

Estudio

CAMBIA TODO CAMBIA

Estudio **CAMBIA TODO CAMBIA**

Las nuevas generaciones

¿QUÉ ESTAMOS EXPLORANDO?

Queremos entender en profundidad desde las personas cómo están viviendo en el contexto actual, desde distintas dimensiones de la vida cotidiana, las relaciones, la vida familiar, el trabajo, el estudio, el uso de espacio y el consumo.



¿CÓMO LO ESTAMOS HACIENDO?

Una perspectiva **cualitativa** y una aproximación **etnográfica virtual**.

De la mano de una mirada integrada de **distintas fuentes de información secundaria**.

Observación y análisis
de tendencias de
marcas y empresas,
sociedad y
consumidor

Social listening por
medio de Brandwatch

40 observaciones y
entrevistas virtuales
a hogares chilenos

8 grupos de pares

24 bitácoras de niños
y niñas

**Análisis colaborativo
con clientes-partners**

- _ Conversatorios
- _ Levantamiento de la visión
de las organizaciones y
empresas

1.

Veremos qué están
viviendo, sintiendo y
necesitando los niños
y jóvenes durante este
contexto sin
precedentes

2.

Analizaremos qué
espacios surgen para
acompañarlos de
mejor manera en las
distintas dimensiones
de su vida

3.

Conversaremos sobre
cómo podemos
colaborar para
empatizar con ellos

*¿Qué espacios de
responsabilidad y cambio
tenemos que considerar hoy?*

¿Por qué profundizar en jóvenes y niños?

Las **nuevas generaciones**, niños y jóvenes, son quienes vivirán con más intensidad el mundo post coronavirus.

Sin embargo, son las generaciones menos estudiadas, las más olvidadas de este momento.

Jóvenes y niñ@s, las generaciones desatendidas

EL FOCO PARECIERA ESTAR PUESTO EN LA TERCERA EDAD

SON PARTE DE LOS PROMEDIOS "GRUESOS"

INFANCIA NO REPRESENTADA NI VISIBILIZADA

ABORDADOS CASI ÚNICAMENTE DESDE ÁMBITOS ESPECÍFICOS O VISIÓN EXPERTA: NO SON OBJETO DE OPINIÓN PÚBLICA

GENERACIONES CARGADAS DE PREJUICIOS

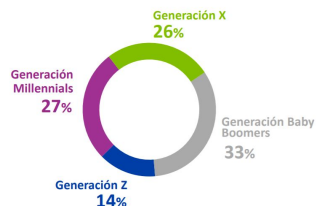
QUÉ PASA **Coronavirus** Sociedad

Adultos mayores en Chile: ¿es la edad el factor de más vulnerabilidad en la pandemia por coronavirus?

Chile es un país envejecido. Recientes datos del INE indican que 2.260.222 (11,9% de la población) tiene 65 años y más. Para 2035 se estima será 18,9% del total de la población (3.993.821).



Estructura de las generaciones en Chile consideradas en el estudio



Generación Z
Personas entre 13 y 21 años.
Es la generación de las APPs, nativos digitales.

Generación Millennials
Entre 22 y 35 años.
Es la generación de los "90". La revolución tecnológica, redes sociales, globalización.

Generación X
Tienen entre 36 y 51 años.
Es la generación de los "80". La transición a la democracia, la democratización del consumo.

Generación Baby Boomers
Tienen entre 52 y 71 años.
Es la generación de los "70", "68". La guerra fría, el mundo Hippie, La revolución del 68, la polarización política.



Crean un challenge en Tik Tok para animar a los jóvenes a lavarse las manos y prevenir el coronavirus



Charla virtual
Nuevos desafíos en la atención psicológica online con niñas, niños, adolescentes y sus familias: herramientas, consideraciones éticas y autocuidado del terapeuta

¡Actividad gratuita. Abierta a todas y a todos!

EXPONEN 22
Marcia O'Hareberry
Asesora Ejecutiva de Psicología UC, Directora de Psicología de la Universidad Católica y en la Universidad de Pennsylvania

Catalina Álvarez
Asesora Ejecutiva de Psicología UC, Coordinadora del Programa de Psicología en la Facultad de Ciencias Sociales y en la Unidad de Salud Mental del Centro Médico San Joaquín

¿CUÁNDO?
18 de mayo 2020 / 17:00 horas.

INSCRIBETE AQUÍ Y RECIBE EL ENLACE DE
zoom

ESCUELA DE PSICOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



Vivencias, tensiones y necesidades de niños y jóvenes

¿Cómo están enfrentando esta crisis?

No podemos olvidar que en nuestro país estamos viviendo una crisis 2.0 después del Estallido Social



Si los adultos, que contamos con mayores recursos y herramientas psicológicas nos vemos fuertemente afectados...

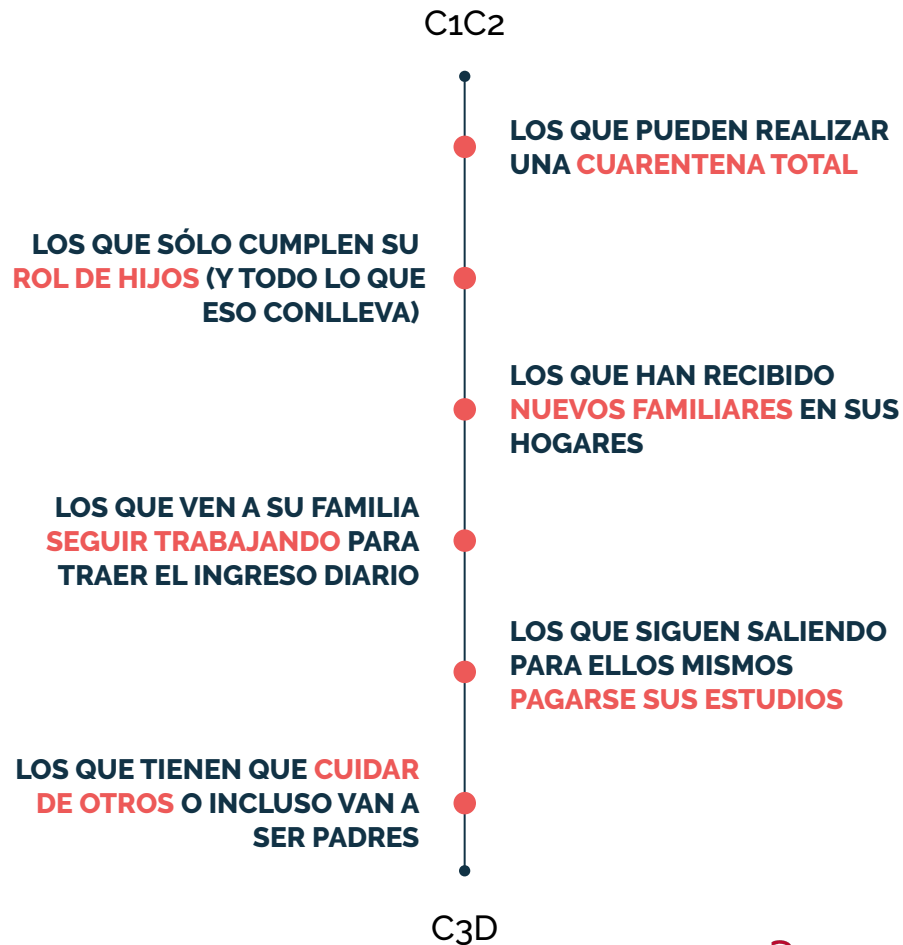
¿Cómo lo hacen los niños, adolescentes y jóvenes, quienes están en pleno proceso de formación, para sobrellevar esta situación?

