



> Centro de Investigaciones Sociales - CIS

## **Informes de Opinión Pública – CIS UADE-VOICES!**

### **Vínculos intergeneracionales**

La mayoría de los argentinos considera que el contacto intergeneracional es importante, y que la relación entre abuelos y nietos es enriquecedora para ambos.

Mail de contacto: [cis@uade.edu.ar](mailto:cis@uade.edu.ar)



FUNDACIÓN  
**UADE**

Año 2018, n. 3  
ISSN 2618-2173

Fundación UADE y la agencia Voices! realizaron un nuevo estudio de opinión pública a nivel nacional con el objetivo de investigar las representaciones de la población acerca del contacto entre las distintas generaciones.<sup>1</sup>

El estudio dimensionó inicialmente el nivel de interacción con niños y ancianos por parte de los distintos grupos etarios de la población y su frecuencia. Se profundizó acerca de la importancia del vínculo, y los principales campos de valores que cada generación debería transmitir a otras. También se indagó por el rol de distintos actores familiares e institucionales en el proceso de transmisión intergeneracional de pautas y valores sociales.

Finalmente, el estudio consideró las principales barreras al contacto intergeneracional desde la óptica de los argentinos.

El trabajo se realizó tomando como base una encuesta probabilística realizada en todo el país a 1001 personas de 16 años y más, utilizando entrevistas personales como instrumento de recolección.

---

<sup>1</sup> El estudio fue realizado en el marco de las actividades del Centro de Investigaciones Sociales (CIS), iniciativa conjunta del Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales de la Fundación UADE y Voices! Research and Consultancy. El propósito del CIS consiste en desarrollar instrumentos informativos y generar un reservorio de relevamientos de opinión pública sobre distintas problemáticas de la sociedad argentina.

## Resumen Ejecutivo

### 1. El vínculo intergeneracional en argentina

- 8 de cada 10 argentinos declaran tener vínculo directo con niños ‘todo el tiempo’ o ‘en muchas ocasiones’; en menor medida la mitad de la población tiene contacto frecuente con ancianos (30% todo el tiempo y 20% en muchas ocasiones).
- Para el 91% es muy o bastante importante el contacto intergeneracional. El 71% también señala que los adultos mayores influyen ‘mucho’ en la formación de los valores de los niños y jóvenes, y que ‘el encuentro entre abuelos y nietos es enriquecedor para ambos (76%).
- Los valores que los ancianos deberían inculcar a los más jóvenes involucran mayormente cuestiones de raigambre ético-morales ligados a experiencia de vida, como ser ‘la dedicación al trabajo’ (46%), ‘la tolerancia/ respeto por los demás’ (45%), ‘la responsabilidad’ y la ‘humildad’ (39% y 38%).
- Por su parte, valores que los jóvenes deberían transmitir a los mayores implican preferentemente actitudes o posiciones ante la vida, como el ‘optimismo’ (24%), ‘creatividad e innovación’ (20%) e ‘imaginación’ (18%), seguido por la ‘amistad’ y ‘autoestima’ (14%), y por la valentía (12%).
- Seis de cada 10 argentinos concuerdan con que el rol de los abuelos es ‘promover la diversión de los nietos, siendo compinches y estableciendo menos límites que sus padres’, así como ‘educarlos y ser una guía’.
- Si bien casi la totalidad de los entrevistados le asignan la mayor responsabilidad de transmisión de valores a los ‘padres’ (95%), también existe un fuerte nivel de conciencia y apertura con respecto al rol de otros actores, como los ‘abuelos’ (90%), los ‘docentes’ (89%) y ‘otras personas’ (86%).

### 2. Barreras al vínculo intergeneracional y formas de promoverlo

- La ‘tecnología’ (54%) aparece como el principal obstáculo comunicacional entre generaciones, seguida por los ‘estilos de vida’ (37%), y mucho más atrás por ‘los valores y las visiones del mundo’ (18%).

- La asimetría o ‘diferencia de intereses’ se menciona como la principal barrera al contacto intergeneracional directo (30%), seguido por la ‘discriminación’ hacia los adultos mayores (22%) y, nuevamente, los ‘distintos modos de vinculación con la tecnología’ (15%).
- La ‘educación’ (29%) se destaca como la principal herramienta para promover las relaciones entre generaciones, seguido de cerca por la ‘creación de espacios comunitarios de interacción entre jóvenes y adultos mayores’ (27%) y la ‘generación de conciencia sobre la importancia del tema’ (25%).

### **Comentarios:**

Constanza Cilley, Directora comercial de Voices! señaló que *“Las relaciones intergeneracionales suponen contactos sociales de cualquier naturaleza entre distintos estratos generacionales que coexisten en una misma época. La clave de los puentes intergeneracionales no es tanto que las generaciones “estén juntas” sino que interactúen, que tengan contacto real entre sí. Este estudio muestra que afortunadamente los argentinos son sumamente permeables a estos contactos, otorgándole al nexo entre abuelos y nietos un lugar de privilegio en el esquema de conformación de los valores de la sociedad, casi al nivel de los padres, e incluso por encima de los docentes y los amigos. Es necesario estimular al máximo este tipo de vínculos, tanto desde las esferas formales y de poder institucional, como desde las informales, la familia, etc. a fin de promover actividades o programas que incrementan la cooperación”*.

