

Documento de Trabajo N° 74

Orientaciones políticas y sexualidad
En los adolescentes del Área Metropolitana de
Asunción

Marielle Palau
Diego Moreno

BASE Investigaciones Sociales
Asunción, Paraguay
Octubre, 1995



investigaciones sociales

Ayolas 807 esq. Humaitá - Casilla de Correo 2917 - Asunción, Paraguay
Tel: (595 21) 451 217 - Fax: (595 21) 498 306 - baseis@baseis.org.py

Contenido

Introducción	3
1. Canales de información.....	5
1.1 Canales Masivos de Información.....	5
1.2 Canales Institucionales de Información.....	7
1.3 Canales Interpersonales de Información.....	9
2. Juventud, política y sexualidad.....	10
2.1 Relevancia de la juventud.....	10
2.2 Conformación de las orientaciones políticas.....	12
2.3 Debate actual sobre la sexualidad.....	15
3. Juventud y canales de información.....	18
3.1 Juventud y Canales masivos.....	18
3.2 Juventud y canales institucionales.....	25
3.3 Juventud y Canales Interpersonales.....	27
4. Juventud: medios masivos, participación y opinión política.....	34
4.1 Conformación política de los jóvenes.....	34
4.2 Relación entre los canales masivos y el posicionamiento político.....	36
4.3 Relación entre los canales masivos y la participación política.....	39
4.4 Los medios masivos como canales de información política.....	42
5. Juventud: medios masivos y sexualidad.....	44
5.1 Conformación, actitudes y comportamiento sexual del joven.....	44
5.2 Relación entre los medios en el posicionamiento sexual.....	47
5.3 Los medios masivos como canales de información sexual.....	49
5.4 Relación entre los canales masivos de información y el comportamiento sexual de los jóvenes.....	51
6. A modo de conclusión.....	55

Bibliografía

Introducción

El interés por este tema surgió a partir de reflexionar sobre elementos comunicacionales que hoy día penetran de manera acelerada en la sociedad y sobre los cuales, si bien a nivel continental existe mucha bibliografía, en nuestro país se ha investigado muy poco.

Hoy día los medios masivos de información constituyen los principales canales por los cuales se emite una gran variedad de mensajes, cargados de significación ideológica y que muestran a la sociedad una parte de la realidad que no es necesariamente la realidad misma, ya que al estar la gran mayoría de los mismos controlados por grupos empresariales, están en función a los intereses de sus propietarios.

Frente a esta situación cada vez más patente, la ciudadanía se encuentra prácticamente indefensa. En muchas ocasiones el consumo de estos mensajes, en lugar de cumplir un rol educativo e incentivar a la participación, transmiten valores individualistas y consumistas orientados a mantener el status quo.

El objetivo de este trabajo fue originalmente el de identificar los canales por medio de los cuales los jóvenes acceden a informaciones y conforman sus actitudes y comportamientos. La primera parte del trabajo fue realizada con este propósito, pero dadas las limitaciones objetivas, nos vimos obligados a reducir el área de estudio, priorizando así el análisis de los medios masivos.

La elección de los sujetos a ser estudiados, los jóvenes, estuvo guiada por el peso cuantitativo de los mismos en nuestro país y por el valor cualitativo de este sector social, protagonista de importantes procesos de cambios sucedidos en Paraguay. En cuanto a la delimitación geográfica, el motivo de estudiar sólo a los jóvenes de Asunción obedece a limitaciones de recursos, ya que el proyecto inicial fue realizarlo a nivel nacional.

Otro aspecto que se considera importante señalar es que la elección de dos aspectos -el político y el sexual- fue con el objetivo de realizar una comparación interna, es decir, identificar si la relación entre los medios masivos se da sólo en lo político, o si se da igualmente en lo sexual. Se consideró que para facilitar esta comparación era necesario tener en cuenta aspectos bien diferenciados como lo son éstos, ya que el primero es un tema eminentemente público y el segundo continúa restringiéndose al ámbito privado.