*"Le enviaría un Whatsapp y una carta (al Presidente) y le diría **que nos deje salir a jugar**" (Niña, 6 años)*

*"(Le pediría a las autoridades) que levantaran la cuarentena donde vivo al menos una semana, **llevo más de un mes encerrada y ya estoy harta**" (Niña, 12 años)*

*"Ha sido distinto... pal estallido, habían cosas que uno podía hacer, moverse libremente entre comillas, **ahora es muy drástico, como que está mucho más limitado todo**, en el estallido uno podía salir a manifestarse, luchar por los cambios, ahora nada..." (Jóvenes 18 a 22 años, C3)*

Las nuevas generaciones
están viviendo esta crisis
desde una diversidad que
evidencia y agudiza las
brechas de nuestra
sociedad



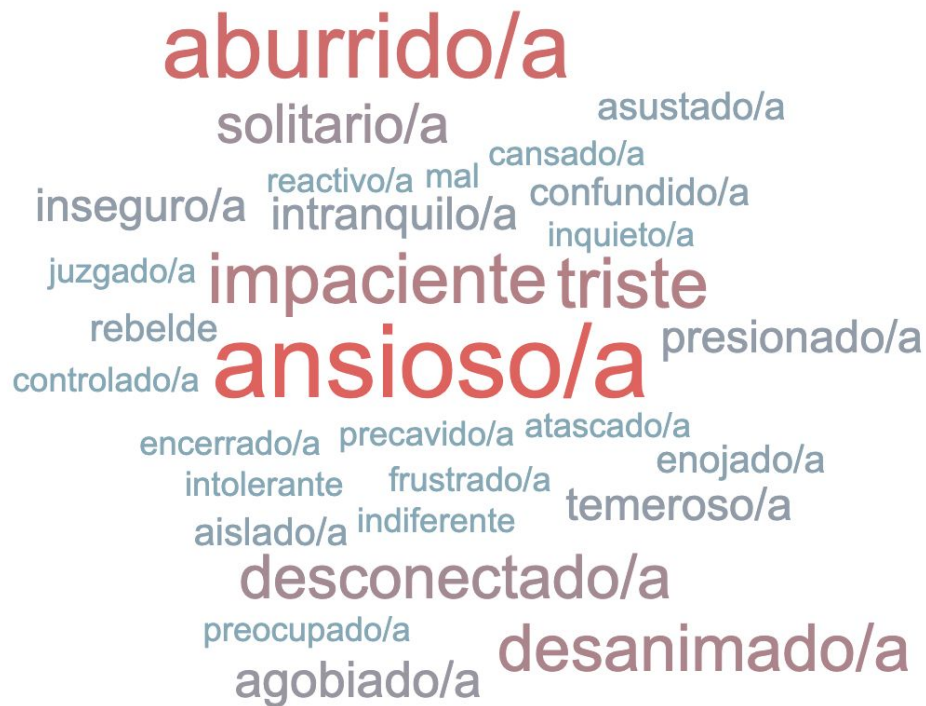
¿Cuáles son las **emociones** de estas generaciones ante la crisis actual?

EMOCIONES

Mientras adultos muestran emociones de temor e incertidumbre, los jóvenes destacan la ansiedad, tristeza y aburrimiento

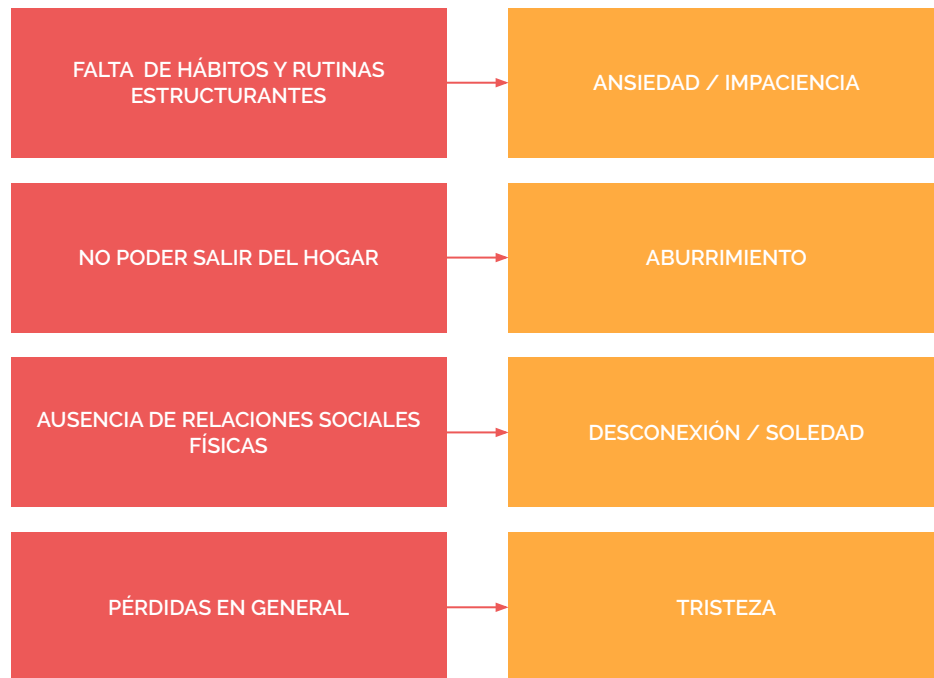
Niños y jóvenes deben vivir en un mundo dominado por adultos, y en este caso, más que una cuarentena viven en el escenario de la incertidumbre de los adultos

(Amanda Céspedes, Neuropsiquiatra infanto - juvenil)



EMOCIONES

La carga emocional negativa de jóvenes y niños surge en respuesta a la pérdida de actividades cotidianas y el encierro



"Siento que esto potenció la ansiedad

de cuarto medio, me preocupa mucho la pérdida de clases del colegio."

(Jóvenes 15 a 17, C1C2)

"A veces no me gusta estar en la casa porque me aburro estando aquí."

(Jóvenes 15 a 17, D)

"Ando todos los días de la cuarentena encerrado, no tengo ganas de hacer nada, a veces no me dan ni ganas de levantarme, no sé si es flojera o estrés"

(Jóvenes 15 a 17, D)

"Lo encuentro terrible, lo encuentro súper difícil a veces me dan ganas de abrazar alguien y ahora es apagar la cámara y lo encuentro doloroso"

(Jóvenes 18 a 22, C1C2)

"Sentirse conectado es estar con personas, salir a explorar el mundo, aprender cosas nuevas, estar con tus amigos, entonces estar encerrados..."

(Jóvenes 18 a 22, C3)

EMOCIONES

**Niños entre 4 y 12 años,
muestran un repertorio de
emociones más acotado y
primario**

El aburrimiento cobra
protagonismo, mientras la
tristeza surge como un elemento
que debiera preocuparnos y
convocarnos a todos como
sociedad



*"estoy feliz, pero por dentro
triste" (Joaquín, 6 años)*

*"me siento aburrida y triste
(Javiera, 10 años)*

*"triste porque no puedo ver a mis amigos y
asustado de que me llegue el coronavirus"
(Sebastián, 6 años)*

EMOCIONES

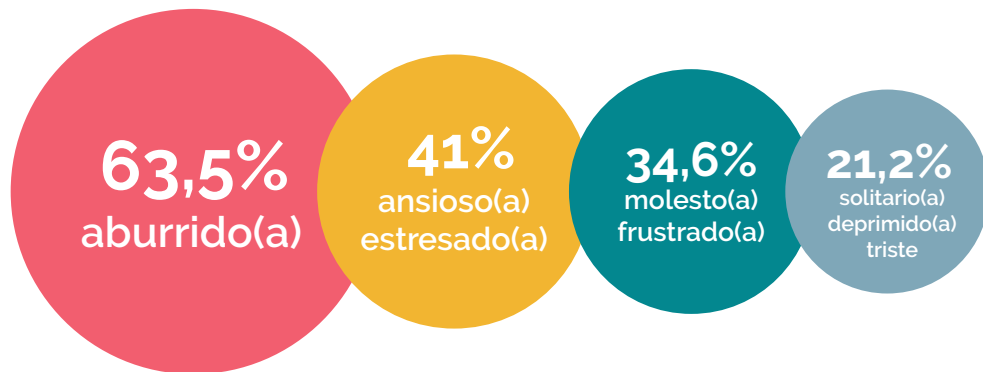
**La falta de madurez +
ausencia de herramientas
para comprender lo que
sucede en su entorno: una
mezcla peligrosa para su
emocionalidad**

*"(Me siento) aburrida y enojada, porque no
puedo ir a ninguna parte" (Niña, 6 años)*

Niño de 4 años manifiesta explícitamente ***sentir miedo a morir***. Al preguntarle por qué, responde que es porque **su madre siempre le dice que él es "el mayor"** (en relación a su hermano) y que, cómo él había escuchado en las noticias que los mayores corrían más riesgo, creía que este era su caso.