Analizando los resultados de la encuesta, Andrés Cuesta, Secretario Académico de la Fundación UADE, señaló que *“Resulta relevante destacar que las barreras en la comunicación y el entendimiento entre las distintas generaciones se atribuyen más a la tecnología (54%) y los estilos de vida (37%), que visiones del mundo (18%), lo que pone de manifiesto la existencia de valores compartidos que se mantienen con cierta estabilidad a lo largo del tiempo e identifican a los argentinos más allá de las generaciones consideradas”*.

## EL ESTUDIO

### 1. EL VÍNCULO INTERGENERACIONAL

Con el fin de dimensionar el nivel objetivo de contacto entre generaciones polares en Argentina, el estudio comenzó por determinar el nivel de vinculación directa de la población con niños y con ancianos.

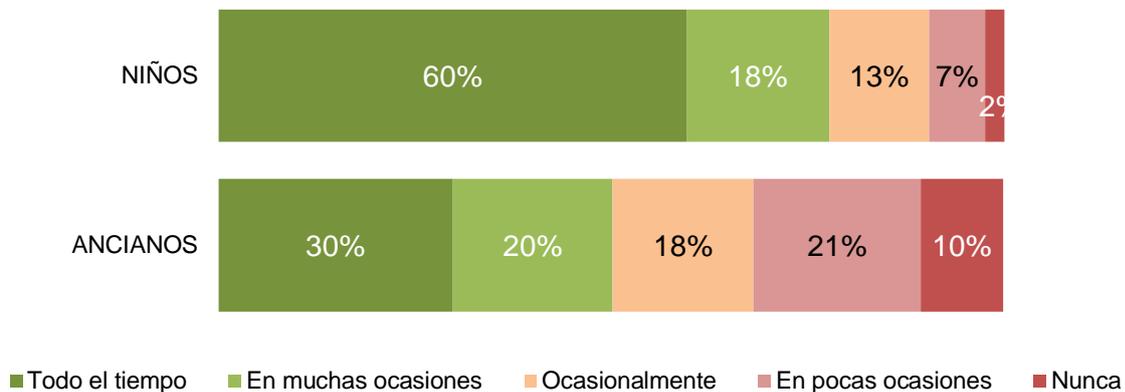
Ante la pregunta sobre la frecuencia con que se interactúa con ambos grupos, la mayoría declara una mayor cercanía o vínculo con ‘niños’: el 78% lo hace todo el tiempo o en muchas ocasiones. El 13% ocasionalmente, 7% pocas veces y apenas un 2% nunca.

Por su parte, la mitad de la población tiene vínculo frecuente con ancianos (30% todo el tiempo y 20% en muchas ocasiones). Otros 2 de cada 10 lo hace en forma ocasional, misma proporción que declara hacerlo pocas veces, y un 10% nunca.

#### FRECUENCIA DE INTERACCIÓN CON NIÑOS Y ANCIANOS

##### Mayor interacción con niños que con ancianos

*¿Con qué frecuencia interactúa Ud. con Niños? // ¿Con qué frecuencia interactúa Ud. con Ancianos?*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: UADE - VOICES!

La interacción con niños y ancianos es más mencionada por mujeres (84% versus 71% de hombres en el caso de niños, y 52% versus 48% en el caso de ancianos). Asimismo, el contacto con niños aumenta en el segmento etaria de 30 a 50 años alcanzando el 85% de las menciones, y en el interior del país (79% contra 65% registrado en la Capital Federal).

Por su parte, la interacción con gente de la tercera edad trepa al 55% entre mayores de 50 años, acentuándose también en la Ciudad de Buenos Aires (52%) e interior (51%), contra 46% en Gran Buenos Aires.

### FRECUENCIA DE INTERACCIÓN CON NIÑOS Y ANCIANOS CRUCE POR SEGMENTOS (“Todo el tiempo + En muchas ocasiones”)

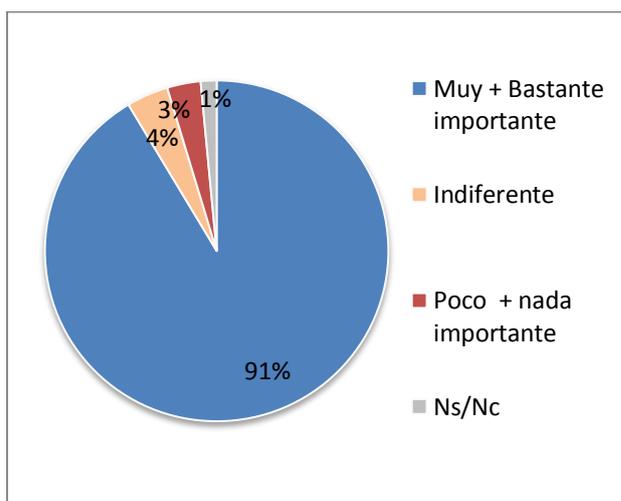
	TOTAL	GENERO		EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO				ZONAS	
		H	M	16 - 29	30 - 49	50 +	ABC1	C2C3	DE	CF	G.B.A	Interior
Interacción con <u>niños</u>	78%	71%	84%	76%	85%	72%	71%	77%	79%	65%	79%	79%
Interacción con <u>ancianos</u>	50%	48%	52%	44%	50%	55%	49%	50%	50%	52%	46%	51%

Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

En un contexto de alto nivel de interacción directa entre niños y ancianos, el estudio revela también que este tipo de vínculos son importantes para la gente. De hecho, el 91% de los argentinos le asigna mucha o bastante importancia, proporción que se incrementa con la edad y en sectores medios.