Fue así que, condicionados por diferentes factores que se presentaron durante el proceso de elaboración de este estudio, se fueron limitando sus pretensiones iniciales, por lo que el trabajo priorizó la relación existente entre el consumo de mensajes provenientes de los medios masivos y la conformación de actitudes y orientaciones políticas y sexuales de los jóvenes. Este material es un estudio de carácter exploratorio y una aproximación a la problemática de los medios masivos de información y la juventud.

Finalmente, cabe señalar que en muchos momentos hubiera sido imposible continuar elaborando este material si no hubiera sido por la ayuda brindada por BASE-IS, en la persona del Lic. Tomás Palau y la del Lic. Carlos Martini por el seguimiento que mantuvo en carácter de tutor,

ya que este material fue presentado inicialmente como Tesina de Licenciatura. Por último, se quisiera agradecer a Federico Barrios que ayudó en el diseño muestral y a Alba Benítez, Elisa Benítez, Carmen García, Rossy Comas, Marlene Molinas y Nestor Sosa, que prácticamente en forma voluntaria realizaron la recolección de datos.

Los autores
Asunción, octubre de 1.995

1. Canales de información

Clásicamente la familia y la escuela han sido considerados los dos medios de socialización por excelencia. Actualmente, los medios de comunicación masiva tienden a constituirse en el principal canal de socialización desplazando en importancia a los anteriores. Las causas de este fenómeno son varias, entre las principales se puede señalar; la revolución tecnológica, la masificación de los medios de información y la incorporación al mercado laboral de ambos padres cuando no de los hijos adolescentes y pequeños. En las últimas décadas, según Halloran (1969), un niño pasa mayor tiempo frente al televisor que compartiendo con su familia o en la escuela.

Este hecho cobra importancia cuando se intenta identificar la formación de actitudes y comportamientos de individuos o grupos de individuos. Se pretende, en este trabajo, identificar y analizar el peso de cada uno de los canales de información que actúan en el proceso de socialización juvenil para la conformación de actitudes sobre la política y la sexualidad. No es intención del trabajo analizar el proceso de la "transición" o sustitución de ciertos canales por otros en las diferentes etapas de la socialización del/la joven, así como tampoco, el tipo de mensajes ideológicos que son propagados por los mismos, ya que por la complejidad que poseen debería ser tema específico de otra investigación.

El concepto de canales de información hace referencia a las vías por medio de las cuales se accede a noticias, opiniones, comentarios. Es decir, al conjunto de elementos y de mecanismos que socializan a los individuos y que permiten tomar datos del ambiente y estructurarlos en una configuración determinada, de modo a que éstos guíen su acción. (Paoli: sf.)

Se utilizarán tres categorías operacionales para distinguir y analizar los canales de información. Por un lado, los canales masivos (medios masivos de información e industria cultural), por otro, los canales institucionales (escuela, iglesia, organizaciones gremiales y políticas), y finalmente, canales interpersonales (familia y grupo de pares).

Con estas tres categorías se intentará analizar el peso de cada uno de ellos en la socialización del joven. Dada la amplitud de los impactos posibles nos limitaremos a dos aspectos: el político y el sexual, de manera a hacer una comparación entre ambos.

1.1 Canales masivos de información

Se utiliza esta categoría al hacer referencia a los medios masivos de información y a la industria cultural¹, ya que a través de los mismos es difundido un mensaje masificado, codificado, simbólico y con características propias que lo diferencian ante las demás categorías operacionales a ser utilizadas.

