

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

LINEAMIENTOS PARA LA DIGITALIZACIÓN DE REVISTAS DIRIGIDAS A TWEENS: CASO REVISTA MI MUNDO

Autor.-

Gabriela María Marchán Egas

Trabajo Final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil, enero del 2013

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

LINEAMIENTOS PARA LA DIGITALIZACIÓN DE REVISTAS DIRIGIDAS A TWEENS: CASO REVISTA MI MUNDO

Autor.-

Gabriela María Marchán Egas

DOCENTE INVESTIGADOR
Rodrigo Cisternas

CO-INVESTIGADOR
Priscilla Marchán

Trabajo Final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Social, con mención en
Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil, enero del 2013

Abstract

Los tweens, preadolescentes entre 8 y 13 años de edad, son considerados un nuevo segmento del mercado y tienen características particulares que lo diferencian tanto de los niños, como de los adolescentes. Forman parte de un nuevo grupo de consumidores potenciales para el marketing y la publicidad. Este estudio expone la situación de los tweens guayaquileños: sus hábitos de consumo de aparatos digitales con conectividad a Internet y su percepción hacia la revista Mi Mundo (semanario dirigido a tweens que circula junto a Diario El Universo). En vista de que las nuevas generaciones han nacido y crecido con innovaciones tecnológicas y conectividad, ha resultado interesante indagar también acerca del consumo de medios no digitales y descubrir cómo la web puede servir como herramienta para vincularlos a este nicho.

Actualmente, la Internet es uno de los medios principales alrededor del mundo y esto genera cambios en la sociedad. Uno de ellos es que los medios impresos como las revistas y diarios han migrado hacia la web, no por completo, pero sí se apoyan en versiones digitales para tener presencia tanto en el mundo real como en el virtual. Con los resultados de la investigación se han creado lineamientos para la digitalización de revistas dirigidas a tweens, necesarios para establecer un vínculo entre la revista y un producto de comunicación digital creado exclusivamente para ellos. La investigación ha sido realizada con métodos cuantitativos, por medio de una encuesta; y cualitativos, a través de grupos focales y entrevistas.

Entre los resultados se ha descubierto que conectarse a Internet está entre las principales actividades que realizan los tweens y que lo hacen mayormente desde celulares y computadoras. Este segmento vive un mundo diferente a través de la conectividad. Está claro que una marca o producto que quiere lograr cercanía con los tweens debe digitalizarse y usar sus redes de forma estratégica.

ÍNDICE:

DECLARACIÓN DE PROPÓSITO	5
INTRODUCCIÓN.....	7
REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
Interactividad.....	10
Lectores.....	11
Convergencia digital.....	13
Internautas.....	13
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos.....	15
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	16
Enfoque.....	16
Diseño.....	16
Instrumentos.....	17
Planteamiento de categorías	17
Unidad de Análisis y Muestra.....	18
RESULTADOS	23
CONCLUSIONES.....	38
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	41
LINEAMIENTOS.....	45
RECOMENDACIONES.....	54
BIBLIOGRAFÍAS.....	55
ANEXOS.....	56

Declaración de propósito

El propósito de este trabajo de titulación es conocer a los tweens desde el ámbito digital e identificar cómo se construye el vínculo entre los tweens lectores de revistas con un producto de comunicación digital. De esta manera poder ofrecer lineamientos para la digitalización de aquellas revistas que aun siguen circulando solo en papel. Este trabajo lo hará específicamente con el caso de la revista Mi Mundo que circula junto a Diario El Universo, este medio fue elegido por ser popular en la ciudad. La investigación servirá de igual manera para otras marcas.

La idea del proyecto es que el producto de comunicación digital – página web, redes sociales, aplicaciones y lo que se descubra necesario- de las revistas cree mayor acercamiento del producto con los tweens afrontando así a la realidad de la era digital hacia donde todos los medios han comenzado a migrar.

El tipo de tratamiento que se hará al estudio es mixto. La parte cuantitativa servirá para revelar por medio de cifras la relación de los niños con la tecnología y la Internet. Por otro lado, la parte cualitativa será para descubrir los hábitos de consumo y preferencias de los niños de 8 a 13 años con respecto a Internet y las revistas en especial Mi Mundo. El diseño contó con técnicas cualitativas como grupo focal, entrevistas y análisis de contenido; la técnica cuantitativa , con una encuesta.

Las categorías a estudiar fueron la tecnología, en cuanto al uso de instrumentos electrónicos que estén a la vanguardia digital; Internet en cuanto al consumo de la red que permite el intercambio de información mediante distintas herramientas como páginas web, redes sociales, emails, entre otros; y las revistas dirigidas para tweens en cuanto a

percepción y preferencias del contenido. Este trabajo en particular tratará el caso de Mi Mundo, revista interactiva de aprendizaje y diversión para los niños. “ Su misión es informar, orientar y servir de herramienta de actualización presentando temas de gran interés como: Internet, ecología, música, moda, reportajes de trabajos prácticos, etcétera.” (El Universo)

Los sujetos a estudiar fueron niños de 8 a 13 años de edad con acceso a Internet y tecnologías: el grupo objetivo asignado para el trabajo de titulación. Entre estas edades está el grupo objetivo al cual se dirige la revista Mi Mundo.

Los profesores y psicólogos fueron entrevistados como expertos porque son cercanos a los niños, conocen los temas que hablan, lo que les gusta, qué cosas les llama la atención, su nivel de concentración, cómo reaccionan ante ciertos estímulos, la situación real de los niños con la lectura y la tecnología . Los expertos y profesionales en nuevos medios aportarán con su opinión acerca de la digitalización de productos de comunicación, darán pautas y técnicas para hacerlo. La investigación se realizó en la casa de los niños, escuelas, empresas o lugares de trabajo de los expertos.

El límite del estudio es el nivel socio económico, únicamente los niños de medio alto y alto ya que es la parte de la población con mayor acceso a Internet y que utilizan aparatos tecnológicos con frecuencia diaria. Aunque todos los niveles tengan una relación con la Internet, sigue predominando el acceso en niveles altos.

Introducción

En el siglo XX se empezó a diferenciar la etapa entre niños y adultos con el nombre de adolescencia. Esto surgió por las diferencias que este grupo de jóvenes tiene con relación a los otros. Marcar la diferencia ha servido a la industria comercial para crear productos dirigidos a ellos y a la psicología para atender las necesidades del comportamiento particular que poseen.

Algunos autores sobre el desarrollo humano distinguen varios períodos a lo largo de la vida (infancia, niñez temprana, niñez intermedia, adolescencia, etc.) sin llegar a consensuar de forma determinante los rangos de edades que los comprenden (Papalia, Wendkos & Duskin, 2010). Se reconoce como niños a quienes tienen entre 2 y 12 años y adolescentes a los que están entre 13 y 18 años. Generalizar y unir la edades de tal manera implica pensar que un niño de 2 años, que recién sabe caminar y decir sus primeras palabras, pueda tener algo en común con un niño de 10 que ya ha cursado gran parte de sus años en la escuela. (Cisternas, 2012)

Por el lado del marketing, los expertos se esfuerzan para descubrir y conocer nuevos nichos de consumidores que sean atractivos como potenciales compradores de marcas, ideas o tendencias. En este sentido y para ahondar más en la teoría planteada por Philip Kotler con respecto a la diferenciación por edades, este trabajo de titulación tuvo como consigna inicial realizar una profunda investigación acerca de los guayaquileños entre 8 a 13 años de edad para explorar y ahondar en las características particulares de este grupo etéreo.

Tween, es la denominación para la generación de dicha edad. El término viene de la palabra *between* que en inglés significa *entre*, porque están en la transición de la niñez a la adolescencia. Actualmente hay 20 millones de preadolescentes en los EE.UU. y se proyecta que llegará a 23 millones en 2020 (Censo EE.UU.). En el caso de Ecuador, actualmente hay 1.917.908 de tweens (INEC, 2012).

Para conocerlos, el Consejo Nacional de Televisión en Chile, realizó un estudio de los tweens chilenos en el año 2003 junto a McCann-Erickson y Research Chile . En este artículo se menciona que: “existen los tweens y que este grupo tiene características claramente definidas y necesidades propias, muchas de ellas insatisfechas. No sólo sus padres no saben bien lo que piensan y sienten los tweens, sino tampoco los comunicadores, los empresarios, los líderes de opinión”. (CNT, 2003, p. 13).

Los tweens son los preadolescentes, ellos manejan gran cantidad de información y tienen opiniones claras y drásticas respecto del mundo que los rodea. En torno a ellos están los medios de comunicación y la publicidad dándoles mensajes de qué cosas deben tener, qué marcas comprar y a quiénes imitar. A pesar de esto el estudio de Zenith Optimedia realizado en octubre de 2012 sobre los niños de 8 a 13 años edad en las ciudades de Guayaquil y Quito concluye que de todos los medios, la televisión hoy en día no es el medio que más les llame la atención. Les hicieron elegir a los niños qué medio prefieren entre la televisión y la Internet, y todas las edades de entre 8 a 13 años respondieron: la Internet. Los niños son seguidores de contenido más que de un medio en sí, y la Internet es el espacio con mayor disponibilidad de contenido de interés para ellos.

Para estar hoy en día en la mente de los niños y llegar a ellos desde su mundo es importante digitalizarse y la forma de hacerlo dependerá del tipo de marca, producto o servicio. Existen marcas que se han digitalizado para evolucionar de la mano con sus consumidores. Según cifras del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) el 23% de la población en Ecuador tiene acceso a Internet, existen 3'611.020 ecuatorianos en Facebook, 450.000 cuentas en Twitter y 400.000 ecuatorianos visitan YouTube al día. (INEC, 2012)

Los medios de comunicación tradicionales han sentido el crecimiento de este gran rival, Internet. La información que proporcionan los periódicos y revistas se pueden obtener en Google y los programas de televisión son reemplazados por los canales de YouTube.

“En el caso de la prensa, en los últimos cinco años, de acuerdo con la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por su sigla en inglés), 146 periódicos han sido cerrados en Estados Unidos y otros 14 se han convertido exclusivamente en medios on line. La revista estadounidense Newsweek anunció que dejará de publicar en papel tras 80 años y pasará a Internet desde el 2013, la revista circulaba 4 millones de ejemplares en los años 80 frente a 1,4 millones el año pasado” (Diario Expreso, 2012) . Esta realidad con la que se enfrentan los medios es importante tener en cuenta ya que en los países desarrollados la actitud que se toma es afrontar la situación y se considera que es mejor adaptarse que desaparecer.

En Ecuador, los diarios y revistas dirigidos a adultos se han digitalizado, siendo el target los llamados migrantes digitales, es decir personas que empiezan a utilizar Internet se adaptan e involucran este medio a sus vidas. Por otro lado, tenemos a los productos dirigidos para niños y preadolescentes que no han ido a la web, siendo estos en cambio nativos digitales, es decir, personas que nacieron, crecen y viven con la tecnología y no conocen lo que es estar sin ella.

La revista Mi Mundo, la cual circula como suplemento junto a Diario El Universo no se ha digitalizado y tampoco lo han hecho los productos de la competencia - como Pelados revista de Diario Expreso, Pandilla de Diario El Comercio y Mi Cometa de Diario Hoy. Es por ello que este estudio proporcionará la información necesaria sobre los tweens para que estos productos puedan incursionar en la web.

Revisión de la literatura

La mayoría de la revisión de la literatura se basó en conceptos tomados de la mirada y teoría del autor Néstor García Canclini. Este autor fue escogido como referencia para que al obtener los resultados de la investigación se pueda verificar o no, sus conceptos de la sociedad moderna.

Interactividad

“Todo texto prevé a su lector y no puede prescindir de él: lo busca para que halle placer, suspire o llore identificándose con lo que cuentan o con fines estéticos, no esperando que goce tanto con la historia contada como con el modo en que se la cuentan. Un texto es interactivo en la forma en la que se relaciona y sucede algo –sentimientos, acción o interés - en el lector. Las imágenes van existiendo a medida que el lector o espectador las usan y reinterpretan”. (Canclini, *Lectores, Espectadores e Internautas*, 2007, p. 73) La interactividad no es solo algo audiovisual sino que el lector o espectador se lleve una experiencia y sienta que con lo que lee o mira existe una respuesta para él o una retroalimentación.

Para García Canclini existen personas que por la Internet llegan al extremo del autismo, inventar identidades, simular situaciones ,“La gente prefiere estar ante la pantalla más que en relación con interlocutores y en lugares físicos” (Canclini, 2007, p. 75) Estar conectados no significa que interactuemos porque muchas veces se pierde interacción con los que tenemos alrededor y otras veces perdemos al mundo real por estar en un mundo virtual.

“Los estilos de interactividad se han modificado. La digitalización incrementa los intercambios de libros, revistas y espectáculos, pero sobre todo está creando redes de contenidos y formatos elaborados a partir de la circulación mediático-electrónica” (Canclini, 2007, p. 76). En Internet encontramos que se construyen grupos de personas con un mismo gusto y afinidades. A diferencia del mundo real, en Internet uno puede elegir a quién seguir, con quién hablar. En cambio, físicamente hay momentos en los que es inevitable relacionarse con alguien como en el lugar de trabajo, estudios, familia, tratar con la gente que se cruza en el camino sin ser elegida.

“En lenguas diferentes también se interactúa ya que el habla y la escritura juvenil se caracterizan por compartir códigos estilísticos y de auto reconocimiento de semejantes” (Canclini, 2007, p. 77). Estamos frente a un nuevo concepto de interacción que se caracteriza por la vía digital más que el contacto personal.

Lectores

¿Por qué las campañas para promover la literatura se hacen sólo con libros y tantas nuevas bibliotecas que incluyen únicamente impresos en papel? Ya no avalan las preocupaciones de que si van a desaparecer los libros y los periódicos, o cómo lograr que los jóvenes lean más. Hay menos lectores de libros, diarios y más de revistas. Para Germán Reym la única lectura que crece es la que se hace en Internet. Quienes más leen este medio son los jóvenes entre 12 y 17 años con un tiempo de 2,53 horas por día.

García Canclini hace referencia a la encuesta nacional de la lectura en la juventud y en ella se encontró que el ordenador, Internet, el móvil, la agenda electrónica, el Mp3 y los videojuegos están incorporados a los hábitos de un 50 a 80% de los jóvenes. De esta manera ellos se distraen y además lo utilizan como una herramienta para cumplir con tareas

y estudios. Además, lo hacen para comunicarse unos con otros, sea con un amigo, familiar o profesor. No se puede decir que la computadora reemplaza el texto porque las pantallas de este tiempo tienen también palabras e información para leer y escribir, aunque existe mucho contenido en imágenes no se puede decir que estas han triunfado. Hay actividades como escuchar música y jugar que ocupan tiempo importante de los jóvenes mientras están en Internet pero no se puede dejar de lado el tiempo que hacen deberes o leen (Canclini, 2007, p. 83).