### IMPORTANCIA DEL VÍNCULO INTERGENERACIONAL ENTRE PERSONAS La amplia mayoría reconoce la importancia de los vínculos intergeneracionales.

*¿En qué medida cree Ud. que es importante que se estrechen vínculos entre personas de distintas generaciones?*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

**% ‘Muy + Bastante importante’ por total y segmentos sociodemográficos**

		Total	91%
Ge- nero	Hombres		91%
	Mujeres		92%
Edad	16 - 29		87%
	30 - 49		94%
	50 y más		93%
Nivel Socio	Alto y medio alto		90%
	Medio		95%
	Bajo y medio bajo		89%
Zona	Capital Federal		92%
	GBA		90%
	Interior		92%

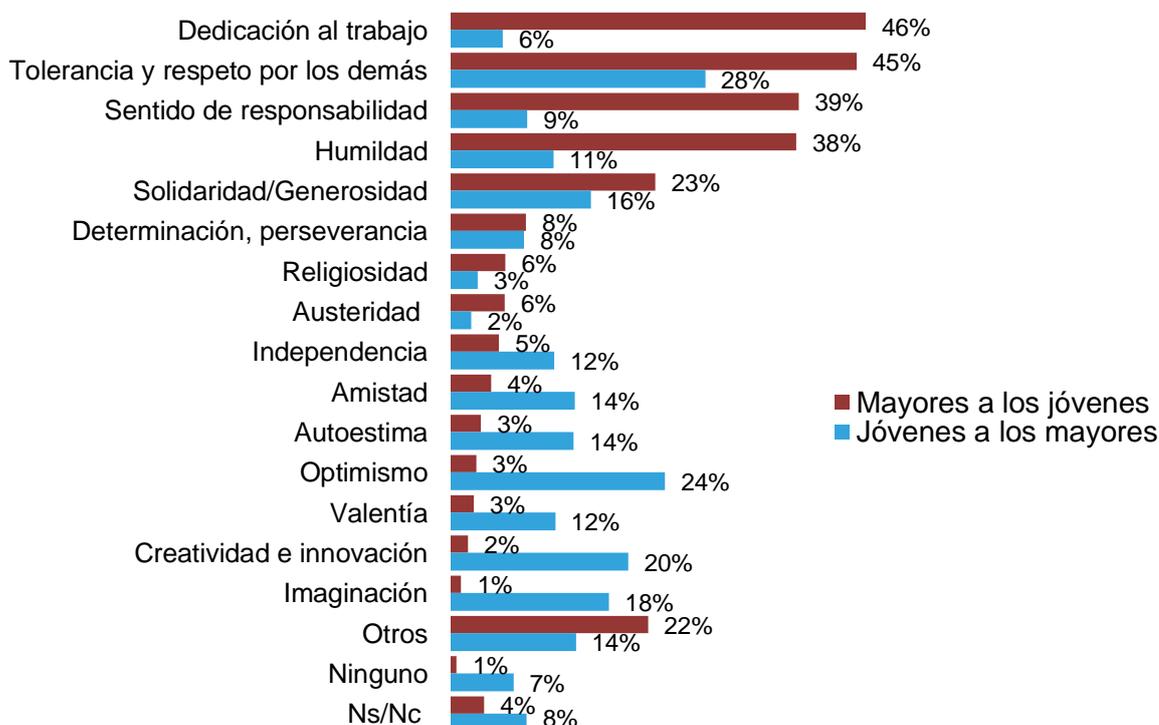
También se buscó identificar y contrastar qué valores piensa la población que son aquellos que las generaciones pasadas deberían transmitir a las nuevas, y viceversa, cuáles son los que los más jóvenes deberían transmitir a los adultos mayores.

En este sentido, es importante destacar que se establecen dos grandes grupos de valores claramente definidos de acuerdo a la generación de referencia: cuando se alude a los valores *que los ancianos deberían inculcar a los más jóvenes*, aparecen cuestiones de raigambre básicamente *ético-morales ligados a experiencia de vida*, como ser 'la dedicación al trabajo' (mencionado por el 46%) y 'la tolerancia/ respeto por los demás' (45%). En un segundo orden se ubican también 'la responsabilidad' y la 'humildad' (39% y 38%).

Por su parte, en lo que atañe a los conceptos que sería importante transmitir a *los adultos mayores por parte de los más jóvenes* se mencionan cuestiones que tienen que ver preferentemente con *actitudes o posiciones ante la vida*, como ser el 'optimismo' (24%) 'creatividad e innovación' (20%) e 'imaginación' (18%), seguido por la 'amistad' y 'autoestima' (14%), y por la valentía (12%).