Es importante señalar que no se consideran sinónimos a los términos comunicación e

¹ Término creado por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer para hacer referencia a que los medios de comunicación de masas no "comunican" y sí producen cultura. (Katz y otros: 1989). La industria cultural es el modo de producción moderno de bienes simbólicos cuyos productos alcanzan primero una difusión masiva en la sociedad (Brunner y otros: 1989).

información. El primero hace referencia al proceso que se establece entre un emisor, un canal y un receptor mediante un código común, sin mediatizadores. Esta es la comunicación intersubjetiva o entre interlocutores. Aquí se da lo que se denomina retroalimentación o, dicho de forma más sencilla, la posibilidad de volver a preguntar, profundizar o aclarar una conversación entre dos personas o en un grupo de personas. Esta comunicación es la que se produce en el contacto directo entre los participantes.

Mientras, la información es sólo una de las funciones de la comunicación. Esta función, la de informar, nace con la necesidad de intercambiar -o de acceder a- noticias y de conocer acontecimientos ocurridos. La información es hoy día un instrumento importante para el control de la opinión pública², ya sea a través de su circulación, control y regulación. La información se ha convertido no sólo en una necesidad social, sino también en un instrumento de poder político, económico, social y cultural, controlado por grupos empresariales y al servicio de éstos.

La difusión masiva, que se realiza a través de medios técnicos, hace circular informaciones, cultura, ideologías, formas de vida, etc. Todo esto está asociado a algunas prácticas de consumo cultural relacionadas al "mercado industrial de mensajes". (Brunner, Barrios y Catalán: 1989).

Lo propio y más específico de la comunicación de masas es la difusión de mensajes o informaciones verticales, de arriba hacia abajo, unidireccionales y unilaterales desde un emisor activo y determinante a una gran masa amorfa y heterogénea que, en la mayoría de los casos, actúa como receptor pasivo.

Según Umberto Eco hay comunicación de masa cuando el emisor es sólo uno y central, el canal a través del cual pasa su mensaje es un canal tecnológico de gran complejidad y el receptor es una masa extremadamente diferenciada por la lengua, la cultura y la categoría social (Claudín y Anabitarde: 1986).

Para comprender mejor el fenómeno de los medios masivos es importante tener en cuenta a Marshall McLuhan quien, entre otros aportes, señala que "cualquier intento de comprensión del cambio social y cultural es imposible sin el conocimiento del modo como los medios operan" (ibidem).

Con el surgimiento de la comunicación masiva aparece el fenómeno de la cultura de masas o industria cultural. Su aparición se da por la combinación de estos factores: la producción masiva, la generación en serie de bienes y servicios. Así, los elementos culturales son fundamentalmente productos o mercancías culturales, destinados a un consumo masivo, y por tanto, sometidos como cualquier otro producto, a las exigencias de la rentabilidad.

Los medios masivos -los canales de esta industria cultural- cumplen una función socializadora preponderante si se tiene en cuenta de qué manera se insertan hoy día en el cotidiano de nuestras vidas, en el mundo vital al decir de Habermas (1990).

² La opinión pública es el conjunto de opiniones, juicios, conceptos, aspiraciones, puntos de vista que acerca de diferentes aspectos de la vida del pueblo y el Estado reinan en la sociedad, en sus diferentes capas y clases. No existe una opinión pública compacta como una manifestación etérea de la "conciencia cívica" de todos los ciudadanos como muchos pretenden, sino la misma está en función a la diferenciación social. (Taufic: 1985)

A excepción de contados trabajos³, no existen estudios sobre la realidad de los medios de información masiva en nuestro país que puedan ayudar a definir con exactitud la importancia y la influencia de los mismos en nuestra sociedad. Sin embargo, datos de la DGEEyC indican que el 90.8% de las viviendas de Asunción tienen un aparato de radio y el 89.4% uno de televisión. Estos datos son significativos ya que, si bien no se ha analizado en este estudio el tipo de información que se consume a través de ellos, se puede afirmar que un porcentaje muy elevado de la población en estudio se encuentra expuesta a los mismos.

Otro punto importante a tener en cuenta es que a partir de finales de la década del 60, la televisión se inserta en nuestro país. A partir de este momento, la radio pasa a compartir su público fundamentalmente en los sectores más urbanos como ser Asunción, en el resto del país la radio sigue siendo el medio de información mayoritario, no se debe olvidar que la cultura paraguaya es considerada fundamentalmente oral.