“Con esto nos queda claro que la forma de leer y escribir se modifica pero no se extingue” (Canclini, 2007, p. 83). Otras realidades que han mostrado esta idea del autor es la lectura de textos educativos y los ejemplares de diarios. No se ha dejado de leer y utilizar ninguno de ellos pero ha cambiado el hábito. Estos comportamientos García Canclini los describe de la siguiente manera:

“En las universidades hay menos libros gruesos y más fotocopias de capítulos aislados. Es decir que disminuyen los lectores fuertes y hay lectores de todo tipo de contenido. La información es menos profunda pero más diversificada por el hecho de tener acceso a mayor información. Se conocen más temas pero con poca profundidad”. (Canclini, 2007, p. 84). El caso de los diarios, se consulta ahora la Internet y en lugar de llenar librerías se utilizan los cibercafés.

“Se lee escribiendo y modificando, ahora el lector puede intervenir el texto electrónico, cortar, desplazar, cambiar el orden, introducir su propia escritura ; García cita a Chartier de 2007” (Canclini, 2007, p. 85) De esta manera se puede comprender la mirada de García Canclini con respecto a que la lectura y la escritura no se extinguen sino más bien se realiza desde el computador. El texto no deja de existir porque es una manera vital de comunicación.

Convergencia digital

“Los medios como radio, televisión, música, noticias, libros, revistas e Internet se integran gracias a la convergencia digital. Existe la interacción entre la lectura, cultura oral y la audio visual-electrónica”. (Canclini, 2007, p. 50)

“Se concebía a la televisión como una amenaza para la lectura años atrás pero ahora con la convergencia digital logra integrar a los medios por lo tanto la multimedia permite ver y escuchar en el móvil, tablet, palm, iPhone , imágenes, audio, textos y transmisión de datos, tomar fotos y videos, guardarlos y comunicarse con otros y recibir las novedades al instante”(Canclini, 2007, p. 50). Los nuevos medios se integran con los medios tradicionales. La lectura no ha dejado de existir sino se ha modificado la forma y lugar de hacerlo. Si antes era en un libro ahora es desde una computadora.

Internautas

“Las redes virtuales cambian los modos de ver y leer, las formas de reunirse hablar y escribir. Hoy en día los jóvenes no dicen nos vemos en un café sino nos vemos en el Messenger” (Canclini, 2007, p. 50). El amor a distancia es algo que ha crecido con la Internet, hay parejas con relaciones a lo lejos que se conocen y contactan a través de Messenger. Hay amistades virtuales que se conocen en Facebook y se envían regalos por correo.

“Los internautas están expuestos a pasar por spams, correos masivos, convocatoria a flash mobs, entre otros bombardeos de publicidad y estrategias de marketing” (Canclini, 2007, p. 51). Quien está en este mundo y quiera desconectarse no lo hará ya que el internauta inconciente que se ha formado en cada uno no le permitirá.

García Canclini en su libro *Culturas Híbridas* (1992) menciona que la cuestión es entender cómo la dinámica propia del desarrollo tecnológico remodela la sociedad, coincide con movimientos sociales o los contradice.

La remodelación tecnológica de las prácticas sociales no siempre contradice las culturas tradicionales y las artes modernas. Ha extendido, por ejemplo, el uso de bienes patrimoniales y el campo de la creatividad. Así como los videojuegos trivializan batallas históricas y algunos videoclips las tendencias experimentales del arte, las computadoras y otros usos del video facilitan obtener datos, visualizar gráficas e innovarlas, simular el uso de piezas e informaciones, reducir la distancia entre concepción y ejecución, conocimiento y aplicación, información y decisión. Esta apropiación múltiple de patrimonios culturales abre posibilidades originales de experimentación y comunicación, con usos democratizadores, como se aprecia en la utilización del video hecho por algunos movimientos populares (Canclini, 1992, p. 287).

El uso de la tecnología y la Internet no determina el final de del contacto físico entre personas sino más bien es una nueva forma que permite mayor conectividad cuando dos personas no están juntas por distintas razones. El internauta tiene una vida digital y una personal. Una no puede reemplazar a la otra en su totalidad.

Objetivos

Objetivo general de investigación

Identificar los factores que construyen el vínculo entre un producto de comunicación digital y los lectores tweens de revistas suplementos de diarios.

Objetivos específicos de investigación

- Descubrir los hábitos de consumo de Internet de los niños de 8 a 13 años de edad de la ciudad de Guayaquil durante el 2012.
- Identificar cuáles son los aparatos digitales con conectividad a Internet de uso más frecuente en los niños de 8 a 13 años de edad de Guayaquil durante el 2012.
- Conocer la percepción de la revista Mi Mundo en los niños de 8 a 13 años de edad de nivel socioeconómico medio alto y alto en la ciudad de Guayaquil durante el 2012.
- Describir la relación de los tweens con los aparatos digitales con conectividad a Internet a vista de diferentes informantes: educadores, padres de familia y psicólogos de la ciudad de Guayaquil durante el 2012.

Metodología de Investigación

Enfoque

Según Hernández, Fernández y Batista (2006), el enfoque de investigación mixto surge de la combinación de otros dos enfoques que son el cualitativo y el cuantitativo. Este estudio buscó recolectar información para cuantificar y otros datos para enriquecer y complementar dichos números. El utilizar un enfoque cuantitativo proporciona una orientación hacia la descripción, predicción y explicación. También, a ser específico y presentar datos medibles. Por otra parte, el cualitativo lleva la exploración, descripción y entendimiento. Es más general y amplio, también es basado en las experiencias de los participantes (Hernández, 2006).

Diseño

“El diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación” (Hernández, 2006, p. 158). En la investigación cuantitativa el tipo de diseño es no experimental porque no manipula ninguna escena sino más bien se estudia a los tweens en su estado natural sin provocar situaciones específicas. El diseño también fue descriptivo ya que por medio de lo cuantitativo se enumeró una serie de datos relevantes.

Este estudio fue el primero en el país sobre los tweens por lo tanto también es transicional pero luego con el tiempo puede llegar a ser longitudinal porque con otros estudios podrá analizar la evolución y cambios de las tendencias . (Hernández, 2006).

Instrumentos

Para el método cuantitativo se utilizó un instrumento predeterminado que es la encuesta. Con ella se recolectó datos cuantitativos que sirvieron para hacer un análisis estadístico y una comparación de tendencias de manera objetiva. (Hernández, 2006)

Por otro lado, en el método cualitativo se recogió información mediante entrevistas y grupos focales. Este método permitió hacer análisis, descripción y encontrar significados profundos a los descubrimientos iniciales que se revelaron en la encuesta general (Hernández, 2006).

Planteamiento de Categorías

Para lograr los objetivos planteados del estudio se crearon categorías para en primer instancia investigar y luego poder organizar la información que se obtuvo mediante los resultados.

Uso de tecnología con acceso a Internet.

Esta categoría se entendió por el acceso y el uso de los aparatos tecnológicos a la vanguardia digital con conectividad a Internet.

Consumo digital.

Esta subcategoría se refirió a los hábitos de consumo de Internet en los tweens, desde qué aparatos se conectan, las páginas visitadas, el tiempo destinado a conectarse.

Relaciones mediadas por lo digital.

La subcategoría se refirió a las relaciones que se establecen entre el usuario y los componentes de la Internet. Estos pueden ser otros usuarios, las marcas, redes sociales y toda la interacción que mantienen con los tweens. Se explica también el comportamiento de

los usuarios, el utilizar determinado vocabulario digital, las tendencias y la forma de ser en la web.

Experiencia de los Tweens con “Mi Mundo”.

Esta categoría se refiere a la percepción y consumo de los tweens con respecto a la revista “Mi Mundo”. La experiencia contiene : la recordación, la lectura, los hábitos de consumo, los gustos, las sugerencias.

Unidad de análisis y muestra

Unidad de análisis.

Niños de 8 a 13 años de la ciudad de Guayaquil de nivel socio económico bajo, medio, y alto.

Muestra cuantitativa.

Hay dos objetivos de investigación que se cumplieron al realizar la encuesta a la muestra cuantitativa. El primero es descubrir los hábitos de consumo de Internet de los niños de 8 a 13 años de edad de la ciudad de Guayaquil. El otro es identificar cuáles son los aparatos digitales con conectividad a Internet de uso más frecuente en el mismo grupo objetivo de investigación.

Esta muestra proviene del estudio Tweens Guayaquileños de la Universidad Casa Grande, de los autores Rodrigo Cisternas y Priscilla Marchán durante el 2012. El grupo de análisis está conformado por pre-adolescentes de ambos sexos entre 8 y 13 años de la ciudad de Guayaquil provenientes de diferentes estratos socioeconómicos de acuerdo a la siguiente división:

Tweens provenientes de colegios categorizados como segmento alto

Tweens provenientes de colegios categorizados como segmento medio

Tweens provenientes de colegios categorizados como segmento bajo

La muestra fue calculada usando la herramienta NetQuest (http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php), que permite obtener de forma automática el nivel de confianza, margen de error, heterogeneidad y número de participantes.

La segmentación de la muestra fue calculada en función al porcentaje de distribución de la población nacional en los niveles socioeconómicos descritos por INEC (Inec, 2011). Cada segmento de la muestra fue dividido equitativamente en los tres sub-categorías del grupo etario estudiado.

Tamaño Universo	Ecuatorianos hombres y mujeres de 8 a 13 años total país 1.917.908 (Fuente: INEC)				
Margen de error	5%				
Nivel de confianza	95%				
Muestra	385				
Segmento/%	N° personas	sexo	8 a 9	10 a 11	12 a 13
Alto, Medio-Alto 35,9%	138	hombres	23	23	23
		mujeres	23	23	23
Medio 49,3%	190	hombres	32	32	32
		mujeres	32	32	32
Bajo 14,9%	57	hombres	10	10	10
		mujeres	10	10	10

Muestra cualitativa.

Esta muestra permitió al estudio complementar la información obtenida mediante la encuesta. Es decir, en base a los resultados obtenidos se estudió a los siguientes informantes para añadir datos importantes no contemplados en la encuesta.

OBJETIVO A REALIZAR	INFORMANTES	LUGAR DE APLICACIÓN	TÉCNICA
<p>Descubrir los hábitos de consumo de Internet de los niños de 8 a 13 años de edad de la ciudad de Guayaquil durante el 2012.</p> <p>Identificar cuáles son los aparatos digitales de uso más frecuente en los niños de 8 a 13 años de edad de nivel socioeconómico medio alto y alto en la ciudad de Guayaquil durante el 2012.</p> <p>Conocer la percepción de la revista Mi Mundo en los niños de 8 a 13 años de edad la ciudad de Guayaquil durante el 2012</p>	<p>Niños y niñas de la ciudad de Guayaquil. De nivel socio económico medio alto y alto.</p>	<p>Ciudadela Porto Vita</p> <p>Colegio Logos</p> <p>Casa Familia Ramos</p> <p>Casa de tweens</p>	<p>Grupo Focal</p> <p>Entrevistas</p>

<p>Describir la relación de los tweens con los aparatos digitales con conectividad a Internet a vista de diferentes informantes : educadores, padres de familia y psicólogos de la ciudad de Guayaquil durante el 2012</p>	<p>Profesoras: Mery, Tutora 7mo de básica, Alejandra, profesora de catequesis. Mónica , psicopedagoga.</p> <p>Padres de tweens (Susana, Johanna ,Ana Luisa, Manolo).</p>	<p>Colegios</p> <p>Casas</p>	<p>Entrevista</p>

Criterio de selección de informantes.

Los informantes son niños y niñas de 8 a 13 años fueron seleccionados por estar en el rango de edad que se determina la pre adolescencia según la investigación *Tweens chilenos* realizada por CNT y Research Chile. Son de la ciudad de Guayaquil, donde fue realizado el trabajo de titulación, el nivel socio económico elegido para las entrevistas y encuesta fue el medio alto y alto por tener más posibilidades de acceso a Internet a diario y a conectividad desde diferentes aparatos tecnológicos.

Se investigó a profesoras de colegios con trato a diario con niños y más de un año de experiencia en el cargo.

Los padres de familia de tweens de nivel socio económico medio alto y alto por tener una relación cercana con los hijos.

Perfil de informantes.

Tweens, pre adolescentes de 8 a 13 años de edad de nivel socio económico medio alto y alto. Entre sus actividades principales está ir al colegio y pasar tiempo en su casa entre deberes y momentos de ocio. Los niños que aun dependían de sus padres. Pre adolescentes con acceso a la Internet y cuentas en redes sociales.

Padres y madres de tweens que poseen acceso a Internet. Tienen control y conocimiento sobre las actividades de los hijos en la web. Ellos tiene interés por conocer los comportamientos que se dan frente a la pantalla.

Educadoras y psicopedagoga: expertas que poseen más de un año en el área con los niños. Este tipo de personas conocen las características del comportamiento y reacciones frente a la Internet.

Resultados

Los resultados a continuación, están presentados en categorías según los objetivos planteados y las categorías de selección. Con respecto al uso de tecnología con acceso a Internet, se refirió en primer lugar a la cercanía en el uso de aparatos tecnológicos, y los hábitos de uso de Internet. También, en la categoría relaciones mediadas a través de Internet se colocó todo lo que sucede y las relaciones que se dan entre usuarios. Por otro lado, la categoría que expuso temas específicos de la revista Mi Mundo con los tweens, su percepción, gusto y experiencia en general con ella.

Uso de tecnología con acceso a Internet

Consumo digital.

El 57% de los tweens posee teléfono celular con Internet. A los padres en primera instancia no les gusta la idea de darles este aparato pero optan por hacerlo para tenerlos conectados con ellos, por eso prefieren darles un teléfono que se limite a recibir y hacer llamadas. Quedarse ahí sería lo ideal para los padres pero los hijos exigen y por la presión social acceden a comprarle teléfonos con todas las funciones, Blackberrys y otros Smartphones .

