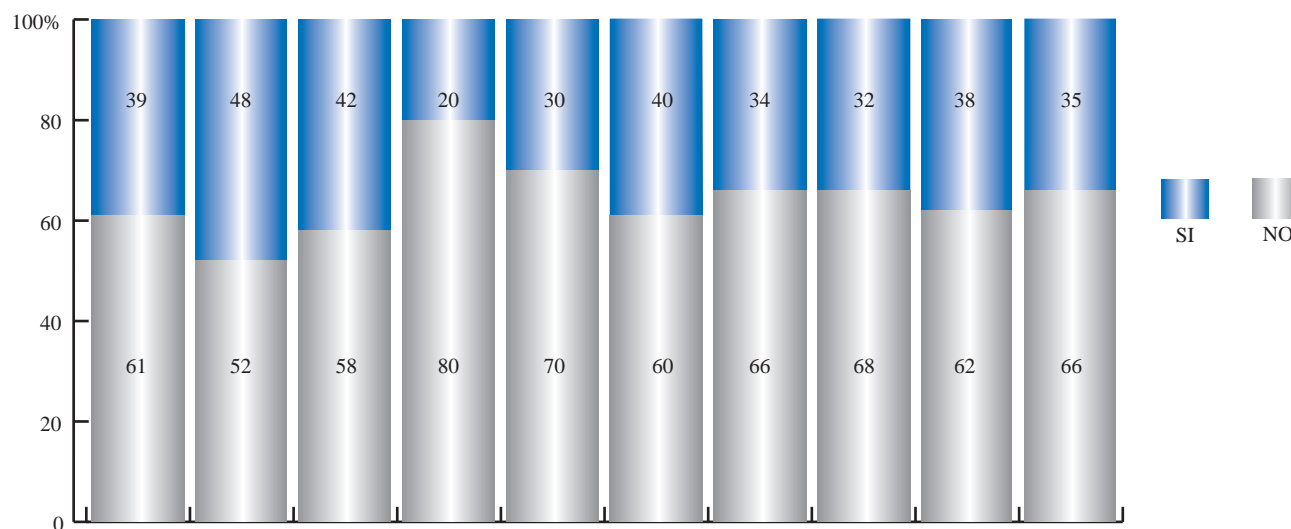
Destacable es que tres de los cinco primeros lugares son programas financiados por el Fondo Concursable del Consejo Nacional de Televisión.

4.4.7. Televisión e interactividad

La televisión también ha convocado a este segmento a participar a través de llamadas telefónicas (de teléfonos fijos y celulares) a los canales. Más de un tercio de los menores encuestados (35%) afirma haber votado

telefónicamente en algún programa televisivo, sin diferencias por tramo de edad. Las diferencias existen entre los estratos altos y medios por un lado, y el bajo por el otro. También es algo mayor en el sexo femenino.

¿Has llamado para votar en programas de televisión?