Extracto de reportaje Revista Ya "La mirada de los niños", El Mercurio, 05 '20

*[Estudiantes] Pensando en cómo te has sentido estos últimos días ¿qué emociones
representan mejor tu estado de ánimo?*



EMOCIONES

Las emociones y la vivencia del encierro desde la propia mirada de los niños

LA PREDOMINANCIA DE LA TRISTEZA PERO TAMBIÉN LA DUALIDAD EMOCIONAL

FALTA DE LIBERTAD: LA CUARENTENA SE VIVE COMO UNA CÁRCEL

SUS PROPIAS DEMANDAS Y NECESIDADES QUE REQUIEREN SER ESCUCHADAS

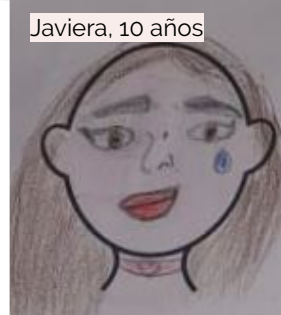
Dibujos Niñ@s

Estudio CAMBIA TODO CAMBIA

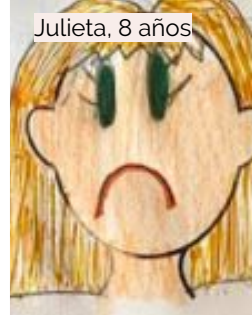
Blanca, 10 años



Javiera, 10 años



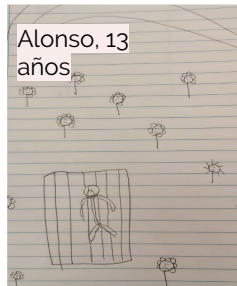
Julieta, 8 años



Javiera, 10 años



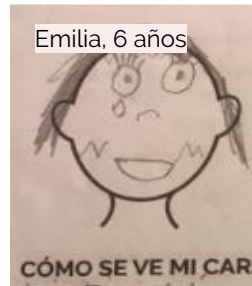
Alonso, 13 años



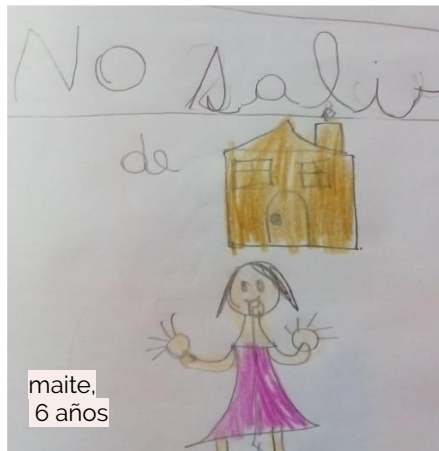
Richard, 12 años



Emilia, 6 años



maite, 6 años



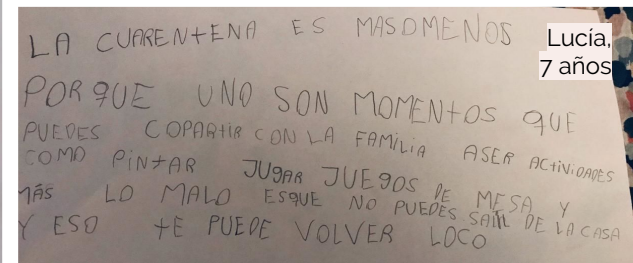
maite, 6 años



Antonella, 12 años



maite, 6 años



Lucía, 7 años

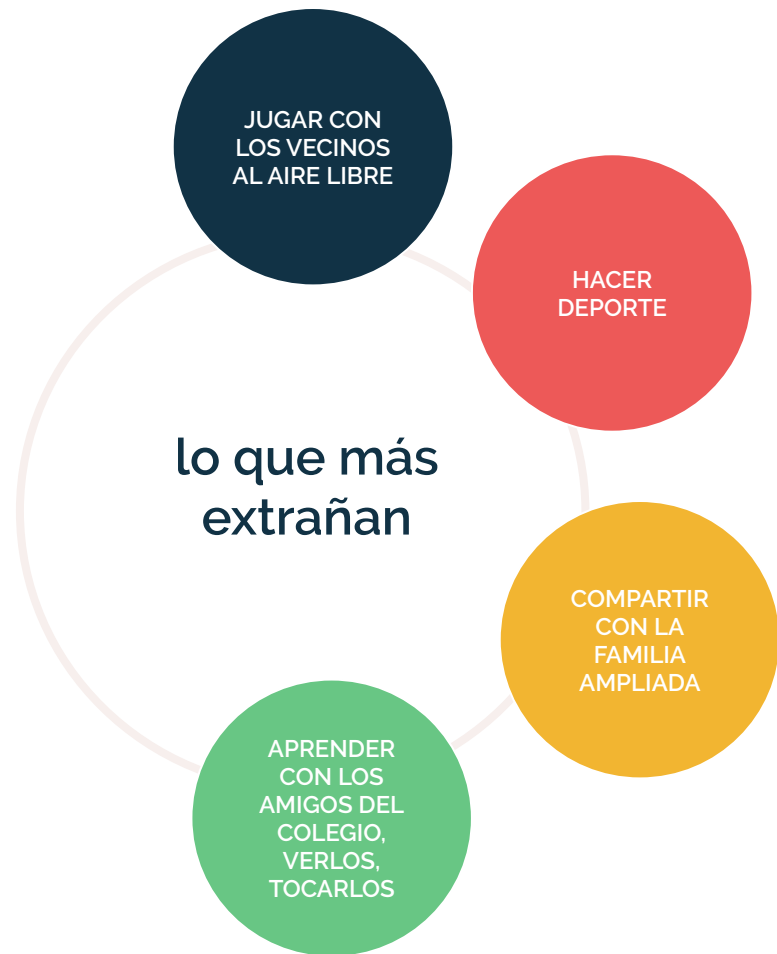
EMOCIONES

Las pérdidas en los niños tienen que ver no sólo con la sensación de encierro y la falta de libertad, sino sobre todo con la distancia de sus afectos, sus redes, sus vínculos, y sus actividades cotidianas

"Cuando esto termine quiero ver a mis abuelitos" (Boris, 10 años)

"No puedo jugar al aire libre con mis amigos, y si lo hago tiene que ser con mascarilla y guantes y a un metro de distancia de los demás pero no es lo mismo" (Isidora, 12 años)

"(lo más malo de esto) es no ir a la casa de las amigas y no poder abrazarse por Zoom" (Maite, 8 años)



EMOCIONES

La familia y poder estar en casa: el lado positivo de la crisis, pero que se evidencia con más fuerza en los segmentos que pueden hacer cuarentena

Se ha producido una autorreflexión y mirada hacia adentro de los propios hogares, que ha permitido relevar lo valioso y “sanador” de los vínculos familiares



“El momento familiar ha sido para conectarnos y conocernos un poquito más, antes de esta situación siempre todos estaban trabajando, no había muchos momentos como para sentarnos y conversar de nuestro día a día... Estamos más juntos” (Jóvenes, 18 a 22, D)

“(Agradezco) pasar más tiempo con mi familia y cocinar” (Niño, 9 años)