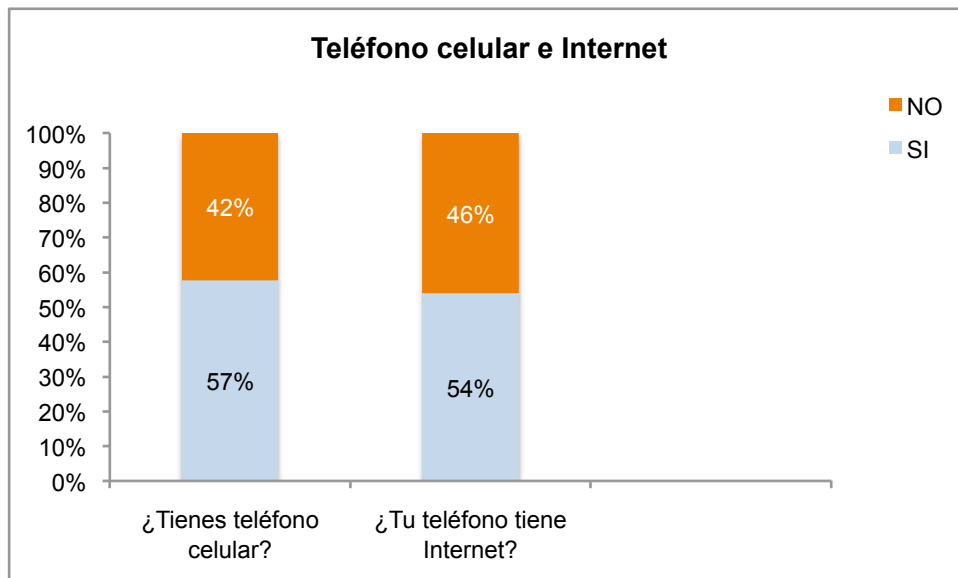


Figura 1
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

Otros padres optan por prestarles el celular cada vez que ellos van a salir pero esto es más para los hijos que pasan con los padres en su casa. Daniel tiene ya 13 años y nunca ha tenido celular porque su madre se lo presta cada vez que él sale y ella se queda con el celular de su papá. La mamá de Daniel menciona que *“ Es cosa de arreglarse y ellos aceptar, no hay que ceder”*.

Para los que padres que trabajan, la realidad es otra para ellos es difícil hacer esto ya que pasan separados mucho tiempo. Susana, madre de tween de 12 años comenta que *“a mi hija yo le doy celular porque trabajo todo el día, ella pasa en la casa y si sale al parque o se va con alguna amiga es importante que estemos conectadas, el celular que tiene es un Blackberry realmente ella quisiera un iPhone pero eso no se lo voy a dar porque tiene muchas funciones más, ese celular era mío y ahora lo usa ella.”*

Los tweens pasan más tiempo con el celular que frente al televisor o el computador. Es por ello que un celular con Internet, vuelve a este medio el más utilizado por los tweens y es una puerta por donde se puede llegar a ellos. María Emilia, hija de Susana añade que *“ el*

Blackberry tiene el bb Messenger y eso es lo que más uso... en el iPod uso instagram , Facebook, Twitter... la computadora la uso para los deberes.”

Los tweens se conectan a la Internet principalmente desde el hogar, lugar donde la mayor parte del día además del colegio. Es decir, que en donde pasan más tiempo es donde más conectividad tienen. Además, ellos poseen privacidad para hacerlo ya que la mayoría se conecta desde su cuarto: 39%.

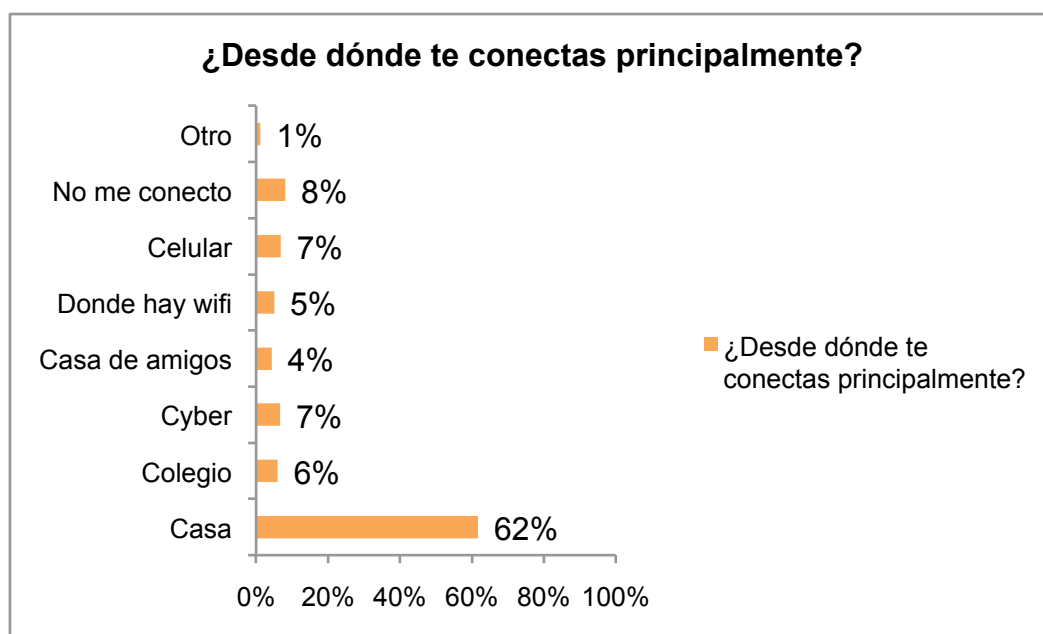


Figura 2
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

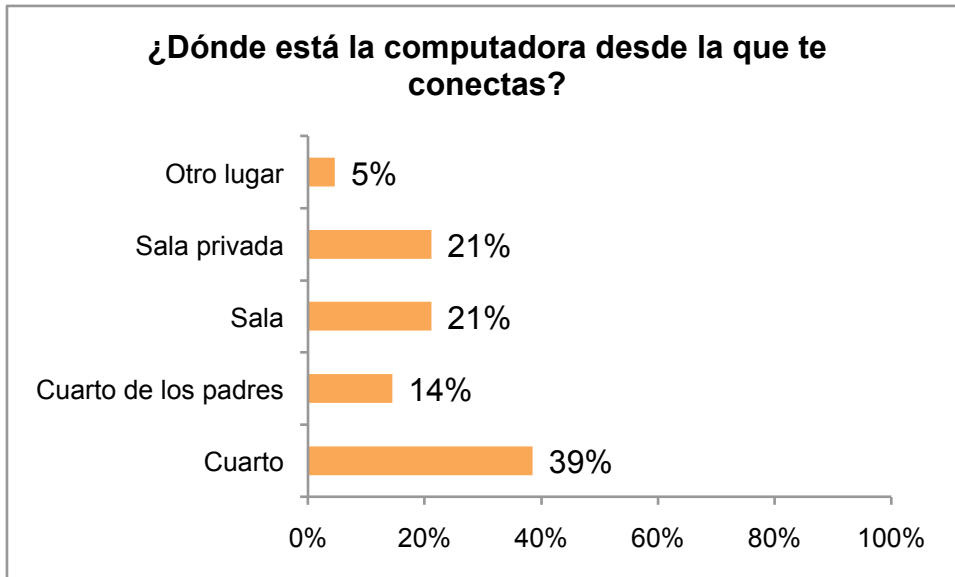


Figura 3
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

De las actividades de ocio que hacen los tweens, estar en la computadora y chatear tienen porcentajes representados el 11% y 8%, respectivamente. A pesar de que las estadísticas muestran que también hacen otras actividades principales como jugar, ver televisión, escuchar música, practicar deportes y más. Muchas veces realizan todo eso acompañados de su celular y es por esto que la Internet sigue siendo importante ya que otras .

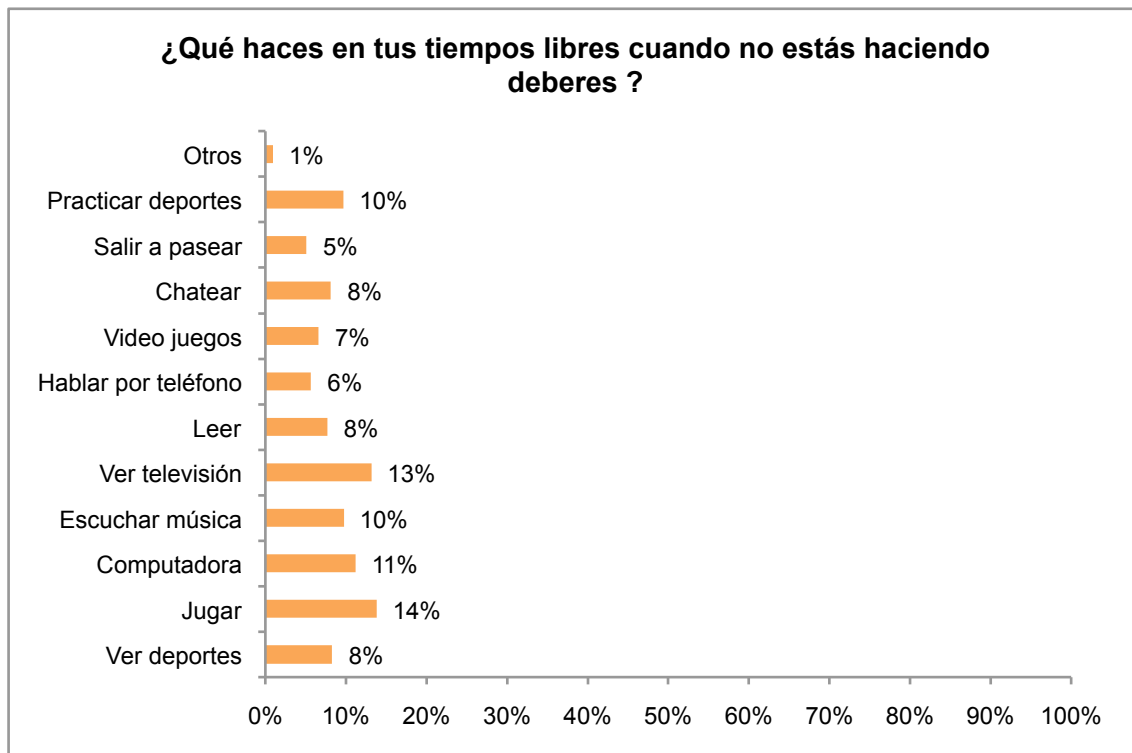


Figura 3
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

“A lo que llego del colegio utilizo el celular todo el día” esto nos comentaba María Emilia de 12 años, aunque a pesar que haga otras cosas tiene siempre el celular en la mano.

Los tweens aprovechan al máximo la conectividad y cada función de los aparatos tecnológicos. En el caso del celular están muy divididas las acciones que utilizan, no se centran en una sola. Se puede observar en el cuadro a continuación los diferentes usos.

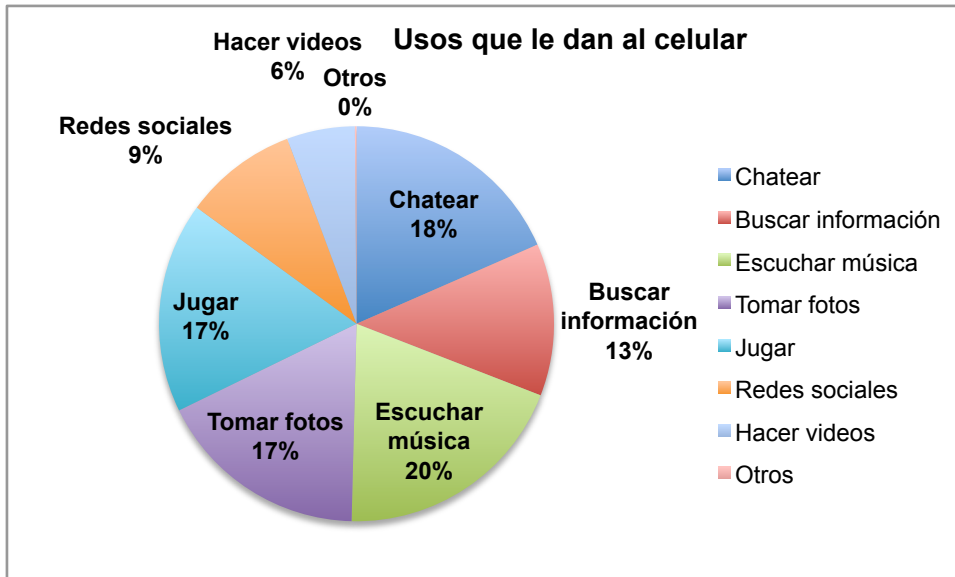


Figura 4
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

El 20% de los tweens encuestados usan el celular para escuchar música seguido por chatear, con el 18%. Esto es porque todos los celulares tienen estas dos funciones, el resto lo tienen los smartphones y no todos los niños tienen ese tipo de celulares. Sin embargo, el porcentaje que utiliza redes sociales es 9%.

Al observar la cuenta de Instagram de María José de 12 años se encontró fotos de sus amigas, de las cosas que le gusta y de sus banda favorita: One Direction. En su cuenta de Facebook hace lo mismo pero también comparte enlaces, tiene agregado cuentas de artistas o de sus club de fans y añade también algunas marcas que le gustan. En Twitter sigue a One Direction, Justin Bieber, de medios sigue a El Universo y revista Generación 21.

Al preguntarles qué les gustaba hacer en Internet las respuestas variaron de la siguiente manera: “Yo me meto página de Hinchas Amarillo... yo leo el Twitter de Justin Bieber... yo ahí veo enchufe Tv... yo solo tengo Facebook... me encanta Club Penguin” todo esto contestaban en desorden tratando de ser escuchados en el grupo focal. Respuestas

muy espontáneas donde sin miedo dicen lo que les gusta. Mencionaron también que todos sus amigos lo hacen y eso para ellos tiene mucho peso.

La comunicación virtual es una opción muy fuerte para llegar a los tweens ya que se enteran de la mayoría de cosas por la web.

En redes sociales predomina Facebook con el 48% y Twitter representa apenas el 4% de los tweens. Entran a Youtube a ver videos y utilizan muchas páginas de juegos. En la encuesta realizada mencionaron estas páginas como las más visitadas y mencionaron otras como Instagram, Messenger, páginas de canales de televisión como Disney Channel, entre otros.