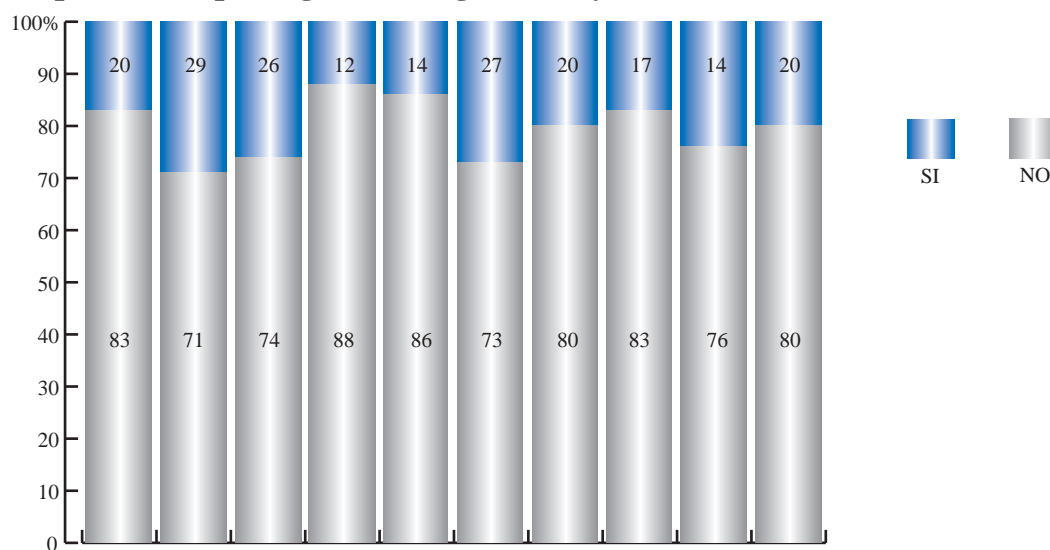


Base: Todos los Tweens entrevistados

Cuando se trata de especificar los programas de Reality Show, las tendencias de participación telefónica también son importantes –algo más de un 20% en promedio– y

más homogéneas entre los Tweens de distinta edad, si bien las mujeres doblan el número de hombres en este caso.

¿Has llamado para votar por alguien en algún reality?



Base: Todos los Tweens entrevistados

De estas conexiones telefónicas es interesante notar que un 15% afirma haberlas realizado por celular, cifra bastante alta si se considera que un 21% de los Tweens encuestados dice poseer uno.

4.4.8. Medios y consumo

La programación televisiva está presente a su vez en otras esferas del mundo de los Tweens, tales como juegos y hobbies. Es así como más del 80% declara haber comprado algún álbum sobre programas o series televisivas y más

de un tercio (35%) juguetes de este tipo. Lo anterior, independientemente del estrato socioeconómico al que pertenecen.

¿Has comprado algunas cosas que salen en TV?

	SI	NO	NS/NR	Total
Album de algún programa de TV	50	49	1	100
Album de alguna serie de TV	33	64	3	100
Revistas de alguna serie de TV	16	79	5	100
Juguetes de alguna serie de TV	35	61	5	100

Base: Todos los Tweens entrevistados

La presencia de la televisión en la vida de los Tweens genera problemas entre los padres, quienes en su mayoría (73%) afirman tener que imponer límites al consumo de este medio. Comparativamente, otros medios y tecnologías

presentes en el hogar - tales como teléfono (fijo y celular), computador, Play Station, internet o arriendo de películas y DVD- no generan para los padres tanta necesidad de control como la televisión.

¿Ud. le pone límite a sus hijos en cuanto a...?

	SI	NO	No aplicable
Ver TV	73	27	0
Hablar por teléfono de la casa	43	49	8
Jugar en Computador	32	24	44
Arrendar películas o DVD	26	46	29
Hablar por celular	25	40	35
Navegar por internet	20	12	68
Chatear por internet	14	9	77

Base: Padres de Tweens

Las razones de los padres para imponer límites a diversos medios y tecnologías dice relación en primer lugar con la expectativa de que sus hijos se concentren en sus

deberes escolares. En segundo lugar, para proteger a los menores de contenidos para adultos.

4.4.9. Consumo de radio

La radio también aparece como un medio de comunicación importante para los Tweens, ya que alrededor de un tercio de los encuestados afirma tener un programa radial preferido.

El 29% de los Tweens identifica claramente alguna estación o emisión radial de su preferencia. Se nombran en total 19 programas y estaciones. No es posible señalar tendencias salvo una excepción, el

programa "Disco Inferno" con "Huevo Fuenzalida" de la FM Hit, con un 11% del total de menciones principalmente en los sectores medios (BC1, C2 y C3) con un promedio de 14% de menciones, y en su mayoría mujeres de los dos rangos de mayor edad, es decir, de 10 a 13 años.

En un segundo lugar aparece la estación radial "Rock & Pop" con un 6% de menciones.