“

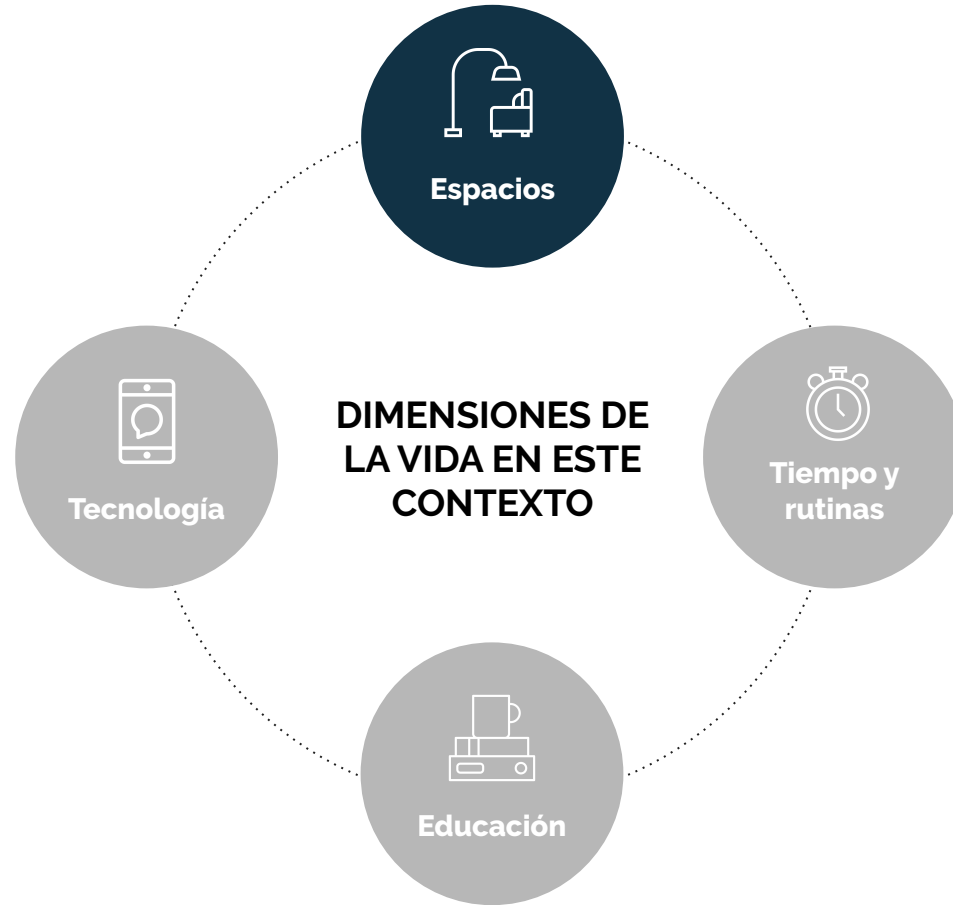
“En tanto crisis existencial, el confinamiento físico debiera favorecer el desconfinamiento de los espíritus; hacernos pasar del amor y la amistad por el yo, por lo individual, a la valoración de la comunidad y la solidaridad del nosotros”

Edgar Morin

Filósofo y Sociólogo francés

**¿Qué ocurre con las distintas
dimensiones de la vida en este contexto?**

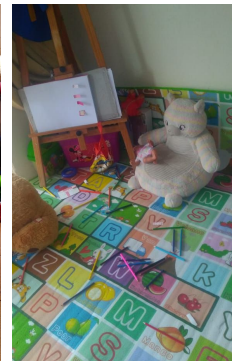




ESPACIOS

La vivencia del espacio es un ámbito que afecta a jóvenes y niños de manera diferente

Para las familias con hijos pequeños, el espacio intenta ser adaptado a los más chicos y sus dinámicas, creando lugares propios para ellos



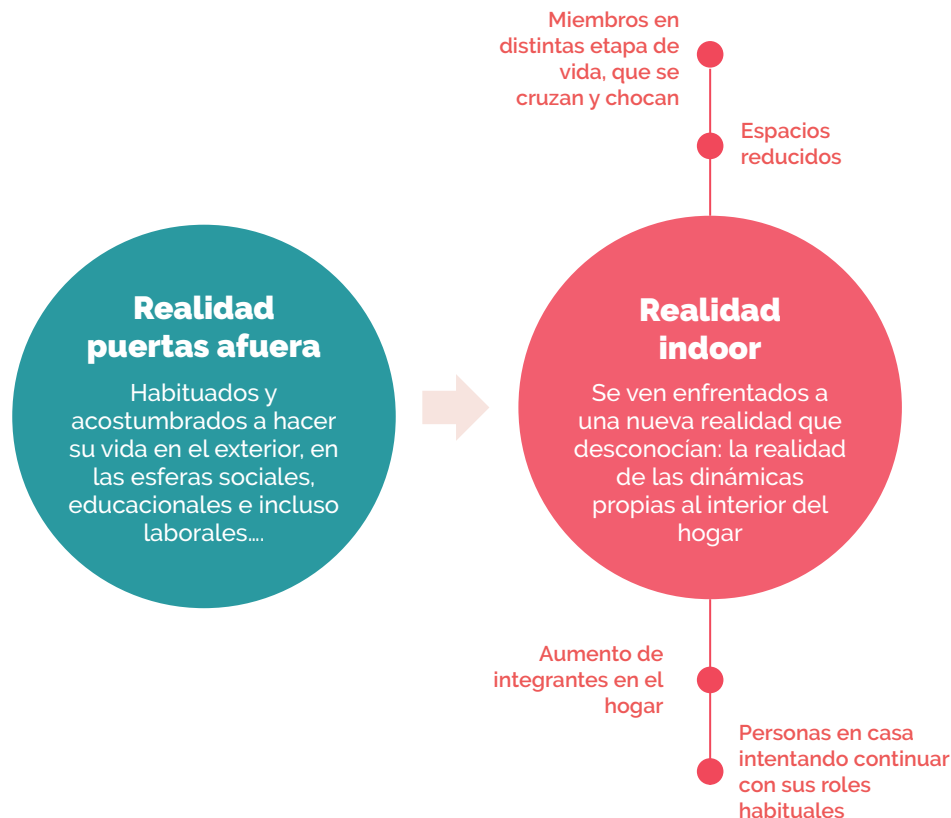
JUEGO RECREATIVO,
FÍSICO Y ENTRETENCIÓN

ESTUDIOS Y ESPACIO
MULTIGRADO

Los niños "invasores y expansivos" se apropian de los espacios muchas veces en desmedro de los padres y los adultos del hogar

ESPACIOS

Para los jóvenes, la necesidad de un “espacio propio”, tanto físico como psicológico, se vuelve más relevante en la medida que el poco espacio disponible aumenta los roces y tensiones familiares



C1C2

Mientras en el C1C2 el dolor del espacio parece resolverse adecuadamente gracias a **mayores comodidades en el hogar**

C3D

Los segmentos C3 y D evidencian nuevamente **la inequidad y la brecha** al interior de los hogares

"Estamos bien organizados con el espacio, yo tengo mi escritorio portátil, mi papá está en la mesa, y a mi mamá no le gusta estar en la pieza, así que se va al balcón, aparte que fuma... Ella se adueñó totalmente del balcón"

(Jóvenes 15 a 17, C1C2)

"(Mis sobrinas) son dos chiquititas, y la más chica viene siempre pa mi pieza, está arriba mío, uno igual necesita su espacio"

(Jóvenes 18 a 22, D)

"Vivo con mi abuela, mi mamá, mi papá, mi hermana, mis dos primas, mi tío y su pareja, son hartos..."

(Jóvenes 15 a 17, D)

"Somos muchos en la casa, eso igual ha sido un poco complicado, en cuanto a privacidad, para que no toparan las clases junto con las de mi hermana, y con el trabajo de mi mamá, pero ahí lo hemos sabido llevar."