### IMPORTANCIA DE DISTINTOS VALORES QUE DEBEN TRANSMITIRSE ENTRE GENERACIONES

*¿Qué valores son importantes que transmitan las personas mayores a las nuevas generaciones?? ¿Y qué valores son importantes que transmitan los jóvenes a las personas mayores? (Respuestas múltiples)*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

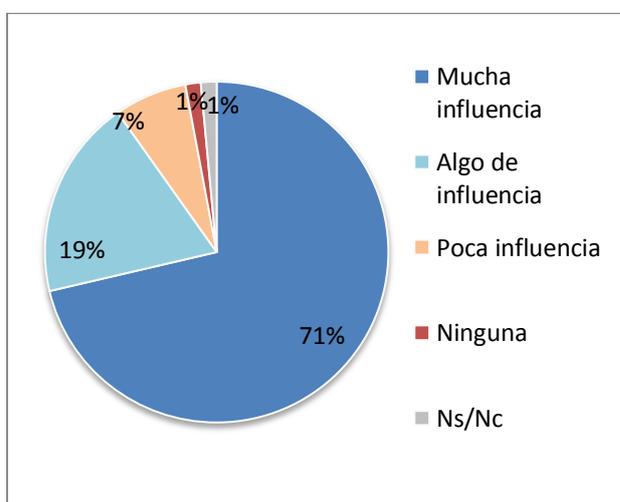
Además, al preguntar a los argentinos en qué medida piensan que las personas mayores influyen en la formación de los valores de los niños y jóvenes, las respuestas son contundentes: la mayoría señala que influyen ‘mucho’ (71%) y otro 19% entiende que tienen ‘algo de influencia’ en dicha formación. Por el contrario, un 8% supone que tienen ‘poca o ninguna’ influencia.

Entre quienes consideran que los mayores tienen mucha influencia, los rangos de edad intermedios prevalecen sobre el resto, llegando al 76% en esta opinión (versus 69% en otras edades). También se incrementa significativamente esta idea en las clases medias y bajas (75% y 70%) en relación a los sectores más altos (55%), y en el interior (74%) y GBA (70%) respecto de lo que se declara en la Ciudad de Buenos Aires (56%).

### INFLUENCIA DE LOS ADULTOS MAYORES SOBRE LOS VALORES DE LOS JÓVENES

**7 de cada 10 argentinos entienden que los adultos mayores influyen mucho en la formación de valores de los niños.**

*¿Cuánto cree que influyen las personas mayores en la formación de los valores de los niños y los jóvenes?*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

#### % ‘Mucha influencia’ por total y segmentos sociodemográficos

		Total	71%
Ge- nero	Hombres		70%
	Mujeres		73%
Edad	16 - 29		69%
	30 - 49		76%
	50 y más		69%
Nivel Socio	Alto y medio alto		55%
	Medio		75%
	Bajo y medio bajo		70%
Zona	Capital Federal		56%
	GBA		70%
	Interior		74%

Posteriormente, se indagó a la población acerca de una serie de frases relacionadas con el rol de los abuelos y a su relación con los nietos.

La gran mayoría coincide con que ‘el encuentro entre abuelos y nietos es

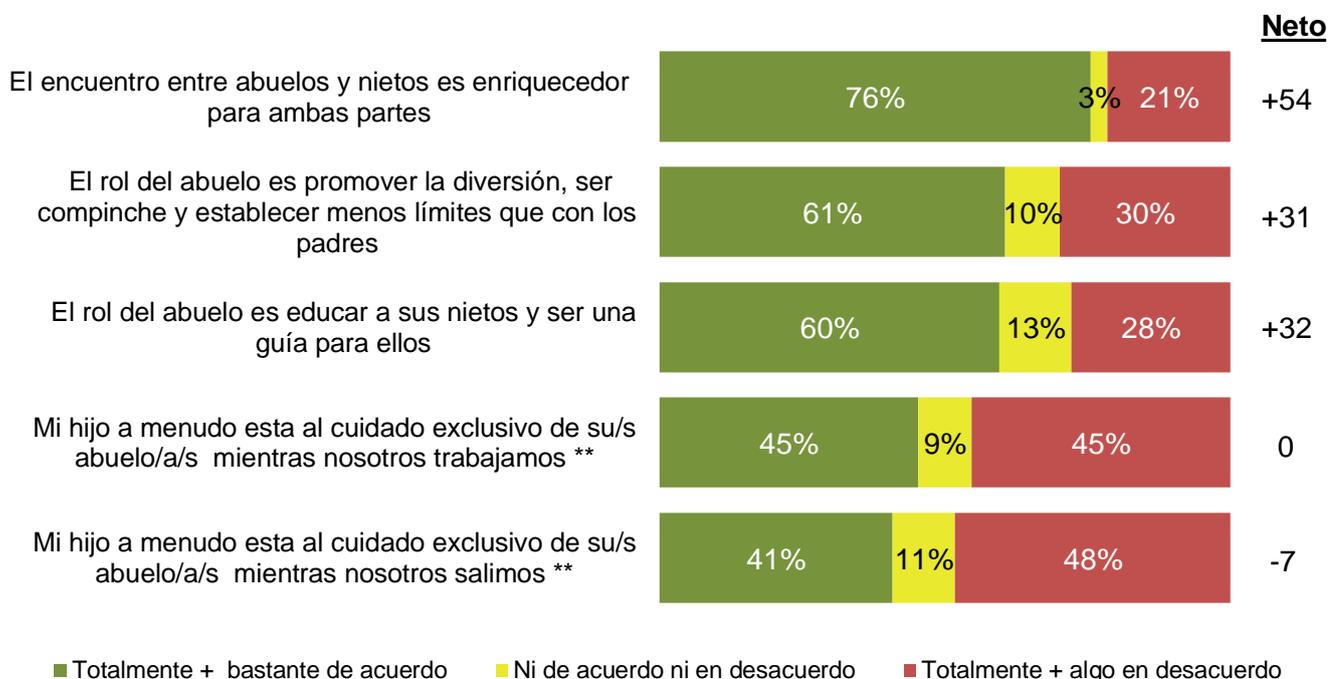
enriquecedor para ambas partes’ (76%), proporción que crece a mayor nivel socioeconómico (78%) y en la Ciudad de Buenos Aires (82%). Por el contrario, un 21% no está de acuerdo con la afirmación, y apenas un 3% que no acuerda ni desacuerda.