Programa más entretenido de la radio

	GSE%				Sexo%		Edad%			Total%
	BC1	C2	C3	D	Hombre	Mujer	8-9	10-11	12-13	
Huevo Fuenzalida FM Hit	15	15	14	9	7	14	2	12	18	11
Todo de la Rock & Pop + Portal del Web + Feria de las Pulgas	3	7	8	7	10	3	2	4	16	6

Base: Todos los Tweens entrevistados (respuestas espontáneas)

Todos los programas mencionados por los Tweens son para jóvenes y adultos, donde se mezclan la

música rock, pop, sound y cumbia, el humor y la conversación.

4.4.10. Consumo de revistas

Un 31% de los menores afirma comprar o juntar revistas. Es interesante notar que parte importante de ellas se refiere a la televisión.

Quienes compran o juntan revistas, mencionan una gran variedad de títulos, distinguiendo más de 30, entre los que se cuentan: deportivas, de juegos

didácticos, comics y tradicionales como Condorito. Del total de revistas mencionadas por la submuestra que las compra o las junta, se pueden mencionar algunas tendencias que homogenizan o discriminan de acuerdo a la edad, el sexo o el estrato socio-económico de los encuestados.

TV Grama	De gran consumo entre los menores de distinta edad, sexo y estrato social.
Condorito	De mayor consumo entre los varones de estrato alto y de todas las edades.
Educativas	De mayor consumo entre los estratos más bajos (C3 y D), quienes triplican al estrato alto (BC1) y en especial entre los de 8 y 9 años.
Comics	Todos los sectores sociales y edades, si bien más entre los varones.
Nintendo	Casi exclusivamente los varones, lo que viene a reforzar tendencias extranjeras respecto de la mayor oferta de juegos electrónicos para ellos.
Deportes	De exclusivo consumo de los varones de distintos estratos sociales y rangos de edad.
Miss 17	En contraposición, es una oferta dirigida y consumida por las niñas.
Paula y Cosas	También de interés casi exclusivamente femenino, mayor entre los estratos alto y medios, pero distribuidos entre las niñas de todas las edades.

Base: Los que compran o juntan revistas (31%)

4.4.11. Los medios y sus personajes como referentes aspiracionales

Los medios también impactan en cuanto a modelos a seguir o admiración de personas y personajes por parte de los Tweens. Son capaces de mencionar una gran variedad de personas, normalmente de la televisión y en ellas se incluyen participantes de los programas de reality shows. También se identifican futbolistas, actores de cine y cantantes de rock y hasta personajes de series de dibujos animados.

Una primera constatación es que los personajes que más gustan, tienden a ser personas del sexo masculino. En segundo lugar, las mujeres tienden a aducir el atractivo físico (28%) y los hombres el humor (24%) como la razón principal de la elección de sus personajes favoritos.

En tercer lugar, para los Tweens de ambos sexos, el talento (22%) es la otra condición de su preferencia. En cuarto lugar aparece para las niñas la simpatía y ternura como características que determinan su gusto (19%) y para ambos sexos, el ser "buena persona" (6%).

¿Les gustaría parecerse a ese personaje favorito? Para las niñas la respuesta está clara, el 59% de ellas quisiera parecerse a un personaje de bonitos rasgos físicos, respuesta que entrega sólo el 22% de los varones. A ambos sexos nuevamente, les gustaría parecerse a su personaje favorito por lo talentoso y destacado en alguna actividad o destreza.

4.4.12 Interés y uso de tecnologías

Los Tweens manifiestan gran interés por la tecnología. Es así como los padres afirman que sus hijos saben utilizar distintos equipamientos en el hogar, tales como equipo de música, computador, teléfono celular, videograbador y personal stereo. El conocimiento de los Tweens respecto de otras tecnologías, depende del acceso que tengan a éstas, y no de su edad o sexo, razón por la cual el

conocimiento en cuanto al uso en general, tiende a ser mayor entre las familias de estrato alto. Esto se refiere específicamente a chatear y navegar por internet, usar CD portátil y DVD.