(Jóvenes 18 a 22, D)

"Estando todos juntos uno igual se estresa... por lo mismo la otra vez hubo aquí una pelea, y explotó"

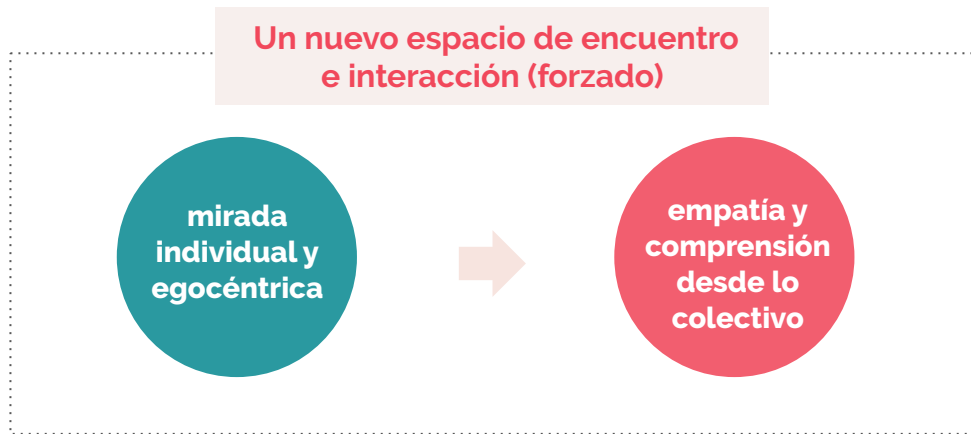
(Jóvenes 15 a 17, D)

ESPACIOS

Y si bien esta falta de espacio es dolorosa y compleja para algunos, la misma intensidad de las interacciones abre nuevas oportunidades de vínculo y conexión entre los jóvenes y sus familias

"yo creo que he ganado con todo esto...que mis hijos se preocupan si estoy bien o mal, se preocupan más ahora que antes" (Familia con hijos grandes, C2)

Un segmento habitualmente centrado en sí mismo, que al verse forzado a compartir con otros, sufre tensiones pero logra al mismo tiempo **aprendizajes**:

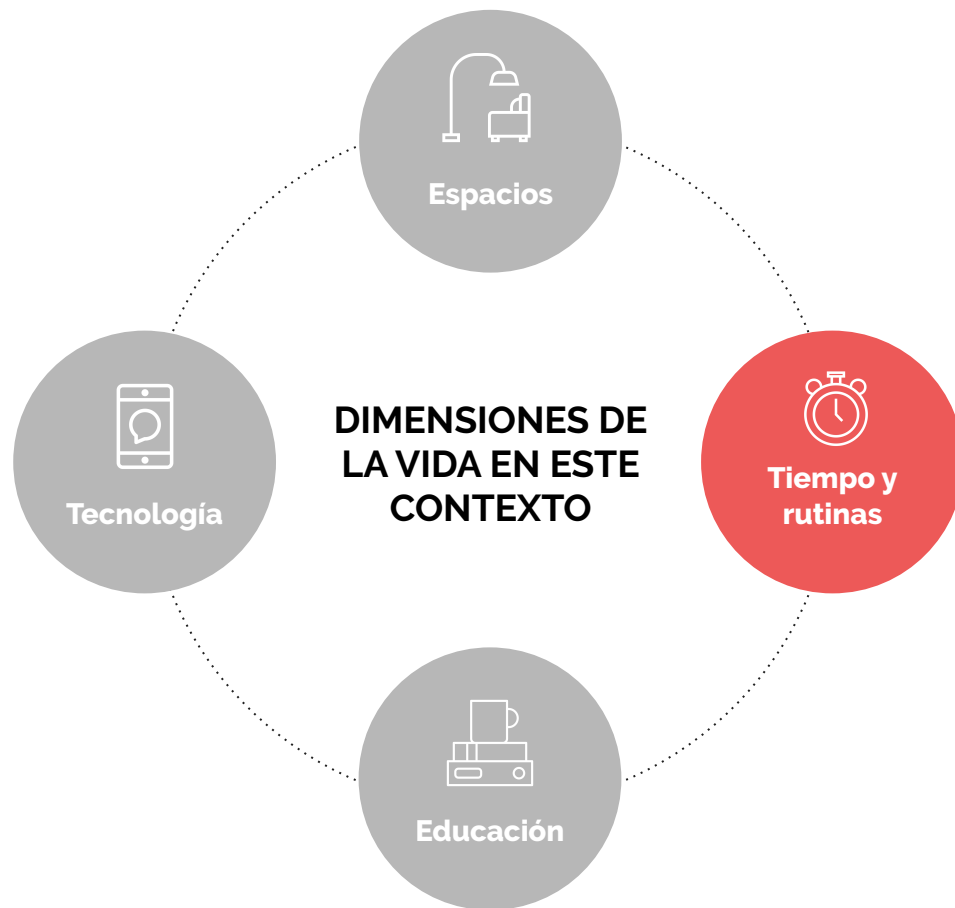


"Ahora que estamos todos encerrados cada uno tiene sus problemas, y hay personas que no tienen a quién más contárselo, y yo igual estoy ahí escuchándolos, dándoles consejos, poniéndome en su lugar"

(Jóvenes 15 a 17, D)

"Ahora puedo entender más a mi familia cuando tiene algún problema, o un mal día en el trabajo o un mal día acá en la casa."

(Jóvenes 15 a 17, D)



TIEMPO Y RUTINAS

La noción del tiempo y las rutinas comienzan a desdibujarse

*Adiós a las rutinas,
bienvenidas
nuevas reglas*

Tiempo que
sobra y falta
de ideas para
llenar esos
momentos

Sensación de
monotonía
"el día de la
marmota"

Dificultades
para
organizarse

Necesidad y
expectativa de
seguir funcionando

V/S

Flexibilización de
las reglas y hábitos
al interior del
hogar

"Me levanto y me conecto al computador... tengo clases como hasta las 14:30 todos los días y luego de eso ahí es como incertidumbre hasta la noche, no se que hacer" (Jóvenes, 18 a 22, D)

"me cuesta un mundo que se quede dormida, se queda dormida como a las 11, y en la mañana la despertada es a las 7.30 - 8. Y duerme dos siestas, que estoy intentando que sean cortitas" (Familia con hijos pequeños, D)

*"los niños **están más relajados** no siempre se duchan en la mañana ni todos los días, se duchan ya tarde, **ellos han roto hartito la rutina que tenían antes, desayuno ya no hay para ellos, ellos se levantan directo a almorzar**" (Familia con hijos pequeños, C3)*

TIEMPO Y RUTINAS

Al estar en casa, los roles de niños y jóvenes se transforman

52% de millennials y 49% de gen Z declara que ha sentido el impacto de la pandemia en los ingresos de su hogar (Kantar Barómetro Global COVID-19: ¿Qué piensan los Millennials y Centennials con respecto a la pandemia)

NUEVAS CARGAS Y RESPONSABILIDADES

En especial los más pequeños, ayudar en **labores de la casa** como hacer sus camas y alimentar mascotas

*"tengo una hermana con discapacidades entonces requiere mucha atención, **hay que contribuir con las cosas de la casa, dado que mi hermana está todo el día en la casa ahora**" (Jóvenes 18 a 22, C1C2)*

APORTE EN EL PRESUPUESTO FAMILIAR

Jóvenes que **disponibilizan incluso sus (escasos) recursos**, cuando el tema económico es complejo en el hogar

*"Hay roles distintos, porque los niños **no hacían la cama nunca en la semana.**" (Familia con hijos grandes C1C2)*

*"(en estos días) **he aprendido a cuidar más a mis perros**" (Richard, 10 años)*

CUIDADO DE OTROS

Adolescentes y jóvenes que ayudan y se hacen cargo de quienes más lo requieren (**adultos mayores o hermanos pequeños**)

*"En mi caso tengo la JUNAEB, **entonces cuando puedo y tengo plata en la tarjeta voy a comprar, ayudo igual a abastecer como lo básico**" (Jóvenes 18 a 22, C3)*

TIEMPO Y RUTINAS

Pérdida de la vida social y pública en todas sus dimensiones

"yo estudio entrenador deportivo, y soy cheerleader, es lo que hago siempre, hasta en cuarentena trato de hacer cheerleader, mi entrenador nos manda entrenamiento para hacerlos en casa durante la cuarentena he tenido que acostumbrarme a estar encerrado"

(Jóvenes 18 - 22, C3)

"Vengo hace años tratando de tener algo con una persona y ahora ha sido super difícil, la cuarentena vuelve todo super rutinario"

(Jóvenes 18 - 22, C1C2)

"Antes nos juntábamos acá en la villa, pero ahora yo no hablo lo mismo por chat que estando con mis amigos, como que por chat no hablo nada, y claro igual me cuesta adaptarme, saber de ellos entonces, dejó las conversaciones sin responder, estoy como muy atrapado acá"

(Jóvenes 18 a 22, D)

¿Cómo viven el efecto de la pérdida de la vida social y pública?

