



**Estudio “La Voz de la nueva Generación”  
UP-TNS Gallup**

Tercer Informe

**La tecnología  
según los jóvenes argentinos**

### **La UP y TNS Gallup, tomando el pulso a la nueva generación**

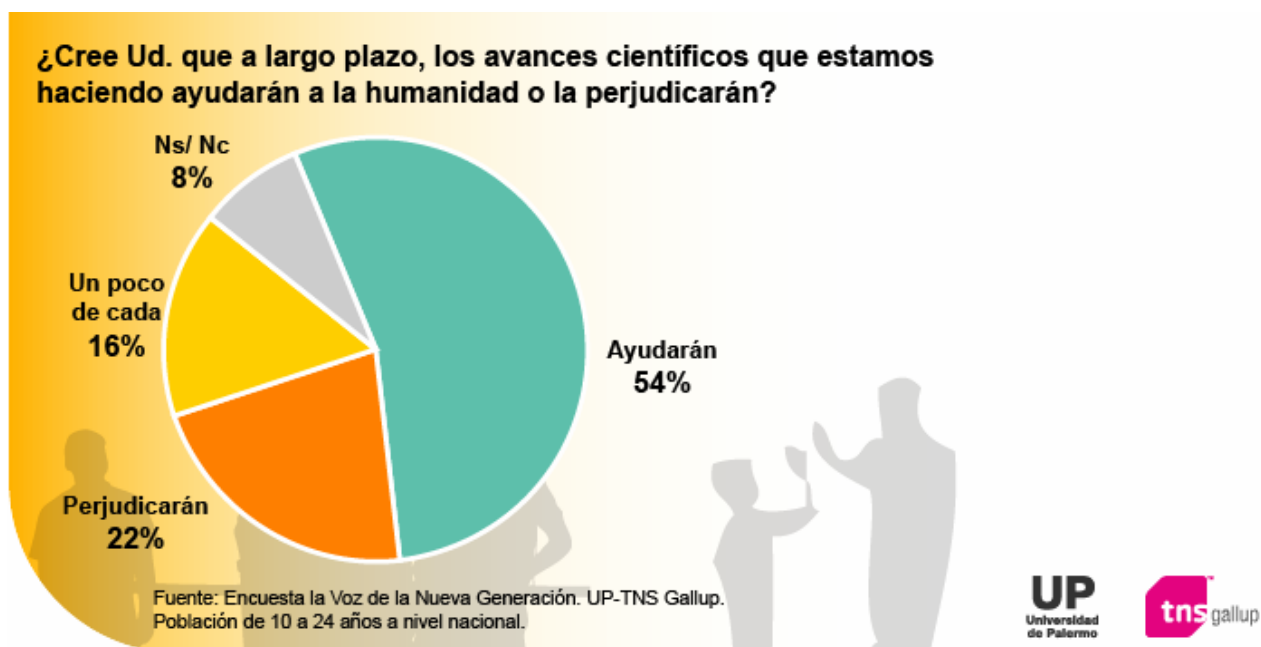
*“La tecnología según los jóvenes argentinos”, la tercera edición de esta abarcativa investigación que se publica hoy, nos muestra la visión de los adolescentes respecto a esta temática y el lugar que ocupa en sus vidas.*

La Universidad de Palermo se acercó a TNS Gallup con la inquietud de entender mejor las actitudes, valores, opiniones y comportamientos de los jóvenes argentinos. Así nació “La Voz de la Nueva Generación”, un abarcativo estudio realizado en población de 10 a 24 años mediante 895 entrevistas cara a cara en hogares de todo el país, que intenta arrojar luz sobre este segmento etéreo, generalmente relegado como *target* de investigación. En esta ocasión se analizan las opiniones de los jóvenes en relación a un tema en el que ellos son expertos, la tecnología.

Gabriel Foglia, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo y promotor de la investigación comentó: *“Desde la Universidad de Palermo buscamos entender cómo los jóvenes sienten y utilizan las herramientas de comunicación en un contexto tecnológico nuevo y complejo, que tiene mucho potencial para la educación y que implica una oportunidad a la misma vez que un desafío”.*

## Los avances científicos y la humanidad

El estudio de la Universidad de Palermo y TNS Gallup exploró cómo los jóvenes conciben el impacto de los avances científicos sobre la humanidad en el largo plazo. La mayoría de los jóvenes son optimistas respecto de los cambios que se avecinan: más de 5 de cada 10 (54%) cree que los avances científicos ayudarán a la humanidad, mientras que 2 de cada 10 jóvenes (22%) manifiestan lo contrario; 2 de cada 10 (16%) creen que los avances pueden tener tanto beneficios como perjuicios. Por último, el 8% de los entrevistados dijo no saber o no contestó esta pregunta.