Los padres declaran haber aprendido a manejar parte importante de estas tecnologías, enseñados por sus hijos.

Aparatos que su hijo le ha enseñado a usar

	GSE (%)				Sexo (%)		Edad (%)			
	BC1	C2	C3	D	Hombre	Mujer	8-9	10-11	12-13	Total
Computador	39	39	29	27	29	36	27	50	18	32
Equipo música	3	17	26	20	17	22	26	16	13	19
Celular	13	20	22	13	23	10	18	17	15	17
Videograbador	6	8	21	20	19	13	11	13	26	16
Chatear Navegar	6	20	6	4	9	8	1	20	7	9
CD portátil	3	-	11	2	5	3	4	5	3	4
DVD	7	7	2	-	4	1	2	2	5	3
Personal Stereo	3	3	2	3	5	-	1	2	5	3
Ninguno	57	32	39	40	40	39	39	25	58	40

Base: Padres de Tweens entrevistados

Internet

Internet despierta gran interés entre los Tweens: en promedio, el 37% afirma navegar en el colegio, el 26% en casa de amigos y el 21% en su hogar.

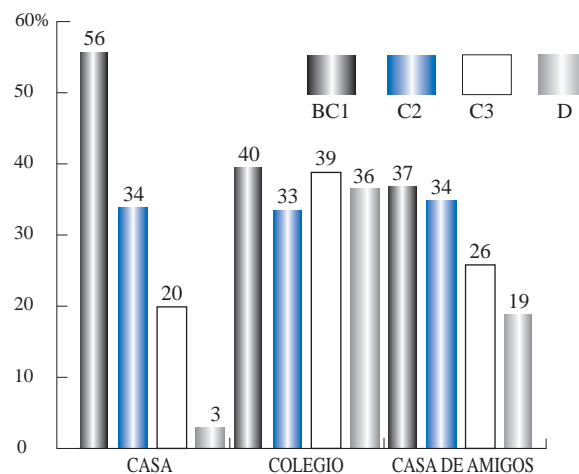
Si bien el acceso en el hogar está bastante determinado por el estrato socioeconómico de las

familias, existen otras formas de acceder a esta tecnología, donde destaca el colegio. Es allí donde las posibilidades tienden a equipararse.

¿Navegas en internet?

	BC1	C2	C3	D	Total
Si	82	65	57	49	59
No	18	35	43	51	41

¿Dónde navegas?



Base: Todos los Tweens entrevistados

Un 7% de encuestados de ambos sexos además afirma usar internet en cybercafés, si bien se trata más bien de los de mayor edad (12 y 13 años).

El uso de la web es diversificado, afirman: jugar (46%), hacer tareas (32%), chatear (11%), buscar información de interés (6%) y bajar música (3%). El uso de internet para los deberes escolares se asocia en mayor medida al estrato bajo y en particular los varones.

Entre las funciones identificadas por los Tweens en

una segunda mención, internet también aparece de utilidad "para vender o cambiar cosas" (4%) y "para comprar" (3%). Estas opciones provienen de los estratos altos y medios (BC1, C2 y C3) si bien más de la mitad de los Tweens quisiera utilizar internet para esos fines (52%).

Casi dos tercios (73%) de quienes navegan manifiesta que quisiera hacer (o aprender a hacer) páginas web, independientemente de su edad, estrato social o sexo.

Cosas que te gustaría hacer por internet.

	Total%
Hacer páginas web	73
Comprar por internet	52
Mandar e-mails	51
Chatear	40
Jugar	2
NS/ NR	12

Base: Tweens que tienen acceso a Internet o navegan (59%)

4.5 Visión de Rayos X

- Llama la atención en este apartado, que los niños, al igual que los adultos¹ dan cuenta de una idea de país focalizada en la familia y la estética del paisaje, resultando conflictivas aquellas temáticas relacionadas con los problemas sociales contingentes propios de un país en desarrollo. Esta visión de país que reportan los niños, habla de la falta de elementos que vinculen a los Tweens a un contexto social más rico en temáticas valóricas y culturales, es decir a una identidad propia de Chile y los chilenos.