Por otra parte, no se puede dejar de señalar que los productos de los medios masivos de información están destinados fundamentalmente al público joven, esta afirmación puede ser corroborada con la simple cuantificación de los tipos de programas en cada uno de los medios.

1.2 Canales institucionales de información

El estar insertos en una sociedad no implica sólo estar expuesto a los productos de la industria cultural, sino también formar parte de algunas de sus instituciones⁴, o por lo menos, estar influenciados por las mismas. Las dos instituciones que tienen una alta participación en la socialización de los individuos son la educativa y la eclesial. Por otro lado, se encuentran las organizaciones gremiales y políticas, ya que las mismas, aunque no tengan el mismo peso cuantitativo que las citadas anteriormente, ejercen una importante influencia en aquellos individuos que forman parte de ellas.

Considerando a la educación como una institución⁵, se puede afirmar que la misma cumple un rol preponderante dentro del marco de análisis propuesto por este trabajo. La institución educativa formal sirve para reproducir, en la mayoría de los casos, modelos la línea ideológico-política de los gobiernos de turno. Con esto no se pretende negar el derecho que le asiste a los gobiernos a delinear sus políticas públicas, ya sean éstas en el orden económico, social o educativo en este caso.

³ Entre ellos el de Zarza (1988).

⁴ Se entiende por institución a aquellas estructuras organizacionales y jerarquizadas que transmiten, en forma permanente, uniforme y sistemática, conductas, valores e ideas mediante instrumentos que aseguran el control y el cumplimiento de una función social. Las instituciones son aceptadas por la sociedad ya sea de forma voluntaria o impuesta, de manera tal que regulan las interacciones sociales. (IEP: 1975).

⁵ García (1989), muestra cómo la evaluación del aprendizaje por medio de "notas" y "grados" es el aspecto central de la institucionalización de nuestro sistema educativo; este aspecto deriva del valor social conferido al título que resulta del aprendizaje concluido.

Se desea resaltar, sin embargo, que en la mayoría de los casos los gobiernos no buscan la educación integral de los educandos, sino llevar adelante políticas educativas que respondan a intereses corporativos o coyunturales, normalmente "importados" que no hacen a la realidad del país. (Almada: 1989).

De ahí el papel clave que ejerce la educación en transmitir bienes culturales en su amplio sentido y la manera que condiciona al individuo en la conformación de sus pautas conductuales. Así también, es importante tener en cuenta el alcance limitado de la educación ya que la misma no llega a toda la población a pesar de su obligatoriedad constitucional. Teniendo en cuenta a la población en edad de estudiar (6 a 23 años) de Asunción, sólo el 50% termina sus estudios secundarios, esta realidad es aún de mayor carencia en los puntos del interior del país. Con este dato se pretende demostrar que la educación más que un derecho es fundamentalmente un privilegio para la juventud, tanto de Asunción como del resto del país.

A diferencia del sistema educativo, la iglesia no tiene un carácter obligatorio, la coerción que utiliza es de carácter psicológico y los valores que trasmite están orientados a formar y consolidar una moral que se adecue a sus dogmas. Su estructura es aún más autoritaria que la de la institución educativa, ya que sus fieles no tienen ningún tipo de participación en las decisiones que toma. Por otro lado, los dogmas y la fe son la base de la misma, los cuales no pueden ser cuestionados.

La institución eclesial tiene una importante presencia histórica dentro de la sociedad paraguaya. Se puede mencionar el caso de los jesuitas como una de las presencias visibles y significativas dentro de la cultura paraguaya, sin olvidar el aporte de otras órdenes religiosas como los franciscanos y dominicos dentro de esta misma línea. La iglesia desde la colonización ha tenido una gran influencia en la socialización de los paraguayos. Ha ejercido presión en todos los ámbitos del desarrollo de la sociedad paraguaya. Por esta razón se considera importante analizar el caso de la iglesia dentro del contexto paraguayo, más aun si se tiene en cuenta la adhesión que aún hoy sigue teniendo dentro de nuestra sociedad.