Seis de cada 10 entrevistados concuerdan con que el rol de los abuelos es ‘promover la diversión de los nietos, siendo compinches y estableciendo menos límites que sus padres’, así como ‘educarlos y ser una guía’. Estas opiniones se intensifican a menor edad y, especialmente, a menor estrato social, donde alcanzar el 65% de las menciones contra alrededor de la mitad en sectores altos. 3 de cada 10 encuestados no coinciden con esta afirmación.

Por último, entre quienes son padres de menores de 15 años, las opiniones se encuentran claramente divididas a la hora de dejar a sus hijos al cuidado de sus abuelos a menudo mientras ellos ‘trabajan’ (45% declaró estar de acuerdo y 45% en desacuerdo), o mientras ellos ‘salen’, registrándose similares guarismos aunque primando levemente el desacuerdo (41% coincide y 48% no).

### ACUERDO CON FRASES SOBRE EL ROL DE LOS ABUELOS PARA CON SUS NIETOS

*Le voy a leer una serie de frases y me gustaría que me dijera si está totalmente de acuerdo, bastante de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo de acuerdo o totalmente en desacuerdo...*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional

\*\* Nota: responden solo quienes declaran tener hijos menores de 15 años.

Fuente: VOICES! – Fundación UADE

En el caso de quienes acuerdan con que sus hijos quedan al cuidado de los abuelos cuando ellos trabajan, se destacan las mujeres (47% versus 43% de hombres), y en ambos casos (quienes los dejan por trabajo o para salir), se trata de un hábito que crece especialmente a menor edad (55% y 43% respectivamente entre los menores de 30 años) y en sectores medios y bajos (entre 4 y 5 de cada 10 en cada caso).

### **ACUERDO CON FRASES SOBRE EL ROL DE LOS ABUELOS PARA CON SUS NIETOS**

CRUCE POR SEGMENTOS (“Totalmente + Bastante de acuerdo”)

	TOTAL	GENERO		EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO				ZONAS	
		H	M	16 - 29	30 - 49	50 +	ABC1	C2C3	DE	CF	G.B.A	Interior
El encuentro entre abuelos y nietos es enriquecedor para ambas partes	76%	74%	77%	76%	78%	73%	68%	73%	78%	82%	69%	77%
El rol del abuelo es promover la diversión, ser compinche y establecer menos límites que con los padres	61%	61%	60%	63%	62%	57%	42%	59%	64%	60%	60%	61%
El rol del abuelo es educar a sus nietos y ser una guía para ellos	60%	58%	61%	62%	59%	58%	50%	55%	65%	59%	53%	62%
Mi hijo a menudo esta al cuidado exclusivo de su/s abuelo/a/s mientras nosotros trabajamos **	45%	43%	47%	55%	42%	36%	30%	52%	41%	48%	46%	45%
Mi hijo a menudo esta al cuidado exclusivo de su/s abuelo/a/s mientras nosotros salimos **	41%	39%	42%	46%	40%	29%	17%	45%	40%	42%	42%	40%

Base: Población de 16 y más años. Total Nacional

Fuente: UADE - VOICES!

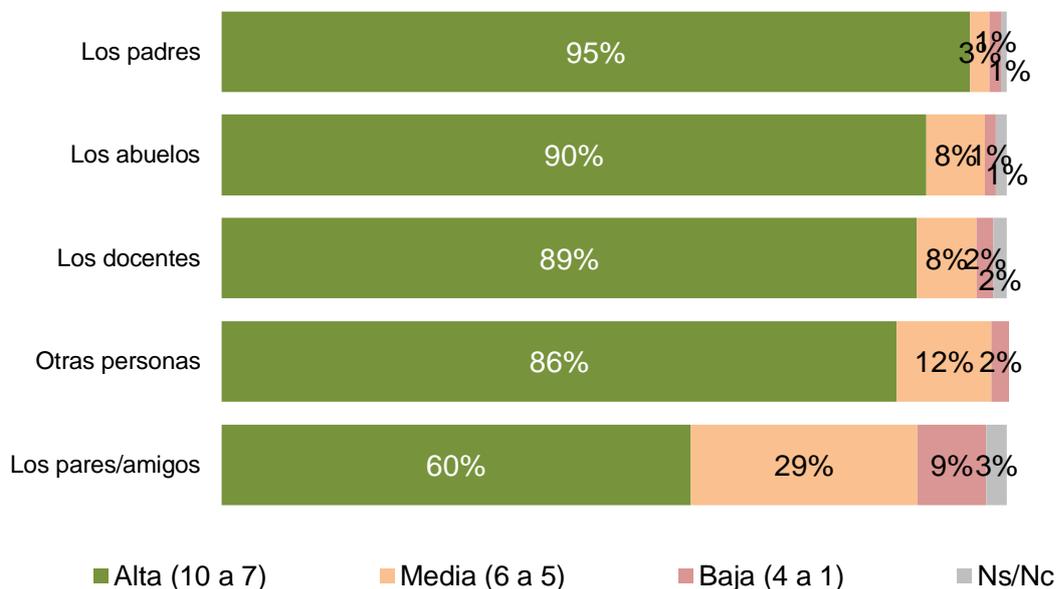
También se indagó acerca de quién o quiénes detentan, a los ojos de los argentinos, la “responsabilidad” de transmitir a los niños determinadas creencias y valores. En este caso, los entrevistados privilegian fundamentalmente el rol de los ‘padres’ (95% le asigna un alto valor).