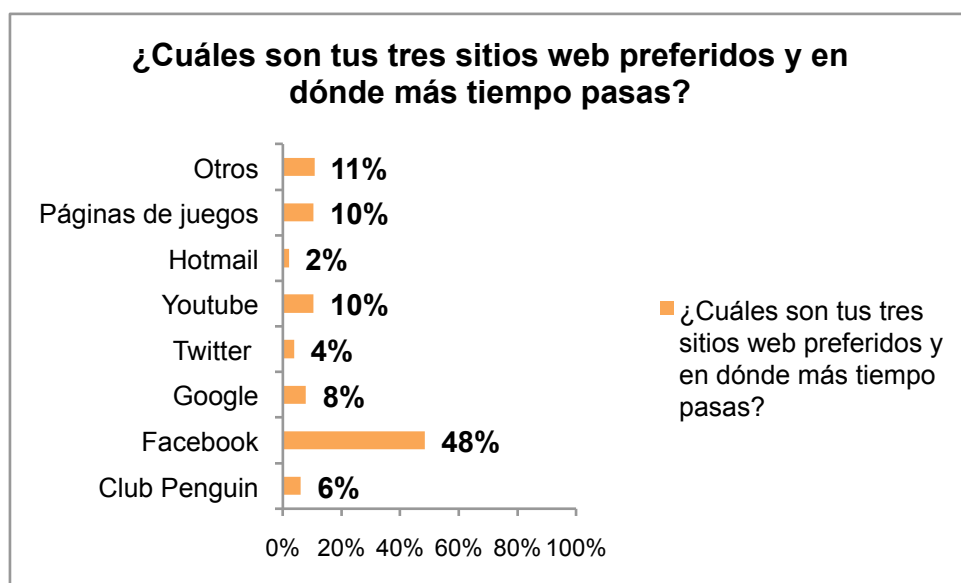


Figura 5
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

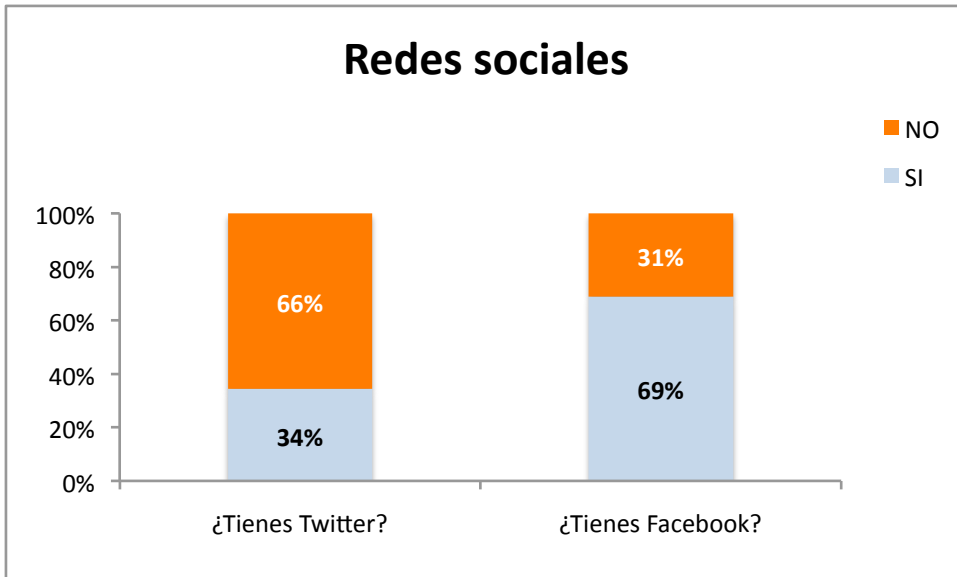


Figura 6
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012



Figura 7
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

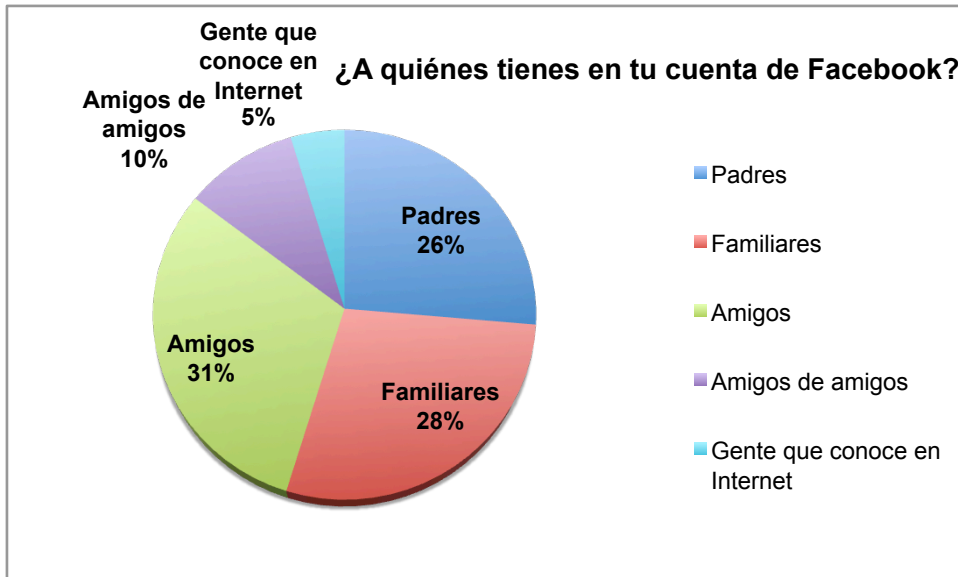


Figura 8
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012)

La mayoría de personas que siguen en Twitter y amigos que tienen en Facebook son familiares, entre padres, primos y hermanos, con un 37%. En esta edad los tienen y no les importa que vean su perfil. María Emilia de 12 años, comentaba que borró a un primo porque la molestaba y le escribía por el chat pero ella tiene a su mamá, a su abuela, a sus tíos y más.

Los amigos y compañeros de colegio son para ellos importantes. Muy pocos conocen gente por Internet ya que los padres si les inculcan el temor a esta acción. Susana , madre de tween de 12 años, comentaba que ella siempre le advierte y solía revisar qué amigos tiene su hija, es algo que ha dejado de hacer pero que piensa retomar.

Relaciones mediadas por lo digital.

La interactividad es la manera de relacionarse unos con otros específicamente a través de la Internet. Puede ser por redes sociales, páginas web, mensajería instantánea. Esta es una característica que diferencia a este medio del resto, además de la conectividad existe un intercambio de datos, mensajes, contenidos. Los jóvenes son principalmente la generación más familiarizada con este tipo de relaciones.

Los tweens destacan como aspecto importante de la Internet las funciones que permiten la interacción. Mencionan como importante que al tener cuenta en redes sociales les permite escribir a otras personas. A artistas principalmente en el caso de las niñas y jugadores de fútbol en el caso de los niños. La actualización constante está entre los aspectos que al medio significativo y diferente.

“Yo entro a Club Penguin porque ahí puedo jugar, comprar y con mi cuenta puedo escribirle a otras personas del mundo” dijo María Paz, tween de 8 años.

“En Twitter puedo escribirle a artistas y si tengo suerte me retweetean” Valentina, 12 años.

“En Facebook cada vez que me meto ya hay nuevas fotos y todo” Amy, 12 años.

“En Twitter leo noticias de fútbol” Daniel, 13 años.

Para ellos, una publicación que lleve horas en sus cuentas ya es algo antiguo:

“ Cuando me meto a Instagram a cada rato ya actualizan algo” Paula, 11 años.

“Si te metes y ves lo mismo que ayer es porque no tienes casi amigos que suban cosas, algo de ayer es algo viejísimo” Jorge, 10 años.

Conseguir likes y retweetear para ellos es otra manera de interactuar. Los tweens hoy en día utilizan estas herramientas de hacer click en el botón de me gusta a una foto (like) o compartir lo que otro pone de la misma manera que ese usuario lo publica (retweet). Para ellos es más importante un “like” que un comentario en una foto porque así los likes se suman y se puede conocer cuántos han visto una foto o un estado, esta es la opinión de Amy de 12 años, durante un grupo focal.

Los tweens buscan respuestas en sus acciones en Internet, no solo leer algo o publicar una foto sino lograr que otros vean lo que haces y se expresen al respecto.

Mery, profesora de séptimo básico, “ se les dice a los padres en el colegio que si sus hijos tienen Facebook ya están mintiendo porque deben poner una edad falsa”

“Un niño me dijo que le gustaba por Messenger y no de frente” María José 12 años.

“Tengo amigas de otros colegios pero hablamos por Facebook todos los días, en mi colegio solo hay hombres” Roberto, 12 años.

“Como leí una vez todos somos feos en la cédula, bonitos en el Facebook, lumbreras en Twitter” y es así comentaba Alejandra, profesora de catequesis de tweens. Esa herramienta de las redes sociales, Internet hace que mostremos lo que queremos ser y llegamos hasta creernos que somos eso que mostramos.

“Muchos pueden llevarse desilusiones y no lo digo solo en la parte física sino que lo que se escribe, se comenta, amistades, todo puede ser falso ” añadió Alejandra .

Socialmente la vida se desenvuelve tras una pantalla, ya no de frente y las relaciones personales se dan pero desde una nueva manera de interacción.

¿Si alguien no te conoce y solo te tiene en Facebook, qué sabría de ti?, María Emilia respondió que ella es directioner- fan de la agrupación musical One Direction- y la gente sabe por las fotos que pone, por las páginas que le da like o retweetea. La personalidad se está definiendo por una serie de elementos que nos colocamos o etiquetamos.

La vida en presencia real, de carne y hueso es una pero por medio de los aparatos electrónicos se está viviendo otra.

“En mi casa si utilizo todo el día el celular aunque esté haciendo otra cosa” María José, 12 años.

Los tweens saben que en Internet las cosas no son 100% verdaderas. Ellos se han sentido engañados y alarmados por noticias que luego resultan no ser ciertas o solo rumor. Saben que hay muchas cosas que no se pueden comprobar y otras que si son verdad. Es por esto que muchos crean identidades falsas en las redes sociales, mienten por chat, se hacen pasar por otros y además por el miedo que le meten los padres de que no todos son buenos en Internet. María Paz comentó que en Club Penguin habló un día con alguien extranjero y ella le dijo que tenía alrededor de 30 años para no decirle que tenía 9. Los tweens saben que es mundo no tan real.

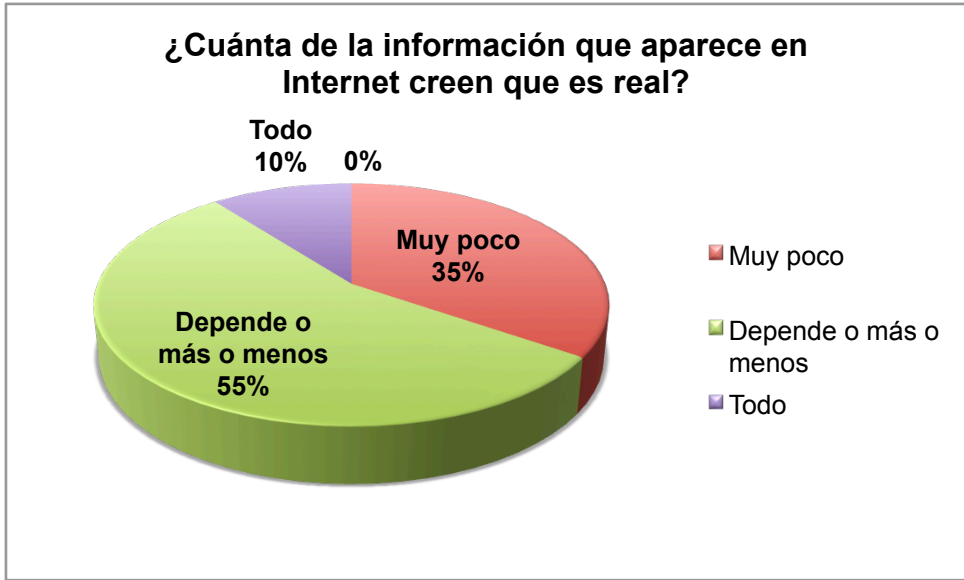


Figura 9
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

Se encontró una diferencia en las edades en cuanto al uso de tecnología como teléfonos celulares e Internet. Como podemos ver en el gráfico adjunto, en las edades de 8 a 9 los niños el 56% no tiene celular en cambio en los otros dos rangos de edades 10 a 11 el 61% y 12 a 13 el 68% si lo tienen.

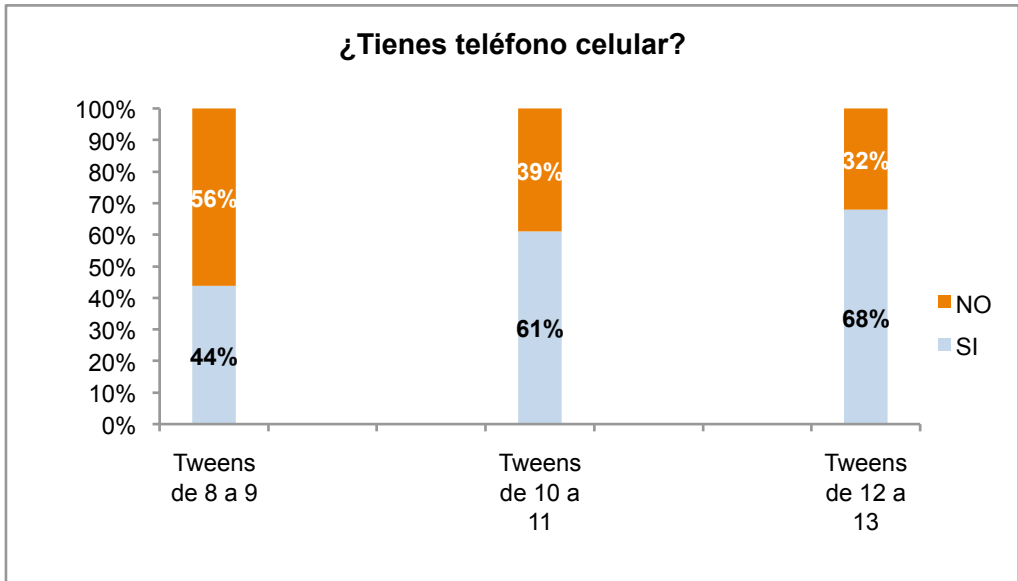


Figura 10
Fuente: Tweens Guayaquileños 2012

Al preguntarles en el grupo focal acerca de las redes sociales, los niños de 8 años dijeron que no tenían porque no los dejaban.

Daniela de 9 años, comentaba que ella se creó una cuenta en Facebook pero su mamá se la hizo cerrar y cuando tenga 12 la van a abrir de nuevo.

Manolo, padre de una tween de 8 años comentó que él no la deja tener redes sociales, para él es peligroso y una pérdida de tiempo. Sobre Internet la hija puede entrar a algunas páginas pero bajo su supervisión.

Experiencia de los tweens con “Mi Mundo”

Esta categoría se refiere a la percepción y consumo de los tweens con respecto a la revista “Mi Mundo”. La experiencia contiene : la recordación, la lectura, los hábitos de consumo, los gustos, las sugerencias.

Mi Mundo es la revista más conocida a nivel de suplementos de diarios. Los niños mencionaron a Mi Mundo al momento de preguntarles por las revistas que conocían y sin tener que nombrarla, la recordaron. De las revistas de la competencia conocían a Pelados pero hubo que mencionarla para que la recuerden. Súper Pandilla y Mi Cometa no eran conocidas por los niños guayaquileños entrevistados.

Sobre la competencia:

“Pelados fue a mi colegio y nos tomo una foto” Daniela, 9 años.

“La conozco pero más leo Mi Mundo porque es la que compran en mi casa” Paula, 11 años.

Al consultarles que recuerdan de Mi Mundo ellos dijeron que los cómics, los dibujos hechos por los niños, y la contraportada que es El Universo para niños donde hay varias noticias.