ADULTOS

Un vuelco hacia el interior, hacia la vivencia puertas adentro y las gratificaciones simples y cotidianas, personales y familiares

JÓVENES

Una pérdida profunda, un proceso que los aleja del mundo, que los aísla de gratificaciones cotidianas y los enfrenta a la monotonía del aburrimiento

La identidad de los jóvenes se construye desde la vida exterior; al estar en casa, se ven privados de lo que los distingue y hace únicos.

La pérdida de la
CONQUISTA

La falta de
LA CALLE (C3D)

La falta de
ESPONTANEIDAD

TIEMPO Y RUTINAS

Se pierde la posibilidad de vivir ritos que parecen únicos y que marcan etapas clave de la vida

- **la graduación**
- **las fiestas**
- **los encuentros**
- **las experiencias**

UNA PÉRDIDA QUE SE VIVE CON MÁS FUERZA EN LOS SEGMENTOS C1, Y EN AÑOS QUE MARCAN EL TÉRMINO O INICIO DE CICLOS VITALES

ÚLTIMO AÑO DE COLEGIO

*"Este año se está perdiendo: brigadieres, paseos, de curso, fiestas... Por eso yo también estaría a favor de Perderlo, **lo académico se recupera, pero las experiencias jamás.**"*

(Jóvenes 15 a 17, C1C2)

*"Mal, justo ahora... **es el último año, queríamos disfrutarlo, estar todos juntos,** y ahora que no sabemos... **teníamos todo eso de la gala y ahora no podemos juntar plata,** si no podemos salir de la casa y hacer cosas con gente".*

(Jóvenes, 15 a 17, D)

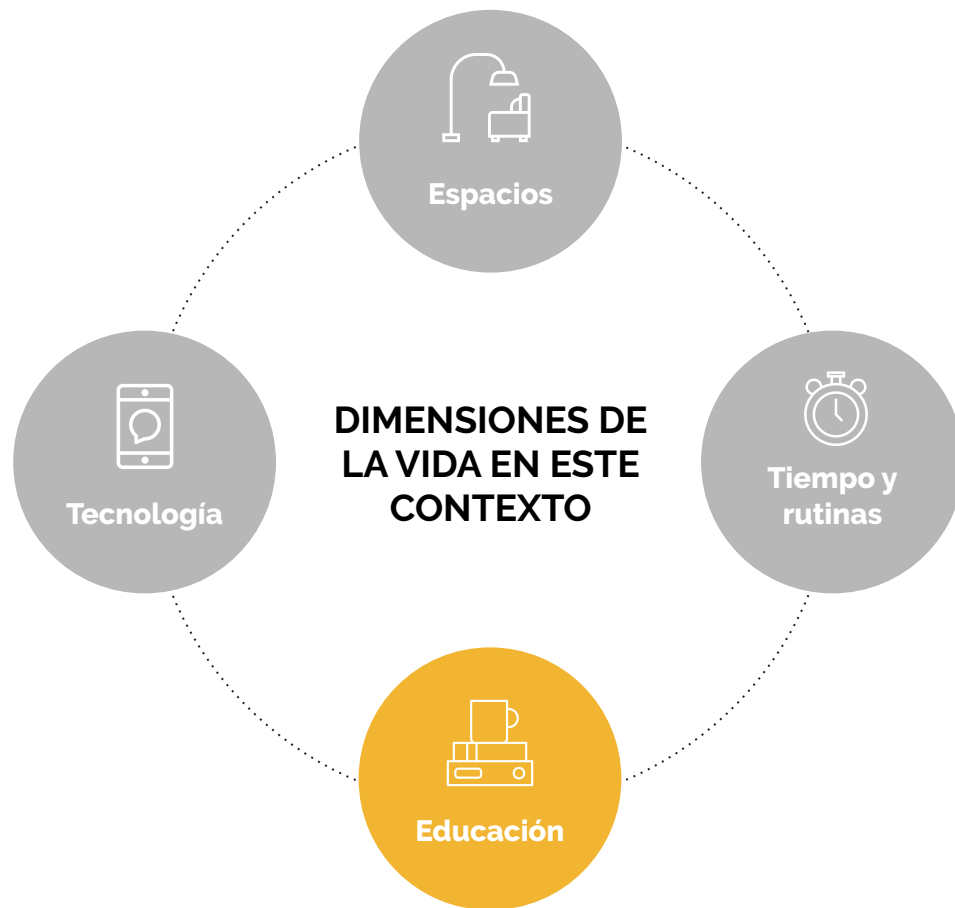
PRIMER AÑO DE UNIVERSIDAD

*"[Miedo del] **perder todas las experiencias** que no te las va a devolver nadie."*

(Jóvenes 15 a 17, C1C2)

*"Me tiene paralizado, la facultad está en toma, y con esto del coronavirus, no tengo clases, no sé qué hacer... estoy completamente paralizado... me da miedo atrasarme, **el tema de no estar en lo que es la universidad, yo todavía no sé que es una clase,** no conozco a los profes, ni vi a mis profes ni a mis compañeros... **yo me estoy perdiendo la vida universitaria que todos vivieron y acá estoy esperando que llegue el día.**"*

(Jóvenes 18 - 22 C1C2)



EDUCACIÓN ESCOLAR

Para los más pequeños, la nueva forma de educarse se vive de forma dual: entre la flexibilidad de una rutina menos definida y la falta de los amigos.

****El dolor también surge desde los padres, que adquieren el rol de educadores a tiempo completo.**

LO QUE MÁS VALORAN

"Hacer las tareas en el orden que yo quiero"
(Maite, 8 años)

"Estar con mi familia y que no hay un horario obligatorio" (Julieta, 8 años)

LO QUE PRODUCE DOLOR

"No estoy con mis amigos o compañeros y no es divertida la clase online" (Isidora, 12 años)

"me desconcentro mientras hago las tareas" (Sebastián 6 años)

"lo malo es que me mandan muchas tareas y aún no las hago todas" (Isabella, 6 años)

LA VIVENCIA DE LOS PADRES

"tienen muchas tareas, sabemos que no son vacaciones pero no por eso vamos a estresar a los niños con tantas cosas" (Familia con hijos pequeños C3)

Se agradece el poder tener clases
También se agradece la flexibilidad y la ausencia de rutinas tan marcadas

El dolor es no ver a los amigos
No poder concentrarse
El exceso de tareas
Lo online es aburrido, no es lo mismo que vivir la experiencia del colegio

La sobrecarga del apoyo escolar
La falta de habilidades o formación para enseñar
La multiplicidad de roles (doméstico, laboral, formativo)

EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

Se intensifica la brecha entre grupos socioeconómicos, donde los C1C2 se cuestionan si están realmente aprendiendo, mientras que los C3D viven la inequidad en el acceso a los contenidos

*"Me preocupa lo académico, que es lo que pasará con los cursos, **si estoy aprendiendo bien o no**" (Jóvenes C1C2)*

PÉRDIDA DEL APRENDIZAJE PRÁCTICO

*"Con las clases virtuales tengo problemas, mi internet es malo y de hecho el otro día fue un gran problema, **mi internet se cayó y justo pasaron lista, quedé ausente y me perdí la guía**" (Jóvenes 18 a 22 años, D)*