Sin embargo, se advierte entre la población un fuerte nivel de conciencia y apertura con respecto al rol de otros actores, tales como los ‘abuelos’, que aparecen en segundo lugar con un alto nivel de responsabilidad (90%), seguidos muy de cerca por los ‘docentes’ (89%) y por ‘otras personas’ (86%).

Los ‘pares y amigos’ se ubican últimos en el ranking de responsabilidades: 60% les asigna mucha responsabilidad a su rol, un 29% una responsabilidad intermedia, mientras que el 9% de los entrevistados le otorga baja responsabilidad al respecto.

## RESPONSABLES DE TRANSMITIR CREENCIAS Y VALORES A LOS NIÑOS (Escala 1 a 10)

*¿En qué medida cada uno de los que les voy a mencionar es responsable de transmitir las creencias y valores sociales a los niños? Para contestar use una escala del 1 al 10 donde 1 significa que no es para nada responsable y 10 que es totalmente responsable*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

## 2. BARRERAS AL VÍNCULO INTERGENERACIONAL Y FORMAS DE PROMOVERLO

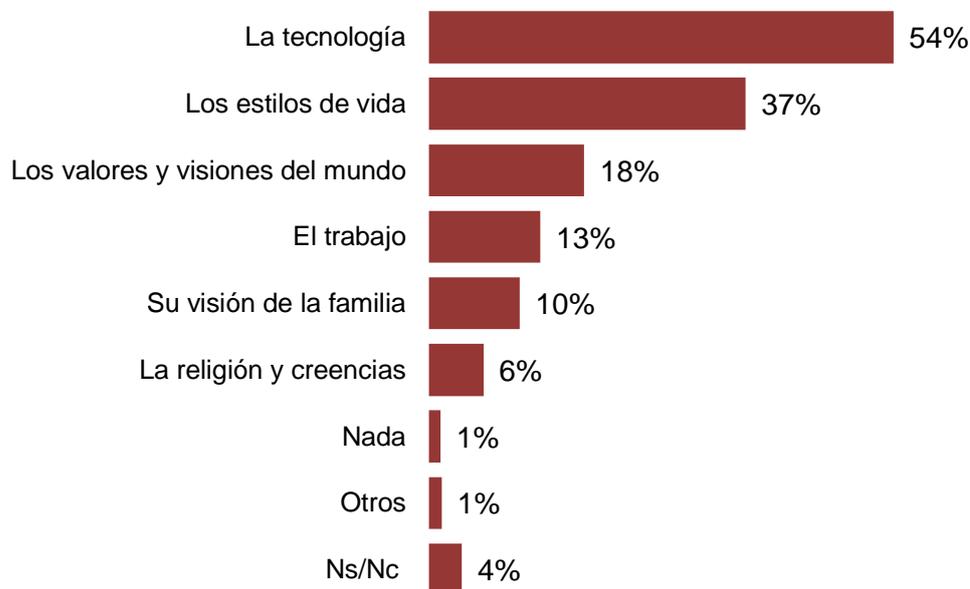
El último de los ejes de la investigación tuvo por objetivo develar cuáles con las principales dificultades en la comunicación entre las generaciones. En este sentido, la 'tecnología' fue mencionada en primer lugar (54%) confirmando la percepción del fuerte peso que supone la brecha tecnológica para las personas de la tercera edad.

En segundo lugar se mencionan los 'estilos de vida' (37%), seguido mucho más atrás por 'los valores y las visiones del mundo' (18%).

Luego aparecen el 'trabajo', la 'visión de la familia' y la 'religión', en ese orden (13%, 10% y 6% en cada caso).

**CUESTIONES QUE DIFICULTAN LA COMUNICACIÓN Y EL ENTENDIMIENTO ENTRE GENERACIONES**  
**La brecha tecnológica, el principal escollo comunicacional entre generaciones.**

*¿Qué es lo que más dificulta la comunicación y entendimiento entre las distintas generaciones?  
 (RM)*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
 Fuente: VOICES! – Fundación UADE

La alusión a la brecha tecnológica se acrecienta en edades intermedias (60%), Gran Buenos Aires (52%) y el interior (55%). La mención de los ‘estilos de vida’ crece en clases medias y altas (40% versus 33% en estratos bajos), y muy especialmente en Ciudad de Buenos Aires (48% versus 36% en el interior).

Los ‘valores y visiones sobre el mundo’ se mencionan en mayor medida conforme crece el nivel socioeconómico, pasando del 15% en sectores más bajos al 30% en la clase alta, y también en la Ciudad de Buenos Aires (mencionado por el 35% contra alrededor del 16% en el resto del país).

También en la Ciudad de Buenos Aires prevalece significativamente la alusión al ‘trabajo’ como escollo comunicacional entre generaciones (un cuarto del distrito así lo señala, contra 14% en Gran Buenos Aires y 11% en el interior).