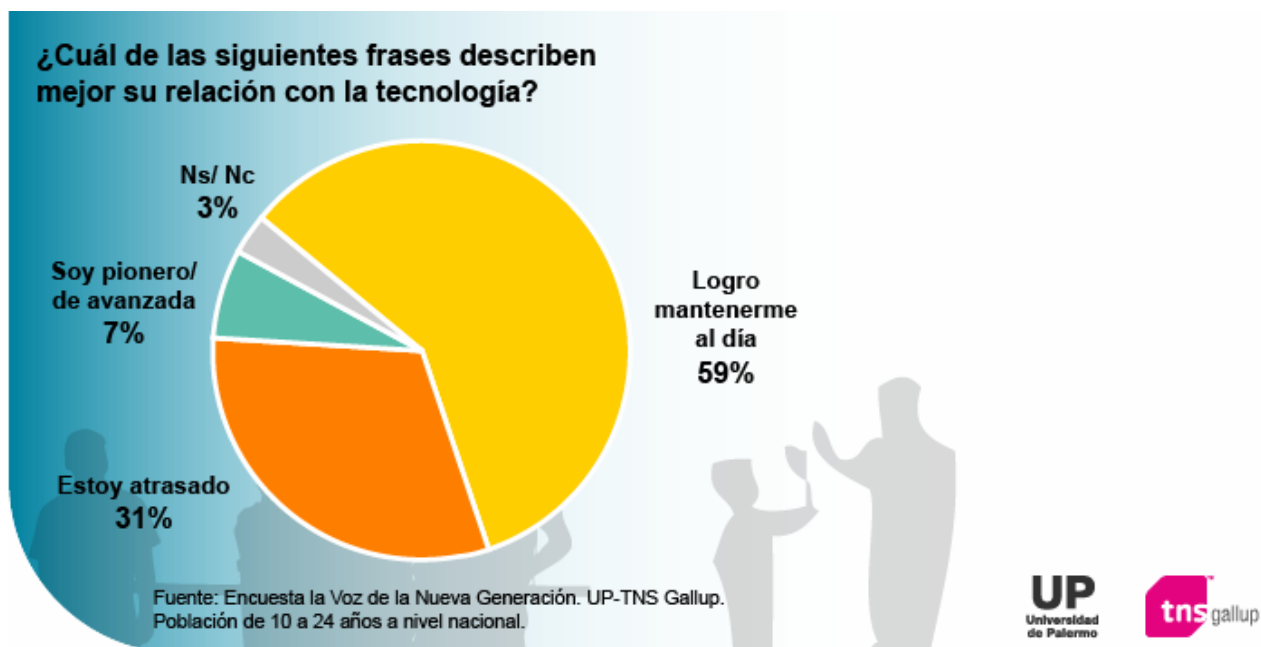


Al analizar la información recabada según estratos sociodemográficos se puede apreciar que es mayor el optimismo con relación a la ciencia entre los jóvenes de Capital Federal (62%) y Buenos Aires (60%) que entre los que viven en el interior del país (52%).

## ¿Cómo se relacionan los jóvenes con la tecnología?

Indagados sobre cómo describirían su relación con la tecnología, 6 de cada 10 entrevistados (59%) afirma que logra “mantenerse al día” y casi uno de cada 10 (7%) se considera “pionero” o “de avanzada”. La proporción de jóvenes que se siente

“atrasada” en lo que a tecnología se refiere es de todas formas significativa: el 31% de la población estudiada.



Al analizar los estratos sociodemográficos, es interesante destacar que crece la proporción de quienes dicen estar “atrasados” respecto de la tecnología entre las mujeres (33% contra 29% entre los hombres), los jóvenes de menor nivel socioeconómico (40% contra 20% entre los niveles medios y 10% en el nivel alto) y en el interior del país (33% contra 25% en la Capital Federal). Por su parte, manifiestan ser “pioneros” o “de avanzada” en tecnología más los chicos que las chicas (9% contra 5%, respectivamente), los de nivel socioeconómico alto (11% contra el 7% entre los de nivel medio y bajo) y los que viven en la Capital Federal (16% contra 6% en el Gran Buenos Aires y 7% en el Interior).