Pareciera entonces, que la visión de mundo que este grupo manifiesta es algo así como el espejo que los adultos reflejan directamente en sus hogares o bien a través de los medios de comunicación, que como demuestra este estudio, es una de las principales fuentes de información de los Tweens.

- En cuanto a su futuro personal, los Tweens se proyectan principalmente en dos grandes ámbitos: uno centrado en actividades que les permitan ser famosos, aspecto que demuestra la fuerte influencia de los medios de comunicación en las aspiraciones de este grupo; y otro espacio en el cual se advierte una preferencia por profesiones asociadas al área de servicio, a las personas y a la comunidad.

- Los Tweens perciben de manera ambivalente el mundo de los adultos, ya que por una parte los consideran "buena onda", sin embargo por otra, se les percibe mayoritariamente como poco creíbles y estresados.

1. Ver "Informe Desarrollo Humano En Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural"- 2002

4.5.1. Visión de Chile

Casi sin diferencias los Tweens visualizan el país básicamente desde una perspectiva estética y visual,

sin mayores matices de carácter valórico que denoten una personalidad definida como país.

En tu opinión ¿Cómo es Chile?

	%
Bonito	38
Contaminado	26
Entretenido	14
Fome / Aburrido	9
Grande y largo	4

Base: Todos los Tweens entrevistados (respuestas espontáneas)

Si no hubieras nacido en Chile, ¿en qué país te habría gustado nacer?

Existen dos países que los Tweens ven más allá del territorio nacional como apetecible para haber nacido: Brasil y Estados Unidos.

por los bailes, la música, la entretención, la alegría y cariño de la gente son sus principales asociaciones. Estados Unidos, por sus avances tecnológicos, el idioma y su belleza en general.

Brasil por sus paisajes, naturaleza, playa. También

¿Qué es lo que más/menos te gusta de Chile?

MAS TE GUSTA	%	MENOS TE GUSTA	%
Los paisajes	38	Delincuencia	27
La familia	35	Pobreza	18
Los amigos	9	Políticos	18
Las personas	9	Contaminación / Suciedad	10

Base: Todos los Tweens entrevistados (respuestas espontáneas)

Para los Tweens la mayor fuente de agrado de su país, además de la belleza estética de los paisajes, la constituye su propia familia. Por otro lado, lo que menos les gusta es aquello que los vincula con los

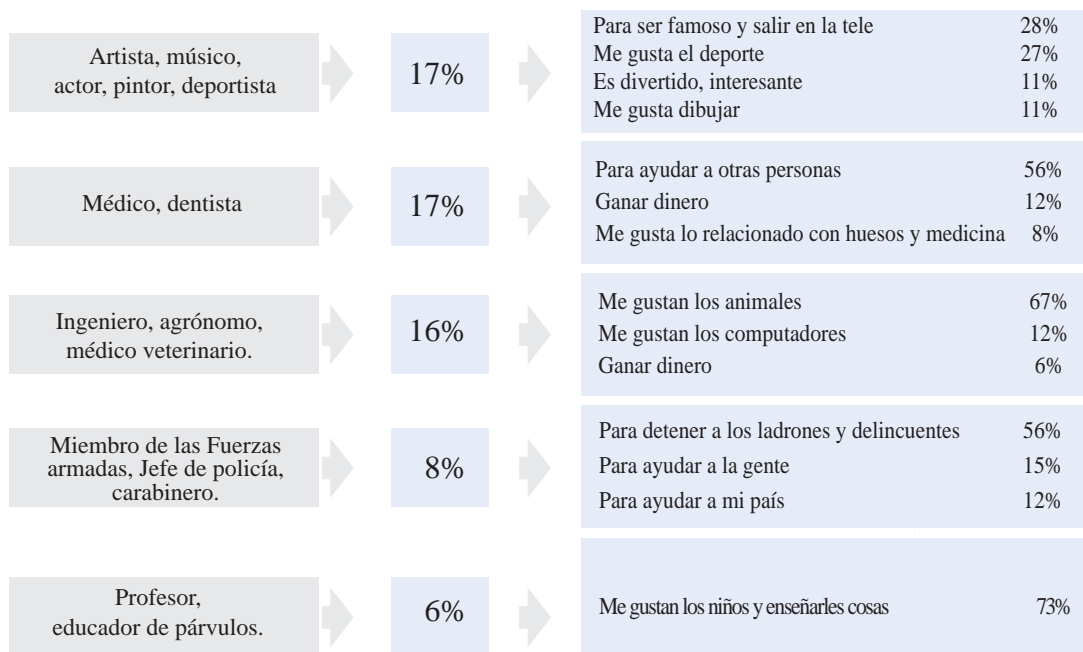
temas de la agenda pública o el mundo principalmente representado por los adultos.