“Mi mamá trabaja en El Universo y siempre mando dibujos a Mi Mundo para ver si salen publicados y todos vean lo que hice” Ariana, 11 años

Los padres consideran que Mi Mundo es para niños, *“les dejamos leer Mi Mundo sin problemas, por ejemplo Generación 21 si la reviso antes de comprarle en cambio Mi Mundo como viene en El Universo sé que no va a traer cosas malas” Johanna, madre de dos tweens mellizas de 8 años.*

“Mis padres no me dejan tener redes sociales pero tengo Club Penguin y ahí hablo con algunas personas y juego” , María Paz. Preguntarle si Mi Mundo tuviera un página web la dejarían y ella dijo que si, “porque no sería como Facebook y sí me dejan leer” refiriéndose que le permiten leer la revista.

Al mostrarle a los tweens las revistas Mi Mundo y Pelados, les pareció que el contenido poseen pocas diferencias. Ambas le dedican varias páginas a los cómics, poca publicidad, tema central, juegos y dibujos para colorear. Al mostrarle a los niños hojas independientes de cada revista durante un grupo focal, no identificaban si los cómics eran de Mi Mundo o de Pelados. Estas marcas pueden trabajar por buscar un diferenciador relevante que les dé una ventaja.

Conclusiones

Los tweens guayaquileños de nivel socio económico medio alto y alto están familiarizados con la tecnología, tiene acceso a ella y consumen constantemente Internet.

Los tweens de nivel socioeconómico medio alto y alto poseen cada uno al menos un aparato tecnológico y lo utilizan a diario. Sus celulares tienen conectividad a Internet y desde ahí utilizan la mensajería instantánea, las redes sociales, la cámara de fotos, los juegos, música. La computadora y los iPods son otros dispositivos desde donde ellos se conectan.

Los padres les compran celulares por seguridad, para tenerlos siempre en contacto con ellos. El modelo de celular que les dan generalmente son Nokia, Blackberry o iPhone. Los padres son conscientes que este tipo de aparatos puede ser un riesgo para los hijos porque los distrae, los aleja del mundo que los rodea y existe el peligro de que estar en contacto con personas desconocidas. Por ello, los padres toman ciertas medidas de control y les ponen reglas a los hijos especialmente cuando comienzan a habitar en el mundo virtual. Las reglas son : límite en el tiempo a conectarse, restricción a ciertas páginas, no tener redes sociales hasta una determinada edad.

Por la intervención de los padres es que los tweens de 8 a 10 años poseen otras características que lo diferencias a los de 11 a 13 años de edad. Los menores no tienen el mismo permiso para poderse conectar y generalmente no los dejan tener redes sociales hasta que cumplan una edad mayor. Ellos entran a páginas web de juegos o de canales de televisión que si es permitido.

El estar en Internet para los tweens está dentro de las actividades principales y diarias. Todos los días tienen un momento para ver televisión y para conectarse a

Internet. Este medio además de ser usado para diversión también es una herramienta para hacer deberes del colegio.

La página más visitada por los tweens es Facebook. En esta red social ellos tienen como amigos a sus familiares y compañeros. Sus actividades en la página son subir fotos, comentar en ellas y ver las actualizaciones de estado o fotos que ponen sus amigos.

Para ellos es importante la actualización constante, tener siempre algo nuevo por revisar. También, valoran que otras personas les escriban o comenten una foto de ellos. Esto los hace sentir importantes. Aprecian más un “me gusta” en una foto que un comentario. Están siempre a la espera de cuántos “me gusta” consiguen sus fotos.

Los tweens no son totalmente sinceros en sus publicaciones en la web, saben que el mundo virtual no siempre es real. En Facebook suelen poner una edad falsa, los contenidos y las fotos que publican son de la imagen que ellos quieren proyectar de si mismos y no siempre de lo que realmente son. Por todo esto, ellos también tienen temor respecto a las personas extrañas que puedan conocer en la web.

Esta edad se caracteriza también porque no tienen ningún problema de tener a sus padres en Facebook ni Twitter y por lo general no les ocultan las cosas que hacen en Internet.

Las niñas están atrás de lo que hacen sus artistas favoritos, en ver fotos de ellos y los niños más en qué hacen los equipos de fútbol y sus deportistas favoritos. Ambos sexos están atrás de lo que hacen sus amigos y las fotos que suben.

Sobre la revista Mi Mundo, ellos la conocen y la tienen en su *top of mind*. Llega a sus casas los días sábados, algunos la leen completamente y otros solo observan sus páginas. Aprecian el contenido interactivo es decir los cómics, los dibujos, adivinanzas más que los artículos de lectura. Los padres están a gusto con el contenido de Mi Mundo, les parece una

revista de distracción sana para sus hijos. La revista no tienen ningún vínculo con la web y los padres aseguraron que si lo llega a tener si les permitirían navegar en ella porque conocen de qué se trata la revista y aprueban el contenido. Los tweens por otra parte, si les parecería interesante que tengan página web y redes sociales.

Con esta investigación, se logró conocer los hábitos de consumo en cuanto a gustos y preferencias de los tweens en la Internet. Muchos de estos hábitos se dan por la intervención de los padres, los premisos que les dan y qué aparatos digitales les compran. Los amigos y la presión social influye para la adquisición de un nuevo aparato digital o la apertura de una cuenta en una red social para ellos “si no lo tienes no estás en nada” ya que esto le permite a los tweens tener de qué hablar con las personas que los rodean.

El comportamiento de los tweens en la Internet cambia constantemente debido al proceso de actualización permanente que surge en este medio. Las páginas de moda y de juegos no serán siempre las mismas, van cambiando y los tweens las propagan rápidamente entre ellos, son tendencias. Es por ello que es importante hablar con los tweens, estar en contacto con ellos para saber en dónde están metidos, qué les gusta.

Discusión de resultados

La teoría del autor Néstor García Canclini sobre la modernidad en la era digital está alineada de cierta forma con los resultados de esta investigación. Varios de los comportamientos mencionados por el autor coinciden con los tweens guayaquileños que poseen acceso a Internet.

Para el autor García Canclini la gente prefiere estar ante la pantalla más que en relación con otras personas y en lugares físicos, se puede analizar que los tweens entre tantas distracciones y juegos hoy, entre sus actividades principales está el navegar por Internet. Ellos han dejado relegada a las otras distracciones que involucran la naturaleza y juegos tradicionales. Las conversaciones con los amigos ya no son por teléfono sino por chat. La sociedad ha cambiado y las formas de comunicación e interacción también.

Hoy en día los tweens conocen más de sus artistas preferidos que de sus familiares. En el chat se atreven a decir cosas que no lo hacen en persona como declarar sus sentimientos hacia alguna niña o niño. Se comunican también por Internet con su familia, los tienen en sus cuentas de Facebook y Twitter. Para el autor, el estar conectados no significa que haya interacción porque muchas veces se pierde el contacto con los que tenemos alrededor y otras veces se pierde al mundo real por estar en un mundo virtual.

“En lenguas diferentes también se interactúa ya que el habla y escritura juvenil se caracteriza por compartir códigos estilísticos y de auto reconocimiento de semejantes” (Canclini, 2007, p. 77). Estamos frente a un nuevo concepto de interacción que se caracteriza por la vía digital más que el contacto personal es por esto que los padres acceden y los dejan tener a sus hijos un celular con Internet, les permiten conectarse a través de una computadora durante un tiempo determinado al día y además tener cuentas

en redes sociales, ellos comprenden que los tiempos han cambiado y es imposible mantener a la nueva generación a un lado de este fenómeno. Existe la presión social de que todos tienen cuenta en Facebook, de que todos tienen celular con ciertas características y los padres comprenden que es una nueva necesidad para la generación de sus hijos dado el momento histórico en que están viviendo.

Los hábitos de lectura y escritura han cambiado con la digitalización. “Se lee escribiendo y modificando, ahora el lector puede intervenir el texto electrónico, cortar, desplazar, cambiar el orden, introducir su propia escritura” (Canclini, 2007, p. 85). Es por esto que las escuelas varios deberes son para realizar a computadora y en Internet. Existen también páginas web con plataformas virtuales especiales donde los profesores suben los deberes y material de apoyo como lecturas y videos para los estudiantes. También, se utiliza la web para comunicarse con los padres de familia. El tiempo que pasan los tweens en la computadora no es solo para ratos de ocio sino por productividad, para estudiar y hacer deberes ya no en papel sino en digital. “Una realidad es que en las universidades hay menos libros gruesos y más fotocopias de capítulos aislados. Es decir que disminuyen los lectores fuertes y hay lectores de todo tipo de contenido. La información es menos profunda pero más diversificada por el hecho de tener acceso a mayor información. Se conoce más temas pero con poca profundidad”. (Canclini, 2007, p. 84). Conocer a profundidad sobre un tema depende de cada persona ya que la Internet presenta la diversidad pero cada uno se especializa en conocer más sobre un tema particular del propio interés.

Al hablar de la convergencia digital, se entiende por ello a que los nuevos medios se integran con los medios tradicionales. La lectura no ha dejado de existir sino que se ha modificado la forma y lugar de hacerlo. Si antes era en un libro ahora es desde una computadora. Los textos si bien es cierto no son tan largos pero existe distinto contenido que puede ser aprovechado, en las escuelas se envían a ver videos o buscar imágenes de las

lecturas vistas en clase. La Internet sirve para ampliar el conocimiento y unir el papel con más contenidos.

Además, las funciones de cada medio siguen siendo válidas y tienen características que son valoradas por los tweens y hacen que todos los medios sean utilizados todavía. Por ejemplo, la interactividad para García Canclín (2007), es la forma en la que algo se relaciona o que sucede en el lector o espectador. No necesariamente debe ser un contenido con audio y video sino una imagen o un texto que si llega a producir un interés, sentimientos o conexión con el lector entonces ya generó una interacción. Se cree que solo la Internet es interactiva porque hace participar al internauta de una experiencia en sí. Las revistas son un medio interactivo también ya que a pesar de no ser audio visual tienen dentro de su contenido la opción de recortar, pintar, enviar dibujos, tiene lecturas graficadas, publican cartas y dibujos hechos por los lectores y de esta manera ellos participan e intercambian.

El conocimiento sobre los acontecimientos y tendencias que hay en el mundo ha incrementado. Los tweens conocen perfectamente la última canción de moda, qué sucedió con algún artista, noticias del mundo, datos curiosos sobre acontecimientos, una nueva película o libro, los nuevos inventos tecnológicos, videos populares, etc. Todo esto se enteran por los diferentes contenidos que cada persona con la que ellos se contactan a través de la web comparten o publican. Para García Canclini la digitalización incrementa los intercambios de libros, revistas y espectáculos, pero sobre todo está creando redes de contenidos y formatos elaborados a partir de la circulación mediático-electrónica. Es decir, cada persona que se entera de algo y lo considera interesante, lo comparte para que otros con los mismos gustos e intereses lo puedan disfrutar. Además, con Internet vinieron Google y Yahoo, las enciclopedias virtuales, la oportunidad de acceder a diarios y revistas . Si no se

tiene acceso a otras personas cada uno puede buscar por sí mismo los contenidos comentados.

García Canclini en su libro *Culturas Híbridas* menciona que la cuestión es entender cómo la dinámica propia del desarrollo tecnológico remodela la sociedad, coincide con movimientos sociales o los contradice. Lo que se habla y las tendencias se dan por lo que se ve en Internet, existen palabras y referentes al hablar con los tweens que solo se los entiende si se está inmersos en el mundo digital, hay un propio vocabulario para ellos como el decir: googlear, etiquetar, retwittear, mencionar, poner like, entre otros. Lo que hace sentir importante a un tween no es el tener buenas calificaciones y ser reconocido por sus estudios sino el que a muchas personas les guste sus fotos y les comenten en Internet.

El estar inmerso dentro del mundo digital es lo que hace parte a un tween de la sociedad moderna pero existen personas que por la Internet llegan al extremo del autismo, inventar identidades, simular situaciones menciona Canclini (2007). Los tweens en algunos casos mencionan que alteran la realidad de sus vidas contando historias que no son ciertas, proyectan de sí mismo lo que quieren ser y no lo que realmente son. Mienten con respecto a su edad en Facebook y publican el contenido y fotos que les conviene, que los hace ver interesantes ante los demás. Al mencionar el autismo, hay tweens pasan más horas conversando por mensajería instantánea que con las personas que se tiene al frente. Existe una separación de lo que viven físicamente con las personas que los rodean que lo que viven en Internet. Para ellos, que pasan el día entre el colegio y la casa, la Internet es un escape que les permite viajar y recorrer el mundo entero con solo dar un click.

Se puede concluir que los tweens son el ejemplo de los cambios en la sociedad, las maneras de hablar, escribir e interactuar. Son personas que han nacido y están creciendo con un iPod, computador, celular y relaciones virtuales. Su conocimiento ya es amplio pero no profundo, están en búsqueda de constante actualización, se adaptan rápido a cualquier

tendencia, moda y vocabulario que surja en la web. Para entenderlos a ellos se deben comprender el momento histórico en el que viven donde hay un mundo virtual y un mundo digital paralelo en el cual vivir.

Lineamientos para la digitalización de revistas dirigidas para tweens.

A continuación se presentan estrategias para digitalizar una revista que circula solo en papel. A partir del conocimiento de los tweens se recomienda utilizar como formatos la página web y redes sociales del momento (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) . Sin embargo estas cambian , se dejan de utilizar o se crean nuevas.

La tecnología debe complementar

- Se debe comprender que la Internet no debe ser igual que la revista sino algo que lo complemente.
- Se debe crear contenidos que sean propios del papel y otros propios de la web.
- Enganchar un medio con el otro, por ejemplo colocar un link en un artículo impreso que dirija a la página web y en esta encuentre información extra sobre el tema tratado como por ejemplo un video, imágenes, etc.
- Otra forma de enganchar ambos medios es aprovechar la web para promocionar la revista impresa en papel y contar un pequeño antecedente de algún artículo o sección que vendrá en el siguiente impreso, de esta manera lograr que los tweens despierten interés por la revista impresa el día que circula.
- En general, en la revista impresa crear expectativa de lo que vendrá en la web y en web lo que vendrá en el impreso.

Contenidos deben ser diferentes

- Tener en cuenta que en un medio digital debe ser distinto, no se debe tratar solo los mismo temas del papel.
- Se debe hacer un esfuerzo por llegar a los tweens con algo más interesante y único. El mundo virtual tiene características propias y que como producto Mi Mundo o una revista digital no necesariamente tienen que agregarlo al impreso.
- Se debe incluir temas diarios que no saldrán en la revista semanal. Por ejemplo, noticias actuales, tratar sobre un tema que es una tendencia en el momento en Internet y que todas las personas lo comentan.
- Se debe tomar en cuenta que existen temas valorados por los tweens como saber acerca de sus equipos de fútbol, artistas, videos más vistos, sucesos del mundo interesantes que deben ser subidos a la página y no necesariamente publicados en la revista impresa porque al pasar una semana ya no es novedad. (*“En Twitter puedo escribirle a artistas y si tengo suerte me retweetean”* Valentina, 12 años.)
- Realizar videos, fotos y reportajes exclusivos de la web. La Internet es el otro mundo de los tweens por ello la información también debe responder a la necesidad de vivir una experiencia diferente de la vida cotidiana.
- Colocar contenidos de la revista impresa que sean importante como para que permanezcan. Por lo general en una revista cuando sale una nueva edición, la antigua ya queda relegada y nadie la lee en la web se puede buscar la información, queda con el tiempo. Hay secciones importantes que se les debe dar un espacio para que permanezcan como lo son la sección de dibujos de los niños y cartas al lector.