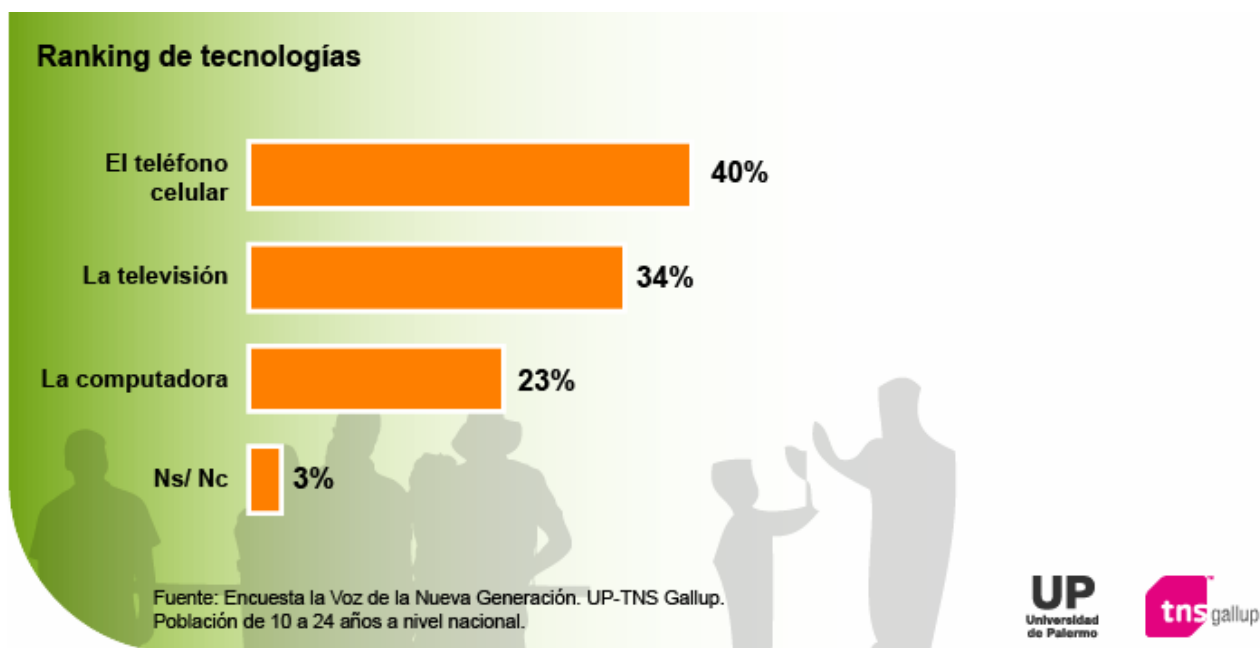
**¿Cuál de las siguientes frases describen mejor su relación con la tecnología?**

	TOTAL	SEXO		EDAD			NIVEL SOCIO-ECONOMICO			ZONAS		
		Masculino	Femenino	10-13	14-17	18-24	ABC1	C2C3	DE	Capital Federal	Gran Bs. As.	Interior
<b>Soy pionero/ de avanzada</b>	7%	9%	5%	6%	9%	7%	11%	7%	7%	16%	6%	7%
<b>Logro mantenerme al día</b>	59%	58%	60%	53%	63%	60%	73%	70%	50%	56%	65%	57%
<b>Estoy atrasado</b>	31%	29%	33%	35%	26%	31%	10%	20%	40%	25%	27%	33%

Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup  
 Población de 10 a 24 años a nivel nacional

**El celular, el preferido**

Se les pidió a los jóvenes que ordenen de primer a tercer lugar la televisión, el teléfono celular y la computadora, de acuerdo a la importancia que tienen en sus vidas. De sus respuestas surge que el teléfono celular lleva la delantera recibiendo la mayor cantidad de menciones (40%). En segundo lugar sigue la televisión (34%) y finalmente, la computadora (23%).



El celular es el bien máspreciado en casi todos los segmentos con tres excepciones. Los jóvenes de clase baja y los más chicos (10-13 años) priorizan la TV y los residentes de Capital Federal destacan la computadora. En la clase alta y media alta, si bien el celular aparece en primer lugar, la computadora tiene muchos más fanáticos que la TV.