DIFICULTAD DESDE ACCESO A DISPOSITIVOS: FALTA DE COMPUTADORES, TODO DESDE EL CELULAR

C1C2

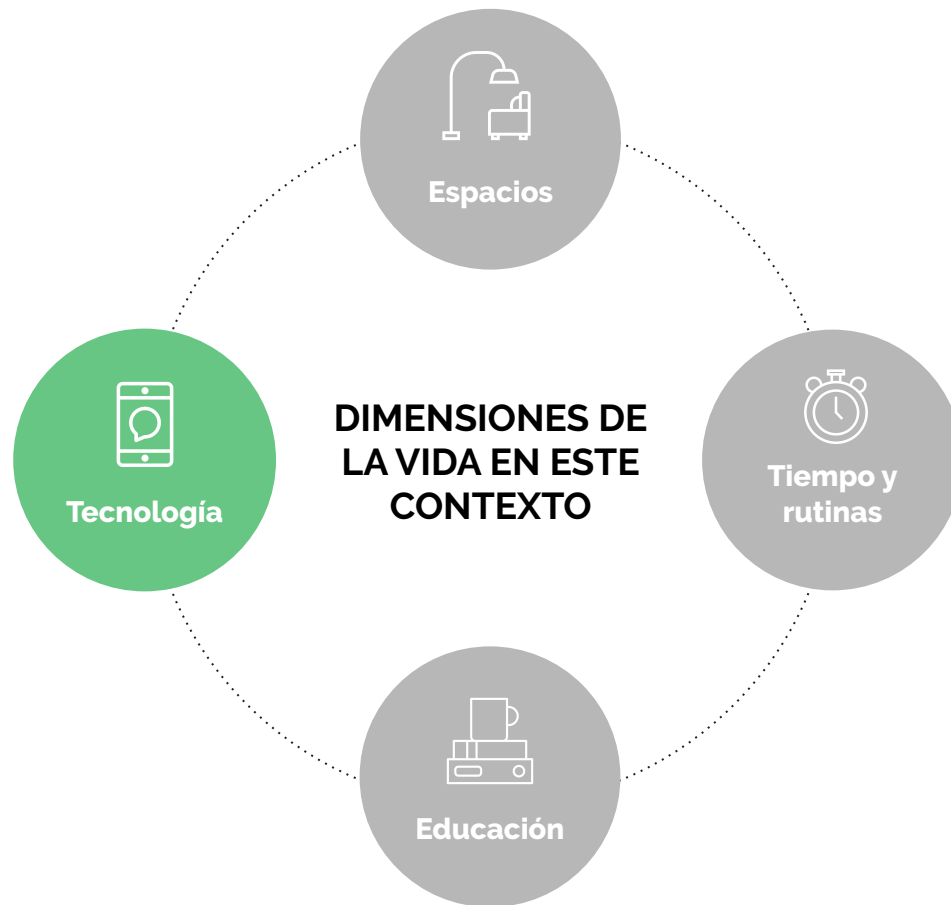
CUESTIONAMIENTOS SOBRE LO REALMENTE APRENDIDO

*"Ha sido súper complicado el tema de los estudios porque **mi carrera es super práctica, entonces ha sido difícil, juntaron todos los ramos teóricos en un semestre**" (Jóvenes C1C2)*

DIFICULTAD PARA ACCEDER A LOS CONTENIDOS

*"A mí me cuesta conectarme de vez en cuando y **mi computador lo tengo hace 8 años, entonces se me queda pegado, tiene virus, entonces yo me conecto con el celular, pero es un distractor igual, porque me llega un Whatsapp**" (Jóvenes 18 a 22, C3)*

C3D



TECNOLOGÍA

Los jóvenes son los segmentos más conectados y mejor preparados en términos tecnológicos para la vida remota

"Youtube pa' la música, estoy aprendiendo canciones en inglés, sobre todo rap, y ahora quiero aprender coreano, además mi entrenador nos está poniendo retos en TikTok, entonces me tuve que crear uno" (Jóvenes 18 - 22, C3)

"(mis top tres) son Instagram, Netflix, TikTok... igual ahora más TikTok, ahí encuentras como de todo" (Jóvenes 15 - 17, C1C2)



Vídeo por streaming



72%
Gen Z

69%
Millennials



YouTube



71%
Gen Z

65%
Millennials



TikTok



33%
Gen Z

27%
Millennials

Desde ahí hace sentido que su consumo de tecnología sea alto y aumente en este contexto

TECNOLOGÍA

La tecnología se vuelve la gran ventana al exterior, es su intento de reconexión, pero presenta importantes diferencias entre grupos socioeconómicos

Si bien son la generación más preparada, no todos tienen el mismo acceso

C1C2

TECNOLOGÍA COMO FACILITADOR

100% equipados y la aprovechan al máximo, en todos los ámbitos: ventana al exterior que te permite entretenimiento, reconexión, estudio, hobbies, conversación y encuentro,

"Lo primero que hago en el día es meterme al computador a mi clase online como hasta las 12, vía zoom"
(Jóvenes 18 - 22, C1C2)

C3D

FALTA DE EQUIPAMIENTO Y CONEXIÓN; EL TELÉFONO LO ES TODO

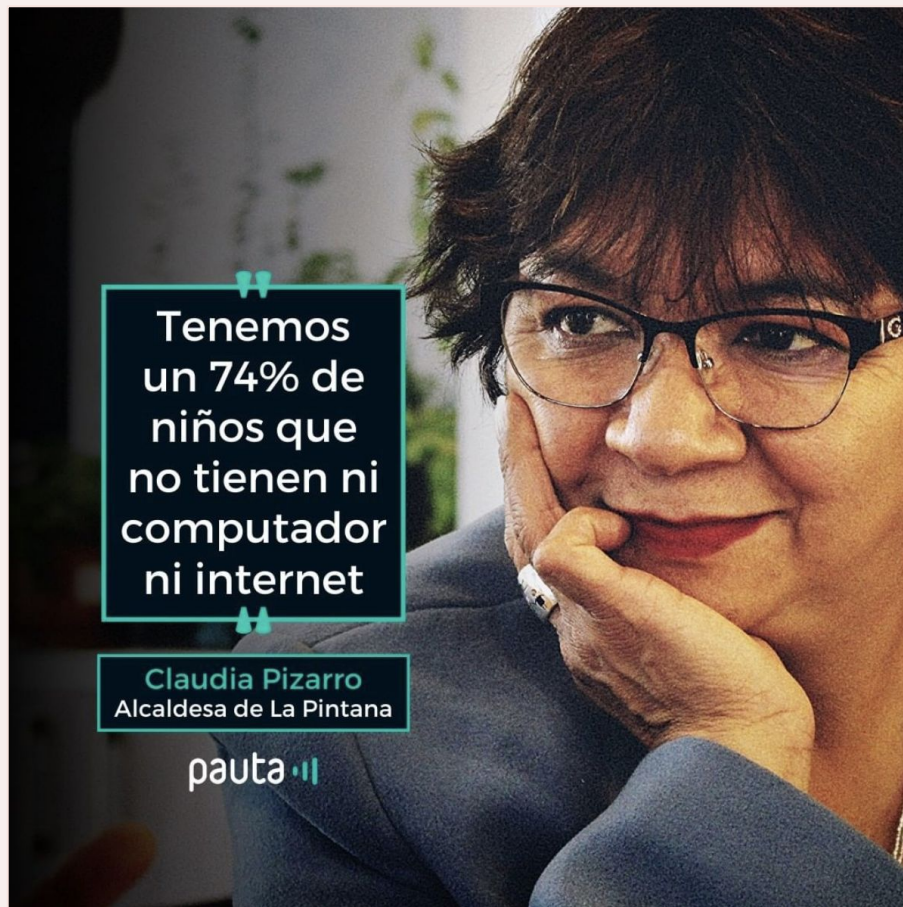
En el segmento C3 los computadores tienden a ser antiguos, lo que hace que sean lentos y complejos de usar.

En el segmento D, el teléfono era el principal dispositivo tecnológico, lo que dificulta el acceso a la educación y la entretenimiento en este contexto.