A diferencia de las instituciones señaladas anteriormente, las organizaciones gremiales y políticas no ejercen ningún tipo de coerción para ganar adherentes, utilizan la persuasión, por lo que la incorporación de sus miembros se da de manera voluntaria, pero una vez que ingresen deben respetar ciertas pautas establecidas colectivamente. Por otro lado, al interior de las mismas se percibe una diferencia; las actividades se desarrollan de forma participativa y democrática, ya que los miembros tiene mayor grado de participación en la toma de decisiones y en la elección de sus autoridades.

Estas dos instituciones, por otro lado, tienen objetivos distintos. Las organizaciones gremiales defienden los intereses sectoriales de sus componentes, ya que generalmente comparten la misma problemática. Las políticas en cambio, aunque también protegen los intereses de sus afiliados, buscan esencialmente la conquista del poder para realizar el proyecto de sociedad que desean, por lo que el factor ideológico es el que los mantiene cohesionados, y el que les permite analizar la realidad y trazar líneas de acción para desenvolverse dentro de la sociedad.

1.3 Canales interpersonales de información

Se consideran como canales interpersonales de información a todas aquellas vías de transmisión de "cultura"⁶ u opinión, a los que nos encontramos expuestos en la vida cotidiana y que no forman parte de los dos canales ya citados y donde la afectividad los caracteriza, es decir, a la familia y grupos de pares.

La cultura cotidiana es un ámbito nuevo de estudio. Tiene mucha importancia hoy día ya que las investigaciones que se han realizado le otorgan una especial atención por la influencia que ejerce en el individuo debido al estrecho contacto, al tiempo y la calidad que destina en su cotidiano. Este aspecto informal de los canales interpersonales de información no puede estar desligado de las grandes transformaciones del mundo contemporáneo, ya que influyen de manera sorprendente en la vida cotidiana.

Esta influencia puede darse de manera positiva en algunos casos y en otros dificultando la comunicación interpersonal. Hasta no hace muchos años las informaciones sobre acontecimientos en otros continentes llegaban con retraso, hoy la tecnología llegó a tal extremo que una guerra es transmitida en vivo y en directo; hasta hace algún tiempo, si se necesitaba hablar con alguna persona uno debía ir hasta ella, hoy el teléfono permite romper distancias, es así que los progresos científicos y tecnológicos expresados en la radio, televisión, periódicos, cinematógrafo, fax y computadora por citar algunas, generan a su vez nuevos sistemas de vida, es decir, nuevas formas de "ver" el mundo, de vivir y convivir cotidianamente. En este punto se utilizará el concepto de vida cotidiana, a la forma en que los individuos "viven, piensan, estudian, trabajan y descansan. La manera en que se visten, los alimentos que adquieren, la forma en que distribuyen el tiempo libre, las ciudades en que prefieren vivir, las carreras que quieren estudiar..." (Brunner, Barrios y Catalán: 1989). La conformación de esta cultura de todos los días es producto de los tipos de información que se "consumen". Como se señaló anteriormente, en este trabajo se indagará sobre la influencia de aquellas informaciones provenientes de los llamados canales no institucionalizados (la familia y los grupos de pares) en la conformación política y sexual de los jóvenes.