4.5.2. Visión de Futuro

¿Qué te gustaría hacer cuando grande?

De acuerdo a las respuestas espontáneas obtenidas en esta pregunta, se aprecia que tanto la fama como la ayuda o servicio a otros surgen como las

motivaciones más importantes al momento de proyectarse en una actividad o profesión a futuro.



Base: Todos los Tweens entrevistados, (respuestas espontáneas).

Por lo declarado se aprecia una fuerte conciencia del valor del estudio para su futuro. Esta opinión representa a todos los Tweens sin diferencias por

GSE, sexo o edad. Los Tweens validan, al igual que los adultos, la importancia de la educación como el medio más eficiente para acceder al futuro deseado.

¿Qué te ayudaría a hacer lo que quieres en el futuro?

• Estudiar	86%
• Tener plata	17%
• Ayudar a la gente (ser bueno)	13%
• Ser famoso	8%
• Ser honrado, perseverar	1%

Base: Todos los Tweens entrevistados, (respuestas espontáneas).

¿Las cosas que aprendes en el colegio te sirven para el futuro?

• Sí, de todas maneras	85%
• Más o menos no más	10%
• Yo creo que no	3%
• No sé	2%

Base: Todos los Tweens entrevistados, (respuestas espontáneas).

¿Cómo será Chile en el futuro?

Va a estar mejor que ahora	33
Va a estar igual	30
Va a estar peor	14
Va a ser un país más estresado	11
Va a ser un país más relajado	11

Base: Todos los Tweens entrevistados, (respuestas espontáneas).

¿Cómo serán los niños de tu edad en el futuro?

Van a estar más contentos que los niños de ahora	29
Van a estar peor que los niños de ahora	18
Van a ser iguales	18
Van a estar más preocupados	17
Van a ser más adultos	17

Base: Todos los Tweens entrevistados, (respuestas espontáneas).

Respecto del futuro del país, una mayoría relativa (44%) considera que va a ser mejor que ahora y más relajado. Sin embargo, un porcentaje importante de Tweens considera que el país estará peor o más estresado, lo que nos habla de cierta conciencia de problemática más allá de lo personal y quizás

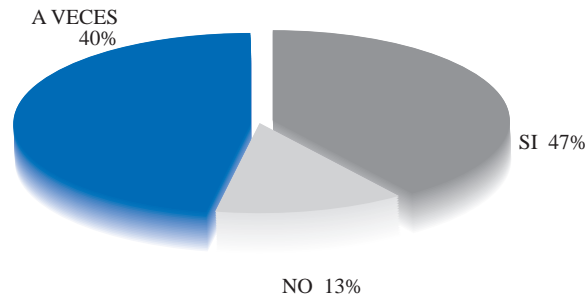
incertidumbres para el futuro, percibida a través de distintas fuentes. Esta apreciación también se refleja en las respuestas referidas a los niños del futuro cuya visión es tendencialmente, más pesimista que optimista, incluso más negativa que la visión del país.