### Ranking de tecnologías Según segmentos sociodemográficos

Masculino	Femenino	10-13	14-17	18-24	ABC1	C2 C3	DE	Cap. Fed.	GBA	Interior
Teléfono celular	Teléfono celular	Televisión	Teléfono celular	Teléfono celular	Teléfono celular	Teléfono celular	Televisión	Compu-tadora	Teléfono Celular	Teléfono Celular
Televisión	Televisión	Teléfono celular	Televisión	Televisión	Compu-tadora	Televisión	Teléfono Celular	Teléfono Celular	Televisión	Televisión
Compu-tadora	Compu-tadora	Compu-tadora	Compu-tadora	Compu-tadora	Televisión	Compu-tadora	Compu-tadora	Televisión	Compu-tadora	Compu-tadora

Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup  
 Población de 10 a 24 años a nivel nacional

Para comprender la extensión del uso del celular en nuestros jóvenes basta destacar que 9 de cada 10 entrevistados (91%) afirmó haber enviado un mensaje de texto. Este uso de la telefonía celular es ampliamente mayoritario en todos los segmentos y tiende a crecer con la edad (81% entre los chicos de 10 a 13, 94% entre los de 14 a 17 y 96% entre los de 18 a 24) y a decrecer a menor nivel socioeconómico (97% entre los chicos de mayor nivel, 95% entre los de nivel medio y 88% entre los chicos en la franja socioeconómica más baja).

### Los jóvenes y la informática

El estudio de la Universidad de Palermo y TNS Gallup muestra que 6 de cada 10 jóvenes (56%) declaran que utilizan al menos una vez por semana la computadora. Es interesante destacar que el 59% de los jóvenes de nivel socioeconómico alto utiliza este aparato todos o casi todos los días (contra 34% en los sectores medios y 11% en los bajos) al igual que el 50% de los residentes de la Capital Federal (contra el 20% en el interior del país). Es importante remarcar, sin embargo, que el 22% de la población joven, manifiesta no utilizar una computadora nunca: esta falta de hábito crece en los niveles más bajos (32% mientras que en los niveles altos todos usan la computadora al menos una vez por mes) y en el interior del país (24% contra 8% en la Capital Federal).

#### ¿Con qué frecuencia utiliza computadora, si es que la utiliza?

	NSE				ZONA	
	ABC1	C2C3	DE	Cap. Fed	G.B.A	Interior
<b>Usuarios intensivos</b>	<b>69%</b>	<b>42%</b>	<b>16%</b>	<b>66%</b>	<b>33%</b>	<b>25%</b>
<b>No la usan</b>	<b>0%</b>	<b>12%</b>	<b>32%</b>	<b>8%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>

Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup  
 Población de 10 a 24 años a nivel nacional

Al preguntar si se conectaron a internet en los últimos 30 días, se observa que 6 de cada 10 jóvenes de entre 14 y 24 años afirmaron haberlo hecho. Algo menor es la proporción de chicos de entre 10 y 13 años que navegaron por la red: 4 de cada 10 así lo manifiestan.

El 37% de los jóvenes argentinos afirman chatear al menos una vez por semana. Cinco de cada diez jóvenes de nivel socioeconómico alto lo hacen todos o casi todos los días (48% contra 21% de los niveles medios y 5% de los bajos), al igual que 4 de cada 10 jóvenes de la Capital Federal (41% contra 17% del Gran Buenos Aires y 10% del interior del país). El 46% de los jóvenes manifiesta no chatear nunca, porcentaje que aumenta en los niveles bajos (59% contra 11% en el nivel alto) y en el interior del país (50% contra 17% en la Capital).

**¿Con qué frecuencia chatea, si es que chatea con alguna frecuencia?**

	NSE			ZONA		
	ABC1	C2C3	DE	Cap. Fed	G.B.A	Interior
<b>Usuarios intensivos</b>	<b>56%</b>	<b>27%</b>	<b>9%</b>	<b>58%</b>	<b>23%</b>	<b>14%</b>
<b>No la usan</b>	<b>11%</b>	<b>32%</b>	<b>59%</b>	<b>17%</b>	<b>43%</b>	<b>50%</b>

Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup  
 Población de 10 a 24 años a nivel nacional