## CUESTIONES QUE DIFICULTAN LA COMUNICACIÓN Y EL ENTENDIMIENTO ENTRE GENERACIONES

CRUCE POR SEGMENTOS

	TOTAL	GENERO		EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO				ZONAS	
		H	M	16 - 29	30 - 49	50 +	ABC1	C2C3	DE	CF	G.B.A	Interior
La tecnología	54%	53%	55%	52%	60%	49%	55%	56%	52%	49%	52%	55%
Los estilos de vida	37%	37%	37%	38%	33%	39%	41%	40%	33%	48%	37%	35%
Los valores y visiones del mundo	18%	18%	18%	15%	19%	20%	30%	20%	15%	35%	15%	17%
El trabajo	13%	13%	13%	12%	11%	16%	11%	11%	15%	24%	14%	11%
Su visión de la familia	10%	9%	11%	12%	8%	11%	5%	9%	12%	7%	11%	11%
La religión y creencias	6%	7%	6%	6%	7%	6%	15%	6%	6%	11%	7%	6%
Nada	1%	1%	1%	2%	1%	1%	-	1%	2%	2%	1%	1%
Otros	1%	2%	1%	1%	1%	3%	6%	1%	1%	3%	2%	1%
Ns/Nc	4%	5%	3%	4%	4%	4%	1%	1%	6%	2%	4%	4%

Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

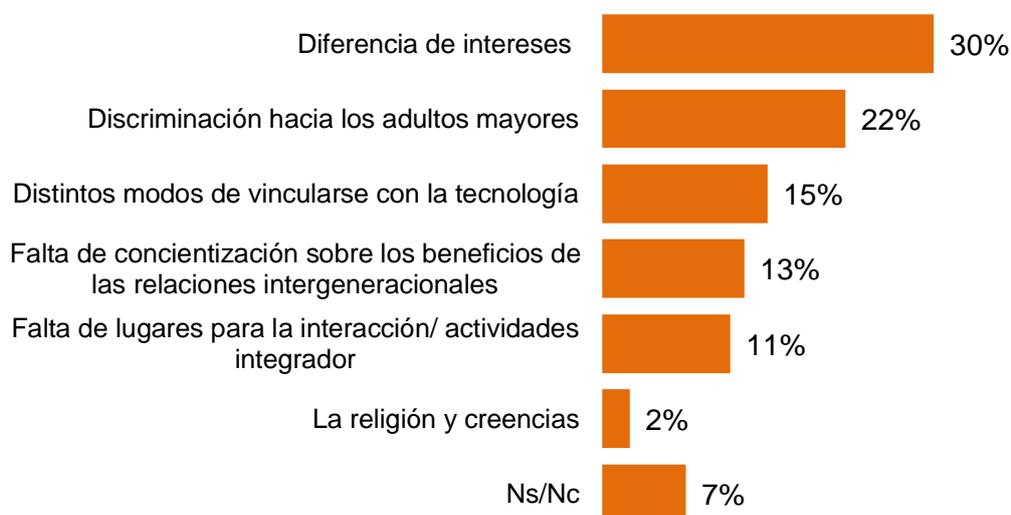
Indagando en mayor profundidad aun, y excediendo el plano de la mera *comunicación* entre generaciones, el sondeo apuntó a identificar las principales barreras a las “relaciones” entre las mismas, revelando que ‘la diferencia de intereses’ que existe en cada caso atenta contra el contacto directo (30%). En segundo lugar se mencionó la ‘discriminación’ hacia los adultos mayores (22%), seguido por los ‘distintos modos de vinculación con la tecnología’ (15%).

En menor medida se destacaron ‘la falta de conciencia sobre los beneficios de las relaciones intergeneracionales’ (13%), y la ‘falta de lugares’ para que dicha interacción se suscite (11%).

### BARRERAS A LA RELACIÓN ENTRE GENERACIONES

#### La asimetría o diferencia de intereses se menciona como la principal barrera al contacto intergeneracional

En su opinión, ¿cuál es la principal barrera para las relaciones entre generaciones? (RM)



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: UADE - VOICES!

La ‘diferencia de intereses’ que tienen las distintas generaciones se menciona más frecuentemente entre los menores de 30 años (33% contra 27% de los de mayor edad). La discriminación, por su parte, se intensifica entre las mujeres (24% versus 19%), los mayores de 30 años (un cuarto lo señala contra 17% de los más jóvenes), creciendo esta opinión significativamente también a menor nivel socioeconómico (10% en clase alta versus casi un cuarto en la media y baja), y en GBA e interior (22% contra 17% en Ciudad de Buenos Aires).

## BARRERAS A LA RELACIÓN ENTRE GENERACIONES CRUCE POR SEGMENTOS

	TOTAL	GENERO		EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO				ZONAS	
		H	M	16 - 29	30 - 49	50 +	ABC1	C2C3	DE	CF	G.B.A	Interior
Diferencia de intereses	30%	29%	31%	33%	29%	27%	25%	34%	26%	30%	26%	31%
Discriminación a adultos mayores	22%	19%	24%	17%	23%	25%	10%	22%	23%	17%	21%	23%
Distintos modos de vincularse con la tecnología	15%	16%	14%	12%	16%	16%	18%	13%	16%	12%	13%	16%
Falta de concientización sobre los beneficios de las relaciones intergeneracionales	13%	13%	13%	10%	14%	13%	24%	11%	13%	17%	16%	11%
Falta de lugares para la interacción/ actividades integrador	11%	13%	10%	15%	10%	9%	18%	14%	9%	17%	13%	10%
La religión y creencias	2%	2%	3%	4%	1%	2%	6%	2%	2%	2%	4%	2%
Ns/Nc	7%	10%	5%	9%	6%	8%	-	3%	12%	5%	7%	8%

Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: UADE - VOICES!