⁶ El término cultura tiene tres sentidos tradicionales: como estado opuesto a la naturaleza; como conjunto de conocimientos, comportamientos y producción material en una agrupación social dada; como sistema relativamente autónomo frente a la producción social. En este trabajo se hace referencia al sentido vulgar del término, tener cultura es sinónimo de tener acceso a los conocimientos más "elevados" producidos en la sociedad.(Katz y otros: 1989)

2. Juventud, política y sexualidad

2.1 Relevancia de la juventud

Al utilizar el concepto de juventud se hace referencia al período de tiempo que se inicia con el fin de la pubertad y se extiende hasta comienzos de la madurez, pero este concepto no se limita sólo a un grupo de edad. Tomado en términos más riguroso es mucho más complejo, ya que implica el período en que se desarrollan cambios fisiológicos y se van definiendo las actitudes, valores y pautas de comportamiento de las personas⁷.

Por otro lado, el concepto "juventud" hace referencia a un grupo social heterogéneo que está condicionado por una serie de elementos, donde quizás el más importante es la sociedad en la que se encuentra inserto y el papel que desempeña dentro de la misma.

En este trabajo se asume que no existen jóvenes en un sentido genérico, los mismos se encuentran condicionados y determinados por diferentes dimensiones como ser: el sexo, la edad, actividad principal, nivel educativo, nivel socioeconómico. Es decir, existen diferentes tipos de jóvenes que, a más de poseer problemáticas específicas, poseen una problemática única por su condición generacional, como ser, necesidades educativas, laborales, espacios de recreación y de esparcimiento, gustos musicales y otros. Por este motivo, además de definir como joven a toda persona que tenga entre 15 y 24 años, se considera fundamental elaborar una tipología de los mismos de manera a respetar sus características propias y comprender la problemática global en la que se encuentran insertos.

En América Latina la población joven tiene serias dificultades para satisfacer sus demandas. En un continente eminentemente joven y subdesarrollado, las políticas de desarrollo diseñadas no tuvieron el éxito deseado. En el agro, los programas de reforma agraria fracasaron y, consecuentemente, hubo un progresivo empobrecimiento en el sector rural, produciéndose de esta forma una migración masiva a los centros urbanos, flujos constituidos principalmente por jóvenes. Al no implementarse políticas de absorción de mano de obra, comienzan a constituirse los cinturones de pobreza urbana en todo el continente latinoamericano. (Nikiphoroff y Villagra: 1987; Caputo y Palau: 1992).

En el caso de Paraguay la población joven mayoritaria que salía en busca de trabajo podía encontrarlo principalmente en las labores agrícolas ya que en la década del 50-60 hubo una gran cantidad de venta y distribución de tierras fiscales hacia la zona este principalmente, lo que produjo un fenómeno de migración rural-rural de considerable magnitud. En la década del 70 se inicia la

⁷ La UNESCO, en la Conferencia Internacional sobre Juventud (1964), ha establecido el siguiente concepto de la misma: "el término juventud designa un estado transitorio, una fase de la vida humana cuyo comienzo está bastante definido por la aparición de la pubertad; el final de la juventud en sí, varía según los criterios y los puntos de vistas que se adopten para determinar si las gentes son jóvenes. Por juventud comprendemos no solamente una fase de la vida, sino también los individuos concretos que pertenecen a los grupos de edades que se definen como jóvenes". (citado por Jiménez y Sottoli, 1991).

construcción de la represa de Itaipú en momentos que finaliza la ocupación de la frontera agrícola. La época de la construcción de esta represa, emprendimiento binacional con el Brasil, absorbe mucha mano de obra.

Paralelamente a la creación de este importante mercado regional de trabajo por parte de Itaipú, se verifica la expansión de los cultivos del algodón y la soja. Por entonces, los precios internacionales favorecían a la economía paraguaya. La crisis comienza en la década del 80, los precios del algodón y la soja bajan en el mercado internacional, la represa de Itaipú va concluyendo y despide una gran cantidad de obreros (Palau: 1989). Durante aquel auge económico, todos los beneficios generados fueron destinados hacia el sector especulativo y no a la inversión para la generación de nuevos empleos.