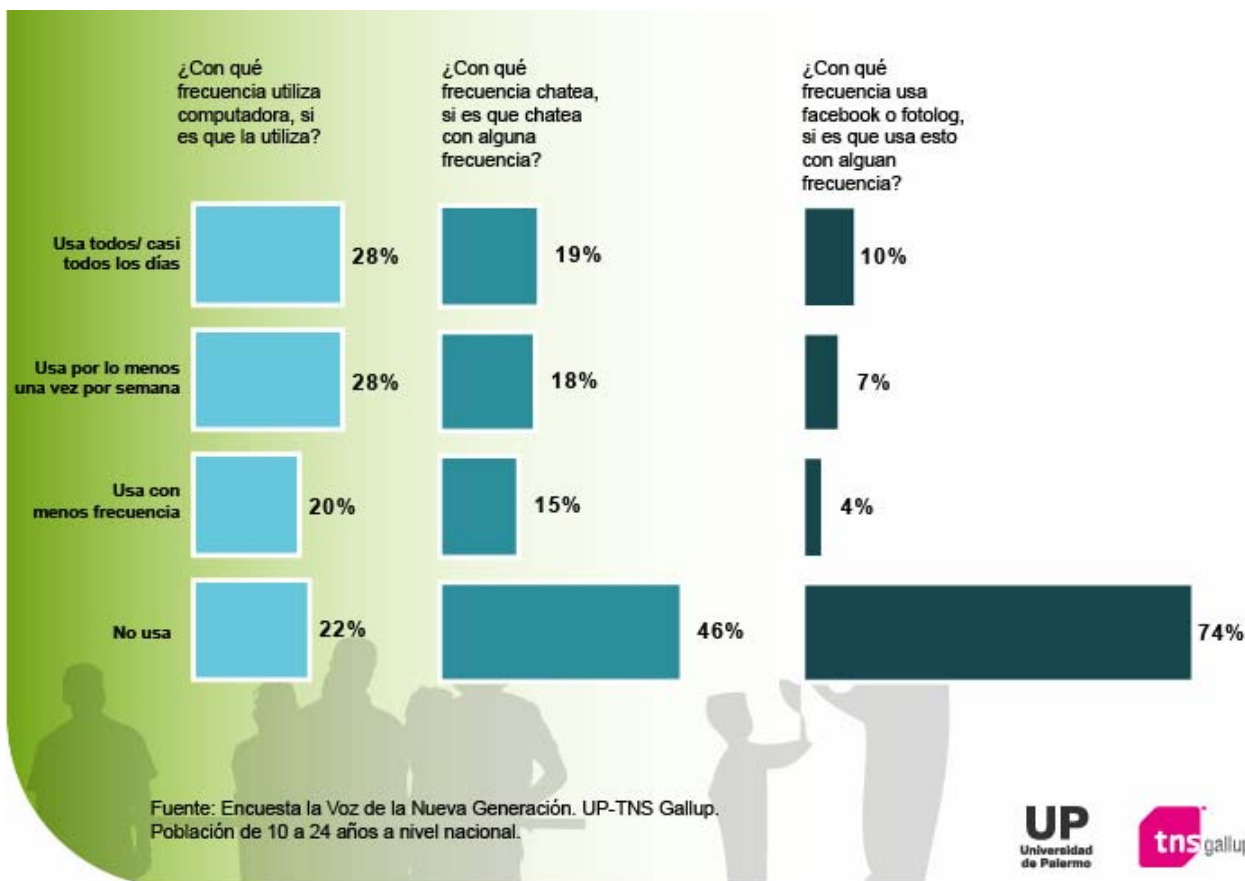
En el marco de los hábitos de uso de la computadora y de los chats, se indagó particularmente acerca del uso de redes tipo Facebook y Fotolog. Es interesante destacar que el 17% de la población bajo análisis utiliza estas herramientas virtuales al menos una vez por semana, y el 7% lo hace todos o casi todos los días. Este hábito cotidiano crece en el nivel alto (23% contra 3% de los niveles bajos) y en la Capital Federal (18% contra 6% en el interior del país). Siete de cada diez jóvenes (74%) declararon no utilizarlo nunca.



**¿Con qué frecuencia usa Facebook o Fotolog, si es que usa esto con alguna frecuencia?**

	NSE			ZONA		
	ABC1	C2C3	DE	Cap. Fed	G.B.A	Interior
<b>Usuarios intensivos</b>	<b>27%</b>	<b>14%</b>	<b>5%</b>	<b>30%</b>	<b>9%</b>	<b>8%</b>
<b>No la usan</b>	<b>38%</b>	<b>68%</b>	<b>82%</b>	<b>47%</b>	<b>75%</b>	<b>76%</b>

Fuente: Encuesta la Voz de la Nueva Generación. UP – TNS Gallup  
 Población de 10 a 24 años a nivel nacional



Queriendo entender las razones de uso de Facebook y Fotolog, la Universidad de Palermo y TNS Gallup preguntaron a los jóvenes para qué usan estas herramientas. Se concluye que lo hacen principalmente para aumentar el contacto con amigos y a su vez para ampliar su red de conocidos: el 45% lo usa para “estar en contacto con sus amigos” y el 31% para “conocer gente nueva / conocer y hacer amigos”. Para “ver fotos” lo usa el 33%, “porque es divertido”, el 17%, para “contar mis cosas”, el 10% y “porque todo el mundo lo hace”, el 5%.