Contenidos en la web deben ser cortos

- Los contenidos no deben ser extensos. Máximo 3 párrafos se recomienda.
- Si se realiza un reportaje, video, historia debe ser breve para que sea leído por los tweens, considerando su nivel de concentración y atención.
- El contenido debe llevar siempre imágenes, fotos o ilustraciones.
- Los esfuerzos deben centrarse en amplitud y variedad de información más que en profundidad de la misma.

Actualización constante

- Se debe tener todas las plataformas digitales- página web y redes sociales- actualizadas a diario. No puede ser actualizada una vez a la semana solo cuando circula la nueva revista. Los tweens le dedican un tiempo diario a la Internet por ello algo que no se actualiza al día es contenido antiguo. (*“Si te metes y ves lo mismo que ayer es porque no tienes casi amigos que suban cosas, algo de ayer es algo viejísimo”* Jorge, 10 años.)
- No es necesario cambiar el tema central de la página web ni crear reportajes sino cambiar una sección o subir una foto, con esto ya se está generando noticia durante el día. Esto ayuda a que la marca esté presente todos los días de la semana y al cuando circule la revista sea más amigable y esperada.

Interacción.

- Debe existir participación de los usuarios en la página web y redes sociales.
- Los contenidos deben brindar al internauta una experiencia.
- Contenidos interactivos propios de la revista deben ser colocados en la web: cómics, dibujos para colorear, adivinanzas, laberintos y los demás juegos tradicionales de entretenimiento. (*“Mi mamá trabaja en El Universo y siempre mando dibujos a Mi Mundo para ver si salen publicados y todos vean lo que hice”* Ariana, 11 años)
- Debe haber intercambio de contenidos e información entre usuarios. La posibilidad de enviar contenidos, fotos, comentarios y que la marca los comparta en redes sociales, lo suba a la página web hace que la marca se enriquezca de contenidos y que todos estén a la expectativa si algo suyo se publicó. De esta manera, ser un canal de una a usuarios y les brinda contenidos interesantes.
- Las cartas al lector y el recibir comentarios o sugerencias a través de la web hace al medio interactivo.

Interacción

A partir del conocimiento de los tweens y las relaciones mediáticas digitales se ha definido algunas formas de interacción para llegar a los tweens desde aspectos que valoran.

Redes sociales.

- Abrir una cuenta en redes sociales hace que la marca esté más cerca de los tweens, porque implica estar donde ellos pasan un momento significativo al día.
- En las redes sociales, por ejemplo Twitter se debe seguir a artistas de moda y estar pendientes de que si ellos publican algo compartirlo para

que todos lo vean y sepan que el medio está atrás de la información que valoran.

- En redes sociales como Facebook y Twitter estar siempre pendiente de responderle a los usuarios lo que ellos escriban o comenten. Esto es servicio al lector.
- El contenido publicado debe ir siempre alineado a la revista. Nunca publicar cosas que se salen del foco central de la revista. En el caso de Mi Mundo, es una revista de aprendizaje y de actualización. Los contenidos deben responder a ello.
- El lenguaje a utilizar debe ser informal, de esta manera se les habla en el lenguaje que los tweens utilizan.

Concursos.

- Los concursos son una manera para tener al consumidor siempre enganchado con la página y hacer que conozcan el producto.
- En las redes sociales o página web se deben realizar concursos con premios sencillos como entradas a eventos, al cine, órdenes de compra, algún producto de merchandising, entre otros. En las ocasiones que sea posible entregar premios de más valor.
- Los concursos deben variar y realizarse seguido. Al menos uno al mes.

- Los concurso debe consistir por ejemplo, en hacer una pregunta en redes sociales sobre el contenido de la revista impresa, sobre una de las secciones, sobre algún video subido en la página web o en Youtube.
- Realizar concursos para incentivar la compra de la revista impresa como enviar o subir fotos de la revista en sus manos y con esto entran dentro del sorteo. El día que circula la revista hacer que hasta una hora determinada de la mañana (porque por lo general el periódico se lee en la mañana y así se mide si lo han comprado o no) contar el tema que más les gustó o realizar las preguntas en ese horario.
- Las formas del concurso deben variar y no ser siempre iguales para sorprender al consumidor.
- Se debe felicitar y mencionar quienes son los que ganaron desde la página web.
- No todos los concursos deben ser premiados, hay veces que para elegir el mejor contenido del año, la mejor foto, el mejor video, entre otros, se puede pedir la opinión del tweek y no necesariamente que haya un premio para ellos sino que el contar con su voto es importante, ellos pueden hacer ganar a lo que les gustó.

Compartir el contenido.

- Se debe pedir que publiquen contenidos de lo que les gusta a los usuarios y compartir algunos. De esta manera publica un tema que sale de ellos mismos y puede ser valorado por otro tweek con características similares.

- El compartir contenido hace sentir importante al tweek por haber valorado algo de suyo.
- Tener cuidado y nunca compartir fotos personales así sea solicitado por los tweens porque esto puede causar problemas con los padres de familia ya que a veces hacen cosas sin su conocimiento.
- Los tweens valoran los videos graciosos y nuevos de Youtube, es importante estar al tanto de qué hay de nuevo para compartirlo y ellos lo disfruten. Para ellos esto es equivalente a tener “cultura general” el saber qué videos hay.
- Las redes sociales y la página web deben estar conectadas y una siempre dirigirla a la otra.

Reporteros.

- Realizar un pequeño club de periodismo para que los niños se inscriban y reporten con fotos, es decir envíen fotos desde su celular o computadora de algo que ellos hayan observado durante el día y sea relevante. Hay que darle créditos al autor. Es importante que exista un filtro para que no sean fotos personales. Lo que se puede publicar por ejemplo: la lluvia en un sector determinado de la ciudad, un evento en el centro de la ciudad, vendedores del diario y la revista, la caída del sol o la vista desde una parte de la urbe.

Encuestas.

- Se debe tomar en cuenta la opinión del tveen.
- Realizar encuestas sobre el contenido, sobre el diseño de la página y cosas puntuales que sirven para mejorar el producto impreso y digital.
- Los temas de las encuestas deben variar, no solo saber qué opinan del producto sino saber qué temas les interesa, qué postura o conocimiento tienen sobre un tema. De esta manera se conoce más a los tweens para desarrollar algo nuevo como temas, secciones, videos, etc.

Comentarios.

- Debe haber un espacio para poner comentarios dentro de la página web
- Preguntar al lector qué opinan sobre algún tema en especial por ejemplo: qué tal su primer día de clases, qué tal la navidad, también si ya leyeron la revista de la semana y preguntarles qué tema les gustó para así generar movimiento, conocerlos y tener una relación amigable.

Juegos.

- Implementar juegos en la página web, esta herramienta es valorada por los consumidores.

- Realizar al menos un juego inédito que no se encuentre en otra página de Internet para que lo valoren y tengan siempre que entrar a la web para jugar.
- El juego creado no puede ser aburrido, debe tener una finalidad, tener acción y estar renovándose. El sistema tampoco puede ser lento.
- Aparte del juego inédito para reforzar se puede colocar juegos clásicos que ya existen como sudoku, tetrix entre otros para ofrecer diferentes alternativas.

Página web es importante

- La página web no puede ser solo una página de información que no contenga interactividad ni que se actualice a diario. Hay tweens que todavía no tienen una cuenta en redes sociales y por ello es necesario que la web sea completa con todos los videos e imágenes.
- Debe contener una sección determinada donde se publique lo que sucede en redes sociales, un resumen con los comentarios más relevantes, imágenes, entre otros. De esta manera se involucra al consumidor que no tiene redes sociales y que quisiera tenerlas por lo tanto van a valorar esta función. (Daniela de 9 años, comentó que ella se creó una cuenta en Facebook pero su mamá se la hizo cerrar y cuando tenga 12 la van a abrir de nuevo)

Recomendaciones

Para cumplir con los lineamientos para la digitalización se recomienda realizar un diagnóstico de la empresa para saber si cuentan con el personal y la logística necesaria para cumplir con lo que implica incursionar en la web. Se debe atender al consumidor , estar pendiente de la actualización por ello no es recomendable crear un producto que arranque bien pero luego decaiga porque no esté funcionando con el seguimiento continuo.

Se debe estar al día con las redes sociales nuevas y incursionar en ellas. Esto muestra que el producto está en permanente actualización.

El diseño de la página en cuanto a colores y estética debe renovarse cuando pase un tiempo y se considere necesario ya que los tweens están siempre acogiendo nuevas modas y tendencias.

Se recomienda estar cercano al tween, conocerlo a través de la interacción que tienen con ellos en las redes sociales para saber que temas ofrecerle. Además, luego de un tiempo considerable realizar nuevamente una actualización de la investigación presentada en este estudio para conocer a profundidad los cambios que se hayan dado en los tweens. Es de gran importancia tener en cuenta la cercanía e investigación de los tweens ya que se puede tener todas las herramientas digitales para implementar un producto en digital pero sin el conocimiento del consumidor no logra realizar las acciones que realmente valoran y se puede caer en el error de hacer una página estéticamente y teóricamente bien hecha pero sin ninguna conexión con el grupo objetivo.

Bibliografía

- Bauman Zygmunt (2007). *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura de Economía Argentina. Argentina.
- CNT , McCann – Erickson & Research Chile (2003). Informe 8/13 Los Tweens Chilenos. Santiago de Chile.
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2003). Informe 8/13. Chile
- Diario Expreso,(octubre 19 de 2012) Newsweek pasará a ser solo versión digital. Guayaquil, Ecuador.
- El Universo (2012) www.eluniverso.com/quienessomos/productos ,Guayaquil, Ecuador
- INEC, (2012) <http://www.inec.gob.ec/>, Ecuador
- Intouch Zenith Optimedia (2012) informe sobre el vínculo de niños y los medios, Guayaquil y Quito, Ecuador
- Kotler P., Armstrong G., (2003). Fundamentos de Mercadotecnia.
- Martin Lindstrom (2003) "Brand Child". Great Britain, Kogan Page Limited, EEUU
- Nestor García Canclini (1992) Culturas Híbridas, Sudamericana, Buenos Aires, Argentina
- Nestor García Canclini (2007) Lectores, espectadores e Internautas, Gedisa, Barcelona, España
- Rodrigo Cisternas, P. M. (2012). *Los tweens guayaquilenos* . Guayaquil.

Anexos

ENTREVISTAS PREVIAS

Entrevista a profesora de un grupo de tweens

Alejandra Guerra, da clases a niños de 7 a 13 años , niños de un movimiento católico. Se reúnen los sábados y realizan unos pequeños campamentos en donde además de aprender sobre algún valor cristiano lo ponen en práctica mediante ciertas actividades.

Para ella es importante educar a los niños en esta edad, su lema es “dime como es un niño a los 12 y te diré como será a los 30”. Se refiere a que si un niño en este momento es un poco perezoso, es un poco vago, se le enseña a mentir, etc entonces de grande posiblemente tendrá secuelas de ese defecto. De su experiencia nos puede contar que son como esponjitas, todo lo que ven, todo lo que escuchan ellos lo aprenden de su entorno.

Cree que todos los niños son diferentes y esto depende mucho de los papás. Hay niños que son muy inquietos y otros muy callados. Muchos quieren llamar la atención y muchos tienen miedos y vergüenza. Estos dos extremos se los encuentra mucho en esta edad. En las clases que le doy veo que les aburre mucho solo escuchar, necesitan hacer cosas manuales, juegos y competir. En este caso, los niños suelen ser en su casa de una manera pero vienen acá al grupo y se intentan comportar bien o quedar como si como si son buenos niños y precisamente hay que ayudarnos en la coherencia.

Por otro lado, considera que Alejandra que los niños ya no se les da mucho espacio para la imaginación. Prefieren ver televisión, estar en Internet antes que salir a andar en bicicleta, . Las niñas muchas veces tienen ídolos que las enloquecen, artistas y canciones que se las enamoran pero es algo que le dedican tiempo y su pensamiento muchos veces en lugar de estar en algo más productivo . La Internet es muy peligrosa en su edad piensa Alejandra y ella les recomienda cerrar el Facebook a sus alumnos pero casi ninguno le ha hecho caso en esto. Ella le impacta cómo por estos aparatos viene la dispersión, desconcentración y más. Ella comentó que en las redes sociales leyó una frase que es muy cierta, somos feos

en la cédula, bonitos en el Facebook, lumbreras en Twitter. “Nunca nos vamos a mostrar como somos sino la mejor versión y a veces una que ni somos pero que creemos ser”.

Entrevista a Verónica Marchán, madre de tween

Verónica tiene un hijo de 13 años, ella dice que a los 12 años estaba perfecto pero ahora ha cambiado un poco. Con la familia, él sí participa en actividades familiares, se lleva bien con su hermano y padres. Lo describe a su hijo como tranquilo y dice que esto no significa que todos los niños de esta edad sean así. Es casero, no le interesan las fiestas todavía ni salir con amigos, casi no ve televisión pero le encanta pasar mucho tiempo en los videojuegos y navegar por Internet. Sus videojuegos preferidos son de matanza y las páginas que ve en Internet son de chistes, caricaturas, videos o juega en el Facebook de Verónica.

Cuando regresa del colegio, va a la casa de los abuelitos directamente y luego a clases de tenis dos veces por semana. Le encanta practicar este deporte y cuando no juega tenis hace natación. Él no tiene ninguna marca favorita, la mamá elige lo que él debe comprar, no maneja dinero todavía ni siquiera para el lunch del colegio.

Verónica piensa que es una edad difícil pero no tanto como la adolescencia que es lo que se viene. Considera a su hijo como muy tranquilo y no cree que todos los niños de esa edad son así. Lo que le preocupa de esa edad es que las relaciones interpersonales son muy diferentes que antes y casi no se relacionan con amigos sino por medio de Internet. Por otro lado, las amistades influyen mucho y cree que debe estar siempre pendiente para ver con quién se junta su hijo.