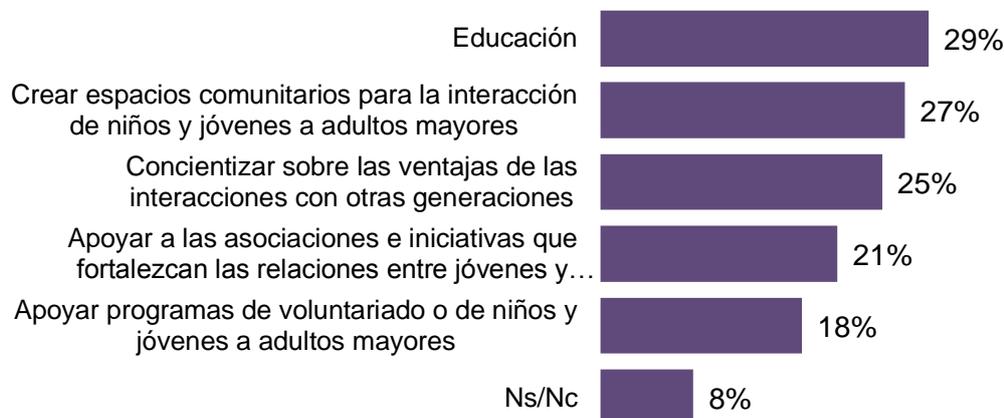
Por último, el estudio reveló que, para los argentinos, existe un conjunto de acciones que podrían ser útiles para promover las relaciones entre generaciones. En primer lugar, se destaca la ‘educación’ (mencionada por el 29% de los entrevistados). Le sigue de cerca la ‘creación de espacios comunitarios de interacción entre jóvenes y adultos mayores’ (27%), y cerca en el tercer lugar la ‘generación de conciencia sobre la importancia del tema’ (25%).

El apoyo a ‘organizaciones abocadas a fortalecer las relaciones intergeneracionales’ y a ‘Programas de voluntariado al respecto’ son también iniciativas valoradas por 2 de cada 10 entrevistados.

## MANERAS DE PROMOVER EL CONTACTO INTERGENERACIONAL

### La educación, los espacios comunitarios de interacción y la generación de conciencia, son las mejores maneras de promover las relaciones intergeneracionales.

¿Cómo se pueden promover las relaciones entre personas de distintas generaciones?  
(Respuestas m Múltiples)



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

La promoción del contacto intergeneracional a través de la educación, corta transversalmente a todos los segmentos sociodemográficos testeados.

El resto de las iniciativas son mencionadas en mayor medida en Ciudad de Buenos Aires (3 de cada 10 en promedio para todas las acciones, contra alrededor de 2 de cada 10 en Gran Buenos Aires y el interior del país).

## MANERAS DE PROMOVER EL CONTACTO INTERGENERACIONAL

### CRUCE POR SEGMENTOS

	TOTAL	GENERO		EDAD			NIVEL SOCIOECONOMICO				ZONAS	
		H	M	16 - 29	30 - 49	50 +	ABC1	C2C3	DE	CF	G.B.A	Interior
Educación	29%	30%	28%	28%	27%	31%	31%	27%	30%	27%	28%	29%
Crear espacios comunitarios para la interacción de niños y jóvenes a adultos mayores	27%	25%	29%	28%	25%	27%	31%	29%	24%	39%	33%	23%
Concientizar sobre las ventajas de las interacciones con otras generaciones	25%	25%	25%	23%	26%	25%	26%	28%	21%	31%	16%	27%
Apoyar a las asociaciones e iniciativas que fortalezcan las relaciones entre jóvenes y mayores	21%	21%	21%	21%	20%	21%	22%	21%	21%	25%	25%	19%
Apoyar programas de voluntariado o de niños y jóvenes a adultos mayores	18%	17%	19%	16%	18%	19%	28%	17%	17%	32%	16%	17%
Ns/Nc	8%	9%	7%	8%	8%	8%	1%	6%	11%	3%	8%	9%

Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
Fuente: VOICES! – Fundación UADE

## Metodología

### Resumen ficha técnica

**Cobertura:** Nacional.

**Universo:** Población argentina adulta (16 años y más)

**Tamaño Muestral:** 1001 entrevistas.

**Margen Error:**  $\pm 4.2\%$  para los totales, con un nivel de confianza del 95%.

**Método Muestral:** Probabilístico, polietápico, estratificado con cuotas de sexo y edad en el hogar.

**Técnica de Recolección:** Entrevistas personales domiciliarias.

**Fecha de Campo:** marzo 2017

## Staff

Andrés Cuesta

Marita Carballo

Manuel Hermelo

Constanza Cilley

Lautaro Rubbi

## Cómo citar este trabajo

CIS (2018). Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! Vínculos Intergeneracionales. *Centro de Investigaciones Sociales (CIS)*. Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. <https://www.uade.edu.ar/investigacion/centro-de-investigaciones-sociales-cis/informes>

FUNDACIÓN  
UADE