Constanza Cilley, Directora de Investigación de TNS Gallup, comenta: “Los datos recabados confirman que la relación de la generación más joven con la tecnología es fuerte. Sin embargo, nuestros datos demuestran que la brecha tecnológica aún es muy marcada. Fruto de esta diferencia, vemos como la tecnología segmenta la comunicación de este grupo con sus pares de acuerdo a nivel socioeconómico y zona. Si bien los mensajes de texto vía celular están extendidos en todos los

*sectores, el chat, los fotologs y redes tipo Facebook que generan tanto fanatismo en algunos estratos, son considerablemente menos frecuentes en otros”.*

### Para mayor información

---

**UP**

**Laia Farré**

3 Consultores

lfarre@tresconsultores.com.ar

4785-8581

**TNS GALLUP**

**Constanza Cilley**

Directora de Investigación

constanza.cilley@tns-gallup.com.ar

5218-2000

15-3-199-3890

### FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

---

Cobertura: **Nacional**. Universo: **Población de 10 a 24 años**. Tamaño Muestral: **895 casos**. Margen Error: **± 4.5% para los totales, con un nivel de confianza del 95%**. Método Muestral: **Probabilístico, polietápico, estratificado con cuotas de sexo y edad en el hogar**. Técnica de Recolección: **Entrevistas personales domiciliarias**. Fecha de Campo: **Junio 2008**

### ACERCA DE LA UP

---

La Universidad de Palermo es una institución argentina de educación de nivel superior, privado, sin fines de lucro, laica, multidisciplinaria e integrada a su región y al mundo. Su fin primordial es brindar una educación de calidad, ubicándose en la vanguardia en contenidos educativos, fomentando la pluralidad de ideas, y promoviendo la investigación en todas sus disciplinas.

Está conformada por las facultades de Arquitectura, Ciencias Económicas, Ciencias Sociales, Humanidades, Psicología, Derecho, Diseño y Comunicación, e Ingeniería. A ellas se suma la Graduate School of Business, unidad académica que brinda MBAs y Programas Ejecutivos para graduados en carreras de grado.

### ACERCA DE TNS

---

TNS es el líder mundial en información con valor agregado e insights de mercado.

Nuestro objetivo estratégico es ser reconocidos como líderes globales en información con valor agregado e insights de mercado que ayuden a nuestros clientes a tomar decisiones más efectivas.

Como líderes de la industria, brindamos ideas innovadoras y un excelente servicio a organizaciones globales y a clientes locales a lo largo del mundo. Trabajamos conjuntamente con nuestros clientes, cubriendo sus necesidades de información, análisis y proyecciones de alta calidad a través de nuestra red extendida a lo largo de 80 países.

Somos el proveedor número uno en información Ad-Hoc y análisis, combinando un profundo entendimiento de las diferentes industrias con expertise mundial en las áreas de desarrollo de nuevos productos, investigación de segmentación y posicionamiento, investigación de marcas y publicidad y stakeholder management. Somos un gran proveedor de paneles de consumidores, media intelligence e Internet y servicios de medición de audiencia de TV y radio.

TNS es el sexto sentido de los negocios

Visite [www.tns-global.com](http://www.tns-global.com)

## **ACERCA DE KANTAR GROUP**

---

El Kantar Group es una de las redes de investigación, insights y consultoría más grandes del mundo. Al unir diversos talentos de más de 20 empresas especialistas – incluyendo la recientemente adquirida TNS – el grupo pretende convertirse en el proveedor preeminente de insights reveladores y accionables para la comunidad comercial global. Sus 26,500 empleados trabajan en más de 80 países y en todo el espectro de las disciplinas de la investigación y la consultoría, dando la oportunidad al grupo de ofrecer insights del negocio de los clientes en cada uno de las etapas del ciclo de consumo. Los servicios del grupo son utilizados por más de la mitad de las 500 empresas citadas en el Fortune Top. El Kantar Grupo es una subsidiaria de WPP Group plc. Para más información, por favor visitar [www.kantargrouptns.com](http://www.kantargrouptns.com)