"Han hecho clases por esa cuestión de Zoom pero no tengo espacio en el celu y me consigo el celu con mi hermano, no me he podido conectar mucho" (Jóvenes 15 a 17, D)

"TENEMOS EL DESAFÍO QUE LA DIVERSIDAD NO SEA BRECHA"

Cita Conversatorio 1
Almabrands
Abril 2020



Tenemos un 74% de niños que no tienen ni computador ni internet

Claudia Pizarro
Alcaldesa de La Pintana

pauta.cl



pauta.cl • Seguir
Pauta



pauta.cl "Cuando hablamos de segregación también hablamos de tecnología", enfatizó la alcaldesa Claudia Pizarro, quien sostuvo que solo el 26% de los alumnos de colegios municipales tiene computador e internet fija en su domicilio y que el Gobierno no está abordando de manera integral la situación.

Ante la problemática de las clases online en su comuna, la autoridad aclaró que en #LaPintana se ocupa el tipo de conexión digital ADSL. "No hay señales de fibra óptica en la comuna [...] somos mirados como de segunda categoría, y eso es lo que duele", concluyó.

Pauta, hablemos de verdad 🇨🇱



Les gusta a [catata.t](#) y [personas más](#)

HACE 27 MINUTOS

Añade un comentario...

Publicar

¿Cómo proyectan el futuro después de la crisis?

VISIÓN FUTURA

Los niños esperan que todo esto acabe, y poder salir a jugar

Y en la esperanza de volver a salir, evidencian también el temor permanente ante el virus, ante la incertidumbre de una cura y de una sociedad más responsable

DE LAS ALEGRÍAS

- Terminar las cuarentenas
- Que los padres terminen sus reuniones en casa
- Salir a la plaza
- Volver a ver a los amigos
- Volver a compartir en el colegio

"Que podamos salir, ir a la plaza y jugar con los amigos" (Nina, 5 años)

"Poder salir a jugar para estar con mis compañeros y con mi familia los sábados y domingo" (Máximo, 4 años)

LA LIBERTAD DE SALIR DEL ENCIERRO

A LAS APRENSIONES

- Que termine el coronavirus
- Que las personas sean responsables, que usen siempre mascarillas y guantes
- Que se encuentre una vacuna para el virus
- Que se entregue apoyo a quienes lo necesitan

"Que las cosas sean más baratas para que haya menos gente pobre y que los doctores sean más baratos" (Maite, 8 años)

"Que toda la gente ocupe guantes y mascarilla, y se acabe rápido esto" (Julieta, 9 años)

VISIÓN FUTURA

Los jóvenes tienen una visión polarizada sobre el futuro, que responde a sus distintas realidades y experiencias de vida

*Dime dónde y cómo vives,
y te diré cómo ves el futuro*

DEL IDEAL DE UN NUEVO MAÑANA AL MIEDO, LA CRISIS Y LA DESCONFIANZA

C1C2

NUEVOS IDEALES

*"Uno va a agradecer todos los días ver a tus amigos, ya no estar pegado a una pantalla... Eso va a ser lo bueno, salir **darnos un abrazo** y contarnos todo lo que pasamos" (Jóvenes, 15 - 17 C1C2)*

C3

AGUDIZACIÓN DE LAS BRECHAS Y UN NUEVO ESTALLIDO

"Van a volver muchas cosas que estaban pasando antes, las marchas por la pensión, una mejor educación, las AFP" (jóvenes 18 - 22, C3)

D

TEMOR ANTE EL VIRUS

*"Uno igual después de que pase esto **va a andar con miedo de la gente**, aunque digan que esto ya pasó" (Jóvenes 18 - 22, D)*

VISIÓN FUTURA

Al pensar en las cosas que harán después de esta crisis, sobre todo para los jóvenes, la dimensión exterior y social se ubica en primera prioridad

“Se viene la cuarentena invertida”

La vuelta al exterior

Recuperar las rutinas

- El deporte y los hobbies
- Las clases y los estudios

Recuperar el tiempo perdido

- Recuperar aprendizajes y ritos que se pueden haber perdido

Retomar la vida social

- Volver a la calle
- Volver a las experiencias
- Volver a la conquista

Mantener las conversaciones

- No perder los espacios de encuentro ganados
- El valor del cara a cara

¿Qué oportunidad tienen no sólo las marcas, sino las instituciones en general, de cara a estas nuevas generaciones?

MARCAS EN LA CRISIS

El encierro sin duda ha acotado los niveles de consumo en los hogares, incluidos los jóvenes

En los alimentos, donde el consumo sin duda se mantiene, vemos un equilibrio para manejar el estrés y sumar bienestar

BIENESTAR FÍSICO

casero

fresco

sano y nutritivo

"No hemos pedido, sólo compras en el supermercado... pero ayer pedimos McDonalds por Rappi"
(Jóvenes, 15 a 17, C1C2)"

BIENESTAR EMOCIONAL

snacks

indulgencia

gratificaciones

"El otro día compramos mantequilla de mani y chocolate, nos lo trajeron a la casa"
(Jóvenes, 18 a 22, C3)"

MARCAS EN LA CRISIS

Si bien no son hoy los principales decisores del consumo en sus hogares, los jóvenes esperan de las marcas acciones y actitudes adecuadas al contexto

******Una expectativa que proyectan en marcas que no sólo son relevantes para ellos desde el uso, sino también como empleadoras (como el delivery y la comida rápida, por ejemplo)

RESPONSABILIDAD

Cuidado de la salud de empleados y clientes

Cuidado de contratos, empleos y sueldos

*"Recuerdo el caso particular de Casaldeas, que le aseguró el salario a sus trabajadores"
(Jóvenes 18 a 23, C3)*

EMPATÍA

Cuidado de los precios (foco en segmento D)

Apoyo y promoción de las PYMES

*"He visto la inflación de los precios... prefiero comprar a negocios más pequeños"
(Jóvenes 18 a 23, C3)*

Y si bien es posible encontrar **algunas iniciativas** especialmente pensadas para las nuevas generaciones en medio de la crisis

APOYANDO LA

Educación

a distancia con aplicaciones, canales y programas escolares

POTENCIANDO LA

Entretención

in house con nuevas plataformas que potencien el encuentro virtual

FORTALECIENDO EL

Cuidado

con mensajes que refuercen las medidas sanitarias entre niños y jóvenes

Es esencial recordar que, para jóvenes y niños, los dolores y las brechas no se resuelven con una nueva aplicación, con una plataforma más

LA BRECHA
DIGITAL Y
TECNOLÓGICA
DE LOS
JÓVENES
PERSISTE

LOS EFECTOS
PSICOLÓGICOS
DEL
AISLAMIENTO
SE
PROFUNDIZAN

MARCAS EN LA CRISIS

Hoy se hace urgente abordar la *salud mental*, el *acompañamiento* y la *brecha digital* de las nuevas generaciones

¡Y de una manera distinta!

niños

Aburrimiento, Tristeza y Distancia de los suyos sumado al temor que surge con la realidad una vez que termine la cuarentena

jóvenes
C1C2

Pérdida del Exterior, lo Social, lo Vivencial y la permanente dificultad, a pesar del conocimiento tecnológico, para suplir lo perdido, lo *no vivido*

jóvenes
C3D

Desconexión, Confinamiento y Conflicto de la mano de una profunda brecha digital, de la falta de espacio y recursos, y del temor ante el futuro

**Es el momento, para las marcas e instituciones,
de ir más allá del negocio e invertir decididamente
en el cuidado de sus audiencias, de su entorno y de
su propia sustentabilidad futura**

MARCAS EN LA CRISIS

**Aún cuando esto
signifique, por un tiempo,
dejar en pausa la legítima
búsqueda de ganancias y
profit de cada negocio**

Según Kantar, el 50% de Centennials y el 46% de los Millennials dicen que las empresas deberían hacer donaciones para apoyar la compra de máscaras y desinfectantes para hospitales; 22% de centennials y 23% de los millenials sienten que las marcas deberían dar un ejemplo y ponerse al frente para guiar el cambio.



“Companies are being asked to rise to a higher purpose”

(Shelton Group, 2020)

Estudio

CAMBIA TODO CAMBIA

Estudio **CAMBIA TODO CAMBIA**

Las nuevas generaciones



Better
Business
Consulting