4.5.3. Visión del mundo adulto

Si bien, un alto porcentaje de Tweens declara sentirse satisfecho del trato que reciben de los adultos, el porcentaje entre quienes definitivamente no les gusta y sólo a veces, representa el 53% de los entrevistados. Las razones esgrimidas nos hablan

nuevamente que lo que más les molesta es perder el reconocimiento y la valoración como personas, los retos, los castigos y el no poder opinar o no ser tomados en cuenta.

¿Te gusta como te tratan los adultos?



Base: Todos los Tweens entrevistados

¿Por qué te gusta como te tratan?

Me tratan bien	66%
Se preocupan por mi, que me exprese	19%
Me tratan como persona, me escuchan	8%
No dicen garabatos, no me pegan, no me maltratan	7%
Conversan conmigo, se interesan por mi	7%

Base: Tweens que respondieron que si (47%)

¿Por qué no te gusta como te tratan?

Me pegan, me insultan	26%
Me retan	25%
Se ponen pesados	9%
No me dejan opinar	8%
No me entienden	7%

Base: Tweens que respondieron que no (13%)

¿Por qué sólo a veces te gusta como te tratan?

Porque me retan	31%
Se ponen pesados	12%
Me castigan	9%
No me toman en cuenta	8%
Me pegan, me insultan	7%
No me dejan opinar	7%

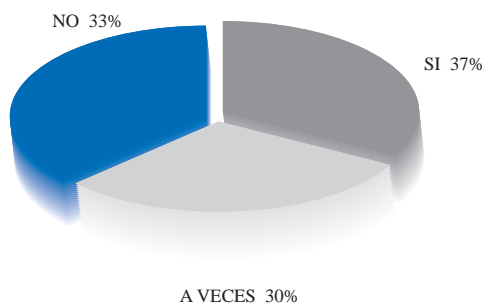
Base: Tweens que respondieron a veces (40%)

¿Sientes que los adultos te tratan como cabro chico?

Una importante proporción de Tweens se siente tratado como niño en alguna oportunidad.

Asumiendo que la denominación "niños" no necesariamente los representa se puede interpretar

que esta sensación va más allá de lo normativo. Nuevamente, surge la molestia frente a un trato que le resta individualidad.



¿Qué haces cuando te tratan así?

Ante un trato que sienten que los infantiliza no hay una tendencia única de respuesta, apareciendo dos formas de enfrentar el conflicto en cuestión: por una parte, la confrontación a través de los reclamos,

especialmente en niños mayores (12-13 años) y de nivel medio (C2); y la evasión a través del silencio o la retirada (grupos altos y bajos BC1 y D).

	Total %
Les reclamas	44
Te da lata y te quedas callado	35
Mejor irse a la pieza o a otro lado	26
Mejor irse a ver tele	10
No sabe / No responde	3

Base: Los entrevistados que dijeron sí y a veces (67%) respuestas espontáneas

4.5.4. Las intervenciones sobre el cuerpo

Los Tweens no están ajenos a modas y tendencias relacionadas con la intervención sobre el cuerpo tales como; adornos, tatuajes y cambios de apariencia, apreciándose ya un cierto interés por algunas de ellas.

Este deseo no es compartido por los padres quienes se muestran mayoritariamente en desacuerdo con estas intervenciones, incluso pensándolas a futuro.

¿Te gustaría...?

