

Y...¿Qué Onda con los Chavos?

Ma. Elena Castro

Zimat / CINCO

Buenas noticias para quienes dedican gran parte de sus esfuerzos a estudiar y profundizar en los perfiles y tendencias que presenta actualmente el segmento juvenil en México y sus implicaciones mercadológicas, pues con un enorme esfuerzo y despliegue de recursos... La Encuesta Nacional de la Juventud 2000 se ha convertido finalmente en una realidad y sus hallazgos definitivos estarán en breve al alcance de todo aquél que se interese en trabajar más de cerca con este impresionante marco de referencia que no tiene precedente similar en nuestra historia.

Ante la evidente ausencia en la cultura estadística nacional de un auténtico enfoque de juventud y la necesidad de contar con información más precisa para fundamentar sus políticas y programas, el Instituto Mexicano de la Juventud se abocó durante los dos últimos años a diseñar y coordinar las acciones necesarias para abordar la tarea de "actualizar y profundizar en el conocimiento sobre las y los jóvenes mexicanos", mediante el levantamiento de una encuesta nacional que buscara ofrecer una panorámica sobre el mosaico que presenta el sector juvenil en el amplio y diverso territorio nacional.

Tras un importante ejercicio que llevó a cabo el Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud del propio Instituto, de revisión y recuento de los trabajos realizados en esta materia en nuestro país y de las tendencias que han seguido esfuerzos similares realizados en el ámbito internacional, el enfoque o hilo conductor que se eligió para orientar los primeros trabajos que enmarcarían el alcance de la Encuesta fue la intención de identificar y conocer los procesos de transición del joven mexicano a la edad adulta; es decir, el trayecto que sigue hasta su virtual incorporación a la sociedad.

Considerando este concepto rector y tomando en cuenta las cuatro condiciones que -según José Luis De Zárraga (España 1998)- se requieren para lograr la emancipación de un ser humano: independencia económica, autodeterminación de los recursos disponibles, la autonomía personal y la constitución de un hogar propio, el diseño conceptual de la Encuesta y la construcción del cuestionario destinado a reco-

ger la información relevante, incluyó variables que se enmarcan en cuatro grandes dimensiones.

La primera dimensión busca incursionar en el tema de *La familia*, que incluye la exploración de la dinámica familiar nuclear, hasta la formación de parejas y nuevas familias. El segundo bloque abarca *la transición escuela-mercado de trabajo*, que comprende desde el concepto de trabajo, las vías de inserción a la participación económica, el estado del mercado de trabajo, hasta otros aspectos más amplios como la relación entre trabajo y ocio, entre otros.

La tercera dimensión explora lo que se ha denominado *prácticas juveniles* que tiene que ver con los nuevos espacios, las formas de diálogo, los códigos, los medios y la medida en que los jóvenes se sienten interpelados por las instituciones políticas del país. Por último, la dimensión de *actitudes y valores* supone buscar la comprensión y la profundización sobre las representaciones que se hacen los jóvenes de sí mismos y del mundo que los rodea, en un afán de prever de alguna forma el futuro del país.

La definición operacional de variables, el aterrizaje en preguntas y reactivos, así como el diseño final del instrumento estuvo a cargo de un comité técnico que se instala para este propósito y para realizar, posteriormente, el análisis de los resultados. Dicho comité se integra por destacados investigadores de diferentes instituciones de educación superior, coordinados por el Centro de Estudios sobre Juventud.

La estimación y diseño de la muestra, la logística y realización del trabajo de campo, así como la captura y validación de los resultados fue responsabilidad del INEGI, el cual se encuentra actualmente integrando los ejercicios de ponderación de los datos, a fin de iniciar el procesamiento estadístico de la información.

El diseño muestral fue probabilístico, estratificado y por conglomerados, donde la última unidad de selección fue la vivienda. De esta forma fueron incluidas en la encuesta un total de 54,500 viviendas en las que se encuestó a todos los sujetos que residieran habitualmente en las mismas y que tuvieran entre 12 y 29 años de edad.

De acuerdo al marco construido con la información cartográfica y demográfica del Censo de Población y Vivienda 1995, se conformaron cuatro estratos en los que se distribuyeron las localidades según sus características y población: urbano alto, complemento urbano de alta densidad, complemento urbano de baja densidad y rural.

El cuestionario final estuvo integrado por dos módulos. Una tarjeta de registro del hogar que incluye preguntas sobre la vivienda y los miembros del hogar (32 preguntas), y un cuerpo individual que se aplicó sólo a aquellos miembros que cumplen el requisito de ser habitantes habituales o permanentes y tener entre 12 y 29 años de edad (173 preguntas).

Cabe mencionar que la amplitud en el rango de edad implícita en la definición de joven, obligó a determinar la pertinencia de los diferentes bloques de preguntas considerando la distancia de experiencia y madurez que existe entre los diferentes segmentos de edad que dicha definición incluye, dando como resultado el que un bloque se aplicó a la totalidad de los jóvenes entrevistados, otro sólo al segmento que manifestó tener entre 15 y 29 años y otro más que sólo fue aplicado a quienes declararon trabajar actualmente o haber tenido una experiencia laboral en el pasado.

Finalmente el levantamiento de la información concluyó el día 30 de agosto del 2000. En el 66.6 % de los hogares visitados se encontró población objeto de entrevista.

Actualmente sólo hemos tenido acceso a las bases preliminares y nos encontramos realizando análisis de faltantes y esquemas de reestructuración para procesar la información procedente de la TRH (Tarjeta de Registro del Hogar) levantada en las 54,500 viviendas y la relevante a cada uno de los jóvenes encuestados en las mismas, toda vez que ya se ha formulado el plan de análisis requerido por los diferentes investigadores que serán responsables del análisis e interpretación de los resultados.

Sólo resta comentar que la fotografía o bosquejo que ofrece esta información, aún preliminar y sin matices que nos hablen de los contrastes entre las grandes urbes y las poblaciones rurales o de los diferentes segmentos de edad, nos devuelve una imagen de un joven que se encuentra inmerso en una sociedad aún

conservadora en la cual la familia y los valores asociados a la misma, siguen constituyendo el eje rector de toda convivencia y oportunidad de desarrollo, se señala que se recibe solidaridad y apoyo de la familia para estudiar. En este sentido cabe señalar que sólo una quinta parte (aproximadamente) de la población entre 12 y 29 años ha dejado la casa paterna.

Se evidencia una paulatina, aunque aún incipiente, apertura hacia la distribución de roles al interior del hogar y un manejo de autoridad cada vez más compartido entre los padres, lo mismo que algunos ámbitos en los que los jóvenes perfilan su autodeterminación.

Los obstáculos de orden económico y la falta de motivación hacia el estudio acusan ser las principales razones para abandonar los estudios, tomando en cuenta que son más de la mitad los jóvenes entrevistados que no se encuentran insertos en el sistema escolarizado formal.

Por otro lado, el uso del tiempo libre no parece ser significativamente distinto durante la semana, que en los fines de semana. La música gruperá y el Rock ocupan los primeros sitios de preferencia entre esta población.

Toda esta información y mucho más promete estar disponible en algún momento del primer semestre de este año para consulta y análisis de todo aquel que se interese en averiguar más de fondo ¿qué onda con los chavos?.

Nota: el responsable de esta información es el Lic. José Antonio Pérez Islas, Coordinador General del Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud.

Internet

comunicación en línea



E-mail: amai@amai.org

Web site: <http://www.amai.org>