ENTREVISTAS DE CAMPO: RESUMEN

Entrevista a Susana Campoverde, madre de tween

Susana es madre de María Emilia de 12 años. Comentó que su hija es muy tecnológica, pasa con el celular todo el día. Yo cambié mi teléfono y entonces le di el mío, considero que comprarle uno nuevo tampoco es conveniente por su edad. Su hija se mensaja con las amigas todo el día. En casa pasa con un iPod donde toma fotos de sus amigos de la ciudadela y las sube a la red social Instagram. También tiene Facebook y Twitter. Susana solía revisar los contactos de su hija pero confesó no haberlo hecho desde hace bastante tiempo. “No me debo descuidar, ahí uno sabe cómo están las personas de su edad y en qué andan metidos, debo retomar el tema además para que no tenga amigos extraños”.

Sobre la lectura comentó que su hija no lee libros, lee tweets de One Direction y las fotos con frases. En el colegio si le mandan a leer pero es obligación en cambio lo otro es voluntario y con gusto. Sobre revistas no lee mucho a veces cuando llega Mi Mundo la ve, cuando estamos en el supermercado a veces coge una revista pero más pasa en el celular y todo lo sabe por el celular. Le encantan las fotos, ver fotos de las cosas que le gusta y las sube a su Facebook. Ella comentó que su hija tienen computadora en su cuarto porque ahí hace deberes o escucha música desde Youtube.

Entrevista a Johanna Herrera, madre de tweens mellizas

Johanna es madre de María Emilia y María del Carmen . Ellas tienen 8 años. Johanna ve a sus hijas un poco pequeñas todavía pero que poco a poco van creciendo y cambiando sus intereses. Ellas juegan juntas y les gusta saber sobre artistas. La música les llama la atención. Considera haber educado bien a sus hijas y está siempre pendiente de lo que ven y lo que no. No las deja ver cualquier programa de televisión. De revistas a veces les compra

Generación 21 pero la revisa siempre. Prefiere que lean Mi Mundo porque como viene junto a El Universo confía que su contenido sea bueno.

“Mis hijas son tranquilas, juegan, bailan, no tienen redes sociales todavía aunque si quieren, por ahora juegan en mi Facebook. Ellas tienen celular y si escriben y toman bastantes fotos”

“Prefiero que no tengan redes sociales hasta los 12 años” comentó Johanna aunque espera que no se adelanten e insistan para tener antes. Johanna les inculca la lectura y sus hijas se leen Mi Mundo” de cabo a rabo” refiriendose que lo leen todo.

Sus hijas aprecian los cómics, los diferentes temas que siempre están y les permite aprender.

Entrevista a Ana Luisa de Benítez, madre de tween.

Su hijo se llama Daniel y tiene 13 años. Está en el colegio Javier de Guayaquil. Su hijo no tiene celular porque ella le presta el de ella cuando él sale. Ana Luisa no trabaja por ello no requiere ese aparato para el control diario como sucede con otros padres. Ella considera que no hay que nunca ceder ante la presión social y ante la frase “ pero todos mis amigos tienen” eso no es excusa para darle a los hijos algo que uno no considera conveniente. No son los padres de los amigos quienes están formando a su hijo sino ellos.

Ana Luisa aceptó que su hijo tenga redes sociales desde hace un año. Ella considera que no hay problema con esto porque como no tiene celular no es que su hijo pasa todo el día metido sino un tiempo durante la tarde y ella está en la casa y puede controlar esto. De esta manera su hijo tiene media libertad, es decir libertad con control y así ambos ganamos. “En Facebook yo puedo ver lo que publica y lo que no. Él juega en Friv.com, Youtube pasa bastante y en cosas de fútbol” Considera que es la diversión de hoy en día y hay que

acceder pero no dejarlos exceder es por esto que no le dan celular porque sino se vuelve un vicio.

“Él no lee mucho, coge el periódico para ver la parte de fútbol y a veces el cine porque le gusta que lo llevemos o irse con sus amigos. Revistas nunca lee, Mi Mundo la conoce y mira los cómics” añadió.

Entrevista a Mónica de Issa, educadora

En una breve consulta con Mónica quien siempre ha dado clases a niños entre 8 a 13 años y a adolescentes comentaba que los tweens están en una etapa crucial en la que forman su personalidad. Ellos no han dejado de lado a sus padres todavía como va a suceder luego en la adolescencia pero si han comenzado a interesarse ya por sus amigos un poco más. Ellos quieren divertirse, pasar bien sin quedar mal ante sus padres. Sienten que son grandes porque muchos son los mayores ya de la primaria, socializan bastante.

Hoy en día el tema digital, las redes sociales es algo que preocupa mucho a los padres y debe ser así porque es otro mundo en el que no los podemos controlar. Los castigos ya no son no dejarlos salir porque eso les da igual si es que tienen esos aparatos donde están conectados con sus amigos, los castigos ahora son quitarles el celular o dejarlos sin Internet. Eso los vuelve locos. En estas edades es recomendable que los padres les den libertades para que luego de grandes no estén alborotándose por rebeldía. Se debe poner reglas y hacerles dar cuenta que confías en ellos. La educación es un conjunto de la familia y del colegio. Lamentablemente los compañeros a veces no son una buena influencia porque buscan ellos un consejo en un compañero o compañera que su referente es una telenovela o una película. Muchos compañeros también son molestos y hacen que otro crezca con baja autoestima. Los educadores deben estar siempre pendientes para que los abusos y cosas

que puedan afectar a los niños no se den en el colegio o notificar a los padres para que tengan una mayor supervisión . Ella aconseja conversar mucho con los tweens porque son muy interesantes, hay mundo dentro de ellos por conocer.

Mery Carrillo, profesora Logos Academy.

Mery es tutora de los 7mos de básica del colegio Logos, ella tiene relación con los niños, con los padres y con los profesores de cada materia. Ella comentaba que los niños hoy en día tienen mucha permisividad con la tecnología, los padres no pueden llegar a saber exactamente que hacen en las redes sociales y tanto tiempo con un celular o en la computadora. Las conversaciones y las peleas que puedan tener a través del aparato celular. En el colegio hay reuniones y se les da a los padres tips y un código de cómo enfrentar la situación de la Internet y redes sociales con los hijos. Primero, se les dice que si dejan que su hijo tenga Facebook se les está enseñando a mentir porque ya al abrir una cuenta se debe poner edad y ya ahí tienen que poner una falsa. Muchos padres lo toman bien y le cierran a sus hijos Facebook y a otros no les importa.

La mayoría tiene celulares con Internet, los padres se los dan para tenerlos comunicados y la presión social de que todos tienen hacen que los padres accedan a comprar un equipo más o menos bueno. Hay niños que definitivamente al tener celular empiezan sus notas a bajar y otros que por tener en su casa una computadora no entregan deberes, etc. Mery comenta esto porque los padres al ir a hablar con profesores admiten muchas veces que el descenso en las notas se da a raíz de la compra de un aparato electrónico o celular. Aunque no usan el celular en clases igual los hace dispersos.

Con respecto a la lectura, Mery contó que algunos les gusta leer y otro no. Ellos tienen que leer obligatoriamente libros de la biblioteca y otros de las materias. Depende de la persona y habilidad comentó Carrillo.

Ella no ha visto que lleven los alumnos revistas para leer en clases pero seguramente si tienen alguna en su casa la han de ojear como todos. La revista Mi Mundo le parece que tiene un contenido bueno y no como Generación 21 que es pura farándula- aunque le guste a las niñas no les aporta- sino que tiene lecturas, cuentos, cosas importantes. Si la revista iría a la web seguro la verían si un profesor lees dirían que cojan de ahí alguna lectura o venga con cosas educativas. Ellos tienen una plataforma online del colegio donde se bajan lecturas, los profesores comparten videos, etc. Los libros de Science son solo versión digital este año y ellos deben obligatoriamente tener en casa una computadora con Internet para poder leer y estudiar.

Margarita Barriga, escritora de libros.

Margarita es dueña de la librería Vida Nueva en Guayaquil. Ha escrito libros para Alfaguara y es la creadora de la colección de libros de MIA. Por varios años ha dado animación a la lectura para niños en su librería. Es algo que le gusta, el incentivar a los niños a leer y menciona que hay que saber hacerlo. Comentó que los niños tienen que leer cosas que les interese, los contenidos deben ser cortos para que no se vuelva tedioso, la lectura más que aprender de memoria hay que entenderla. No se puede dar lecciones de lectura comentó, en los colegios hacen esto y es muy equivocado además le eligen la lectura a los niños y hacen que se alejen de ella. A los niños les gusta temas de acción y aventura mientras a las niñas temas más románticos.

Mencionó que hoy en día la tendencia en la lectura es que los libros sean interactivos, es decir te lleven a una página web donde complementes lo que lees más no lo reemplaces. “mis libros están en Amazon pero pocos los bajan”.

Uno de sus libros de Alfaguara al finalizaba con un email donde los niños podían escribir para comentar y preguntar una incógnita que ella dejó en el libro. Ella considera que de esta manera la lectura abre las puertas a la búsqueda de información y se les está inculcando a que los libros y la Internet deben ir unidos. Es importante hacer entender que la Internet es esa opción para saber más no para saberlo todo.

Entrevista a María Emilia Fierro, tween

María Emilia tiene 12 años estudia en el colegio Logos. Tiene Blackberry en el que pasa todo el día hablando con sus compañeras de clase. Tiene iPod que lo usa cuando está en la casa y toma fotos desde él y las sube a Instagram. Lo que más le gusta del iPod es esa función. Redes sociales tiene Twitter y Facebook y las utiliza con frecuencia. Todos los días entra y todos los días al menos algo publica.

Considera que cualquiera que vea su página sabrá que es fan del grupo musical One Direction porque sube fotos de ellos en todas las redes sociales.

Para ella la Internet es su hábito, no ve mucha televisión toda sus distracciones las hace con el celular y computadora. Sus conversaciones son por ahí, el Blackberry Messenger es lo que más utiliza.

Los deberes los hace entrando a la página web de su colegio donde hay suben todas las materias.

Ella nos mostró su página de Facebook y estaba completa, con fotos de perfil, toda la información, actualizaciones diarias, etc.

Conoce la revista Mi Mundo pero cree que debe venir información sobre artistas para que sea completo. Si Mi Mundo tuviera página web le gustaría que para eso tenga Facebook para compartir las cosas que ellos ponen y ver a diario.

Entrevista a Daniel Benítez, tween

Daniel está en el colegio Javier, tiene 13 años. No tiene celular pero sí redes sociales. Le gusta Twitter porque lee sobre futbolistas, le gusta Facebook porque tiene amigos y amigas. Además, juega en Friv.com página de juegos. Entra a Hinchamarillo.com página con noticias de Bara a cleona Sporting Club. A veces entra a la página de El Universo para ver noticias de fútbol.

“Todos mis amigos hacen estas cosas, aunque no tengo celular tengo Internet en mi casa y no soy vicioso” Comentó Daniel.

Si le quitaran el Internet vería televisión o saldría a jugar fútbol. De ahí si no tendría como hablar con sus amigos o enterarse de lo que pase en el mundo.

Le gusta en Facebook que la gente sube fotos chistosas con frases o fotos de alguna fiesta que tengo. No actualiza todos los días pero si se mete a diario a ver que hay.

Él lee cosas de fútbol, lee chistes pero Mi Mundo no es que lo lee, antes lo leía más pero si le gustan los cómics y siempre los ve. Le gustaría que Mi Mundo tenga más chistes y si tuviera página web considera que si sería una más de su lista en la rutina de visitas web diarias.

CUESTIONARIO PARA LOS TWEENS

Cuestionario proyecto de investigación “Los tweens ecuatorianos: entorno, consumo y tecnología”, Departamento de Investigación, Universidad Casa Grande.

NOTA:

- Este cuestionario no puede ser auto-administrado por el encuestado, requiere de la asistencia de un encuestador.
- Las preguntas con alternativas, deben ser respondida en forma espontánea y no leer al encuestado las alternativas.

CUADRO DE IDENTIFICACIÓN

SEXO	M	F	RANGO EDAD	8-9	10-11	12-13
NOMBRE COLEGIO						

FAMILIA

1. ¿Con quién vives en tu casa?(*respuesta de selección múltiple*)
 - Papá
 - Mamá
 - Hermanos
 - Tíos
 - Primos
 - Abuelos
 - No familiares
2. ¿Qué haces con tus familiares durante la semana?(*respuesta de selección múltiple*)
 - Hacer deberes
 - Conversar
 - Jugar
 - Ver tv
 - Comer juntos
 - Salir de compras (centros comerciales, supermercados, tiendas, mercados, etc.)
 - Salir de esparcimiento (cine, parques, etc.)
 - Visitar familiares
 - Ir a la iglesia
 - Trabajar
 - Nada
 - Otros (indicar) _____
3. ¿Qué es lo que más te gusta de tu familia?(*respuesta abierta*)

4. ¿Qué es lo que menos te gusta de tu familia?(*respuesta abierta*)

5. ¿Qué cambiarías de tu familia?(*respuesta abierta*)

6. ¿Con cuál miembro de las personas que viven en tu casa te llevas mejor? *(respuesta única)*
- Mamá
 - Papá
 - Hermanos
 - Tíos
 - Abuelos
 - Primos
 - Empleada doméstica
 - Otros (indicar) _____
7. ¿De qué conversas con tus padres? *(respuesta abierta)*.
- _____
8. ¿Estás contento/a con tu apariencia física? (Si la respuesta es **SI**, pasar a la 10)
- Sí
 - No
9. ¿qué cambiarías? *(respuesta abierta)*.
- _____

COLEGIO

10. ¿Qué es lo que más te gusta del colegio? *(respuesta de selección múltiple)*
- Las materias y clases
 - Profesores
 - Compañeros
 - El deporte
 - Recreos
 - Los deberes y tareas
 - Actividades extra-escolares
 - Otro (indicar) _____
11. ¿Qué es lo que menos te gusta del colegio? *(respuesta de selección múltiple)*
- Castigos
 - Las materias y clases
 - Profesores
 - Compañeros
 - El deporte
 - Recreos
 - Los deberes y tareas
 - Actividades extra-escolares
 - Otro (indicar) _____
12. ¿Qué haces en los recreos? *(respuesta de selección múltiple)*
- Chatear (celular)
 - Jugar algún deporte
 - Conversar con mis amigos/as
 - Quedarme en la clase
 - Ir a la sala de computación
 - Estar con mi pelado/a
 - Otro (indicar) _____
13. ¿Con quién haces las tareas? *(respuesta de selección múltiple)*
- Solo
 - Con mi mamá

- Con mi papá
- Con hermano/a
- Con abuelito/a
- Con compañero/a
- Con profesor particular
- Con familiar (no hermanos, abuelos o padres)
- Con empleada doméstica
- Otro (indicar) _____

14. ¿Qué cosas de las que aprendes en el colegio crees que te sirven para el futuro? *(respuesta de selección múltiple)*

- Nada
- Matemáticas
- Gramática
- Computación
- Inglés
- Deportes
- Historia
- Religión
- Otros (indicar) _____

15. ¿Cómo te llevas con la mayoría de tus compañeros? *(respuesta única)*

- Bien
- Mal
- Más o menos

16. ¿Algunos de tus compañeros acostumbran a hacer sentir mal a otros compañeros? *(respuesta única)* si la respuesta es **NUNCA** pasar a la 18.