	Si	No	NS/NR
Teñirte el pelo	37	55	8
Hacerte un tatuaje	32	61	7
Ponerte aros en las orejas (sólo hombres)	21	74	5
Ponerte aros en el cuerpo	25	69	6

Base: Todos los Tweens entrevistados (respuestas múltiples)

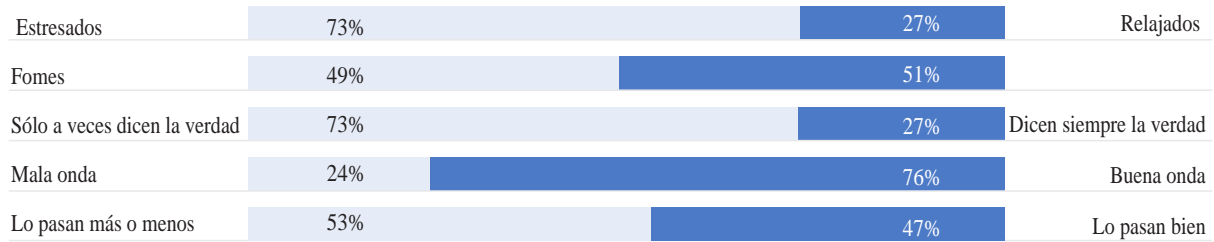
¿Estaría de acuerdo en que su hijo(a) en el futuro...?

	Si	No
Se tiñera el pelo	25	75
Se hiciera un tatuaje	16	84
Se pusiera aros en las orejas (sólo hombres)	28	72
Se pusiera aros en el cuerpo	10	90

Base: Padres de Tweens entrevistados.

4.5.5. La percepción del mundo de los adultos

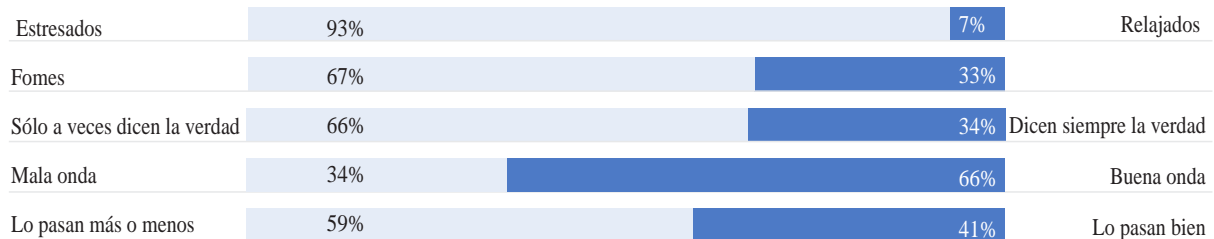
¿Cómo son los adultos?



Base: Todos los Tweens entrevistados

Los Tweens tienen una visión ambivalente de los adultos, por un lado los ven buena onda pero a la vez estresados y en general mentirosos.

¿Usted cree que los niños piensan que los adultos son?



Base: Todos los Tweens entrevistados

Sorprendentemente, los padres tienen una visión aún más crítica y negativa, de sí mismos, mucho más de cómo son realmente percibidos por los Tweens.

4.5.6. Los Tweens informados

¿Qué noticias te han llamado la atención?

	%
La guerra	29
Maltrato a personas y a niños (abandonos, pedófilos)	13
Ataque a las torres gemelas	12
La delincuencia, robos, asesinatos	12
Maltrato a animales	10
Incendios, inundaciones, terremotos	8
Las violaciones, los sicópatas	5
Los accidentes automovilísticos	5
Noticias de los reality, espectáculos	4
Ninguna	19
No sabe	7
Otros temas	25

Base: Todos los Tweens entrevistados (respuestas espontáneas)

Otros (25%)	La falta de leche en los consultorios
Los deportes	Pobreza argentina
La pobreza	La economía, el alza de impuestos
La corrupción	La muerte del Gato Alquinta
Emergencia ambiental, contaminación	Cesantía
Gente enferma	Matrimonios gay
Noticias curiosas	Saber que Pinochet es un asesino
Paro de estudiantes	Exposición mapuche
TLC, Mercosur, DDHH	Los OVNIS
La drogadicción	Legalización de la marihuana
Las cosas sobrenaturales	

Más allá de constatar, a través de la cantidad de temas declarados, que los Tweens son personas tanto o más informadas que cualquier adulto, resulta

interesante recalcar, el contenido negativo de las temáticas declaradas o más recordadas por ellos.