- Siempre
- Rara vez
- A veces
- Nunca

17. ¿Por qué los molestan? *(respuesta abierta)*

18. ¿Qué haces en tu tiempo libre cuando no estás haciendo deberes del colegio? *(respuesta de selección múltiple)*

- Deportes
- Jugar
- Estar en la computadora
- Escuchar música
- Ver televisión
- Leer
- Hablar por teléfono
- Leer
- Jugar video juegos
- Chatear por internet
- Pasear, salir con ellos (cine, comer, ir al centro comercial)
- Practicar deportes _____ (especifique cual)
- Otros (indicar) _____

AMIGOS

19. ¿Cuántos mejores amigo(a)s tienes? (marcar con un círculo la cantidad)

1 2 3 4 5 más_____ (cuántos)

20. ¿Principalmente dónde te reúnes con tus amigos? (respuesta única)

- En la casa
- En el parque
- Centros comerciales
- Lugares de video juegos
- Locales de comida
- Otros (indicar)_____

21. ¿De dónde son tus mejores amigos? (respuesta de selección múltiple)

- Del colegio /escuela
- Deportes
- Actividades extracurriculares (baile, música, pintura, etc.)
- Del barrio o ciudadela
- Es pariente
- De internet (amigos solo virtuales)
- Otros (indicar)_____

22. ¿Por qué cosas o situaciones te peleas con tus amigos? (respuesta de selección múltiple)

- Porque hablan mal de ti
- Porque se burlan de mi
- Porque él o ella se lleva con alguien que no te cae bien
- Porque les gusta la misma persona
- Porque no te presta sus cosas
- Porque no te invito a una reunión / fiesta
- Otros _____

23. ¿Conociste algún buen amigo(a) por internet?. Si la respuesta es **NO** pasar a la 26

- Sí
- No

24. ¿Tus padres o alguien más sabe sobre tu amigo en internet?

- Sí
- No

Quién_____

25. ¿Con que frecuencia te comunicas con tus amigos(as) de internet? (Respuesta única)

- Todos los días
- Una vez a la semana
- Una vez cada quince días
- Una vez al mes
- Otros _____

26. ¿Tienes novio(a)?. Si contesta **NO** pasar a la 30

- Sí
- No

27. ¿Cómo lo/a conociste? (respuesta única)

- En la Escuela/colegio
- En el barrio o ciudadela
- En el vacacional
- Deportes / actividades extracurriculares
- Por internet
- Por medio de parientes
- Por medio de amigo(a)s
- Otros (indicar) _____

28. ¿Cada cuánto tiempo se ven? (respuesta única)

- Una vez al día
- El fin de semana
- Dos veces por semana
- Todos los días
- Otros (indicar) _____

29. ¿Qué haces con tu novio/a? (respuesta de selección múltiple)

- Juegan
- Conversan
- Se cogen las manos
- Se besan
- Salen a donde _____
- Otros (indicar) _____

PODER ADQUISITIVO Y CONSUMO

30. ¿Manejas dinero?*Si la respuesta es **NO** pasar a la pregunta 35.

- Sí
- No

31. ¿Cómo lo consigues?- Por qué se lo gana.(respuesta de selección múltiple)

- Mesada
- Méritos
- Vende algo
- Trabajos extra (dentro de casa) especifique que hace _____
- Trabajos extra (fuera de casa) especifique qué hace _____
- Otros (indicar) _____

32. ¿Qué cantidad de dinero manejas a la semana?(respuesta única)

- Menos de 1
- Entre 1 y 5
- Más de 5 y menos de 10
- Más de 10

s

33. ¿Qué haces con este dinero? (respuesta de selección múltiple)

- Lo ahorro
- Lo gasto en cosas del colegio
- Compró Juegos / juguetes
- Compró comida/ golosinas
- Compró ropa/zapatos
- Gasto en entretenimiento (Cine)
- Gasto en tecnología-comunicación (Celular)
- Ayuda a otros
- Accesorios (diademas, lazos, colgante celular, etc.)
- Otros

34. ¿Necesitas tener más dinero?

- Sí
- No

Si la respuesta es si, ¿Por qué? _____

35. Cuando tus papás van a comprar algo para ti, ¿Piden tu opinión?(respuesta única)

- Siempre
- Nunca
- A veces
- Depende (de qué depende) _____

36. De los siguientes productos dime qué marca es la que recuerdas (respuesta abierta)

Zapatos de caucho	
Comida rápida	
Cola	
Teléfonos celulares	
Cereales	
Champu	
Carros	

37. ¿Cuáles son las tres marcas de productos que más compras tú? (respuesta abierta)

1.- _____

2.- _____

3.- _____

38. Si algún amigo tuyo se compra algo nuevo y te gusta, tú... (respuesta única)

- Les pides a tus papás enseguida que te compren uno igual
- No te importa
- Buscas algo mejor que lo de tu amigo.
- Ahorras para comprarlo tu mismo
- Esperas pedirlo para tu cumpleaños/navidad

39. ¿Dónde compras o te compran las cosas que te gustan?(respuesta de selección múltiple)

- Mercado/ Bahía
- Centro Comercial
- Tiendas de grandes superficie (Mi Comisariato, Supermaxi, De Prati, Pycca)
- Tiendas varias (de barrio)
- Internet
- Extranjero

MEDIOS

40. ¿Principalmente con quiénes ves televisión en tu casa? (*respuesta única*) si **NO** ve tv pasar a la 44.
- Solo
 - Mis padres
 - Hermanos
 - Otros familiares (abuelos, tíos o primos)
 - Con toda mi familia
 - No veo televisión
 - Otro: _____
41. ¿Cuál es tu programa de televisión preferido? (*Respuesta abierta*)
- _____
42. ¿Con qué personaje de televisión te identificas o te gusta cómo es?,
- _____
- ¿Por qué?
- _____
43. ¿Generalmente hasta qué hora ves televisión por la noche?(*respuesta única*)
- Antes de las 9
 - Hasta las 9
 - Hasta las 10
 - Hasta las 11
 - Más allá de las 11

TECNOLOGÍA (*Internet*)

44. Si es que te conectas a internet. ¿Principalmente desde dónde te conectas?(*respuesta única*)
- De mi casa
 - Del colegio
 - Cyber
 - Casa de amigos
 - Donde haya wifi
 - Desde mi celular
 - No me conecto a internet (pasar a la pregunta 48)
 - Otro (indicar) _____
45. Si te conectas a internet desde tu casa, dónde está la computadora desde la cual te conectas más seguido, en el caso de haber más de una. (*respuesta única*)
- En mi cuarto
 - En el cuarto de mis padres
 - En la sala (donde hay más gente)
 - En una sala aparte (tipo estudio)
 - Otro lugar _____

46. ¿Cuáles son tus tres sitios web preferidos y en dónde más tiempo pasas?

1.- _____

2.- _____

3.- _____

47. ¿Cuánto de la información que aparece en internet crees que es real y correcta?(*respuesta única*)

- Muy poco
- Depende / Más o menos
- Todo

48. ¿Tienes cuenta de Twitter?. Si **NO** tiene cuenta Twitter, pasa a la 50

- Sí
- No

49. ¿A quiénes sigues?(*respuesta de selección múltiple*)

- Familiares
- A los que siguen mis amigos
- A mis amigos
- Cuentas de los que escucho hablar
- A gente famosa indicar quien _____

50. ¿Tienes cuenta de Facebook? (Si **NO** tiene cuenta Facebook, pasa a la 52)

- Sí
- No

51. ¿A quiénes tienes en tu cuenta?(*respuesta de selección múltiple*)

- Padres (**INSISTIR EN ESTA OPCIÓN**)
- Familiares (hermanos, primos, otros)
- A mis amigos
- Amigos de tus amigos
- Gente que conocí en internet

TECNOLOGÍA (Telefonía Celular)

52. ¿Tiene teléfono celular? (si **NO** tiene pasar a la pregunta 58)

- Sí
- No

53. ¿Cómo obtuviste tu teléfono celular?(*respuesta única*)

- Fue un premio por un logro específico.
- Fue un regalo especial (cumpleaños, navidad)
- Me lo compraron para estar comunicados
- Yo lo compré
- Otro (indicar) _____

54. ¿Tu teléfono es Plan o Prepago?

- Plan
- Prepago
- No sé

55. ¿Tu teléfono tiene internet?

- Sí
- No

56. Aparte de hablar, ¿qué otros usos le das?*(respuesta de selección múltiple)*

- Chatear
- Buscar información en internet
- Para escuchar música
- Sacar fotos
- Jugar
- Ver mis perfiles (redes sociales) y correo electrónico
- Hacer videos
- Otro (indicar) _____

57. ¿En qué situaciones tus padres no te dejan usar el celular?*(respuesta de selección múltiple)*

- En la noche
- Para ir al colegio
- Cuando te castigan
- Lo puede usar siempre y todo el día (Nunca se lo quitan).
- Otro (indicar) _____

PUBLICIDAD

58. ¿Cuál es el comercial/propaganda que más recuerdas? (respuesta abierta)

59. ¿Qué es lo que más recuerdas?*(respuesta de selección múltiple)*

- Me llamó la atención/ entretenido
- La marca me gusta
- Video
- Música
- Personaje
- Sale muchas veces
- Otros (indicar) _____

60. ¿Crees lo que dicen en la publicidad?

- Sí
- No

61. ¿Cuánto tiempo le dedicas a las siguientes actividades al día? *(respuesta de una alternativa)*

Ver televisión

- 1 a 3 horas
- 3 a 5 horas
- Más de 5 horas
- No veo televisión

Jugar Videojuegos

- 1 a 3 horas
- 3 a 5 horas
- Más de 5 horas
- No juego

Interactuar en redes sociales (en la computadora o teléfono)

- 1 a 3 horas
- 3 a 5 horas
- Más de 5 horas
- No estoy en redes sociales

ECUADOR

62. En tu opinión, ¿cómo es Ecuador? *(respuesta única)*

- Bueno / bonito
- Malo / feo
- No sé
- Otro (indicar) _____

63. ¿Estás contento de vivir en Ecuador? *(respuesta única)*

- Sí
- No
- Me da igual

64. Si no vivieras en Ecuador ¿En qué país te gustaría vivir y por qué?

65. ¿Qué es lo que más te gusta de Ecuador? *(respuesta de selección múltiple)*

- Gente
- Naturaleza / paisajes
- Comida
- Selección
- Lugares turísticos
- Lugares de diversión
- Otros (indicar) _____

66. ¿Qué es lo que menos te gusta de Ecuador? *(respuesta de selección múltiple)*

- Suciedad
- Desorden
- La delincuencia
- Racismo
- Clima
- Tráfico
- Pobreza
- Gobierno
- Los políticos
- Otro (indicar) _____

ADULTOS

67. ¿Te gusta cómo te tratan los adultos?. Si la respuesta es **SI**, pasar a la 69

- Sí
- No
- A veces

68. En el caso que no te guste como te traten ¿Qué es lo que no te gusta?

69. ¿Cómo son los adultos?(*respuesta de selección múltiple*)

- Bravos
- Aburridos
- Ocupados
- Serios
- Estrictos
- Inteligentes
- Libres
- Estresados
- Con dinero
- Otro (Indicar) _____

70. ¿Qué es lo más importante que te han enseñado tus padres?(*respuesta abierta*)

- Sobre materias de la escuela
- Sobre la vida
- Un deporte
- Un pasatiempo
- Sobre religión
- Sobre valores
- Otro (indicar) _____

71. ¿De qué te gusta conversar con tus padres?(*respuesta de selección múltiple*)

- Nada
- No converso con ellos
- Colegio
- Amigos
- Deportes
- Tv
- Familia
- Amor
- Sexo / desarrollo corporal
- Otro (indicar) _____

ECOLOGÍA

72. ¿Qué formas de cuidar el medio ambiente conoces?(*respuesta de selección múltiple*)

- Uso de focos ahorradores
- Cuidar el agua
- Usar bicicleta o disminuir el uso del auto
- Reciclar
- No cortar los bosques y las plantas
- Cuidar a los animales e insectos
- No quemar basura
- Ahorrar luz
- No sé

73. Tú sabes que es el calentamiento global (se debe verificar si sabe pidiéndole que explique brevemente)

- Sí
- No

74. ¿Qué cosas reciclas tú o en tu casa?(*respuesta de selección múltiple*)

- Las botellas
- El papel
- Latas y metales
- Artículos eléctricos
- No se recicla
- Otro (indicar)_____

75. ¿Alguna vez has plantado un árbol?

- Sí
- No

76. ¿De lo que has escuchado en las noticias, qué crees que es lo peor que está pasando en el mundo? (*respuesta abierta*)

-

77. ¿Cómo te imaginas el futuro?(*respuesta abierta*)

NOMBRE DEL ENCUESTADOR	
FECHA DE LA ENTREVISTA	

Guía de preguntas de grupos focales

A continuación la guía de preguntas que se hicieron en el grupo focal.

El tiempo fue de 40 minutos aproximadamente .

1. Nombre, edad y colegio
2. ¿Tienen celular con Internet? Y cuál?
3. Para qué lo utilizan
4. Aplicaciones y programas
5. Tienen otros aparatos como iPod, tablets, etc y para qué las utilizan
6. ¿Por qué usan estos aparatos que les gusta?
7. ¿Tienen computadora en su casa? ¿Con Internet, cuándo la usan, cuánto tiempo?
8. ¿Qué hacen en Internet, qué páginas entran, qué redes sociales tienen y qué hacen en cada una de ellas?
9. ¿Si es que no los dejan utilizar esas redes sociales porqué no los dejan?
10. ¿qué páginas de juegos les gusta?
11. ¿Qué más hacen en Internet?
12. Cambiando de tema... ¿ustedes leen, qué leen?
13. ¿Leen revistas y cuáles?
14. ¿qué tienen esas revistas que les gusta?
15. ¿Conocen Mi Mundo? ¿la leen, les gusta, qué cosas les gusta?
16. ¿Conocen Pelados? ¿ La leen, les gusta, qué cosas les gusta?
17. ¿En qué se diferencias estas dos revistas?
18. ¿Si estas revistas irían a la web cómo deberían ser?
19. ¿Se meterían en la página web y las redes sociales?

20. ¿Cómo serían?

21. Entrega Mi Mundo a los tweens para su observación y comentarios.

Además de entregar la competencia para hacer comparaciones y diferencias.

Grupos focales:

Participantes:

- Roberto Andrade- Colegio Torremar
- Jorge Barreto- Colegio Nuevo Mundo
- José Jiménez- Colegio Eco Mundo
- María Fernanda Martínez
- Amy Pardo
- Ariana Sánchez
- Paula Pazmiño
- María José Glass
- Daniela Cabrera
- María Paz Jaramillo.