En 1.993, el 15% de los jóvenes del país en edad de trabajar no encontraban empleo (Sauma: 1993), este hecho aumenta el desempleo y el subempleo, produciendo un acelerado deterioro de las condiciones de vida y del salario real⁸. Por otro lado, es importante tener en cuenta que el 41.0% de la población joven de Asunción nació en algún punto del interior de país (ver Cuadro 1), lo cual indica que la migración del campo a la ciudad en busca de puestos de trabajo sigue dándose en porcentajes importantes.

Si además de los indicadores señalados, se suma el alto grado de deserción escolar⁹ y las escasas oportunidades para la educación -especialmente a los jóvenes del campo¹⁰- se concluye con un cuadro nada alentador, consecuencia de un crecimiento económico que no es acompañado por políticas de distribución de los ingresos y que generan problemas de carácter socio-económico, político, cultural, es decir, el deterioro creciente de la calidad de vida¹¹.

⁸ Según la encuesta socioeconómica la población de 12 años y más es de 3 millones de personas, el 51,7% participa en el mercado de trabajo y forma parte de la PEA. 1.5 millones de personas están ocupadas a nivel nacional, de las cuales el 46% reside en zonas rurales. El mercado de trabajo del país se caracteriza por una estructura relativamente joven de la fuerza de trabajo, en que los miembros de 12 a 29 años de edad representan el 40.3% de la PEA total. El problema del empleo en el Paraguay tiene matices propios, pero es denominador común en países de la región. El desempleo es el componente más visible, y en donde el problema más extendido es el subempleo, sobre todo el que deriva de ingresos insuficientes.(Sauma: 1993)

⁹ Según datos del Ministerio de Educación y Culto de los matriculados en el año 1980 (133.810 alumnos) sólo el 12% (15.793 alumnos) culminaron el sexto curso (UH, 4/09/92) y solamente el 41,4% de la población en edad escolar (de 6 a 24 años) está escolarizada (Tiempo 14, 7/07/93, pg.12-13).

A esto debe sumarse la deserción en la Universidad Nacional (no se poseen datos de Universidades Privadas, en especial de la Católica) que hace que de cada 100 alumnos que ingresan sólo egresen 49. La principal causa de abandono de los estudio superiores es la pobreza. (UH, 8/09/93, pg.25).

¹⁰ De cada 100 niños que inician la escuela en el interior del país solo 36 alcanzan a concluir la primaria. En otras palabras, el 64% de los chicos en edad escolar que residen en la zona rural quedan por el camino según datos del Ministerio de Educación (Ultima Hora,22/08/93, pg.22). El trabajo elaborado por Sauma revela que la formación universitaria prácticamente esta vedada a los estudiantes del interior del país. Entre los egresados de 1991 el 55,5% provenían de Asunción, el 12,3% del Dpto.Central, el 5,5% de Paraguari, el 4,3% de Cordillera, el 2,9% de Concepción y del Guairá el 2,9%, el 2,6% del extranjero y sólo 14,2% de los demás departamentos del interior del país (Ultima Hora, 9/09/93, pg.25).

¹¹ El termino calidad de vida hace referencia al índice de desarrollo humano en el enfoque utilizado por PNUD. Este, en su versión original, entiende que "el desarrollo humano es un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano. En principio, estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo, a todos los

Dentro de este contexto debe considerarse a la juventud de Asunción no como un estamento homogéneo, sino como una franja etaria heterogénea y dinámica en cuanto a las percepciones que tienen de la realidad, de los hechos sociales y de las posiciones que adoptan.

Lo anteriormente mencionado, así como el hecho que conforman casi el 60% de la población del país (CEPAL: 1992) y según los datos del Censo de 1992, los jóvenes de 15-24 años representan el 20.05% de la población de Asunción (Ver Cuadro N°5), constituyéndose en un segmento particularmente importante para el diseño de políticas de carácter socio-económico, político y cultural.

Tomando en consideración los datos que se presentan, es de suponer que este grupo denominado "jóvenes" es el sector en el que más repercuten los cambios que se producen a nivel de las estructuras económicas y políticas del país.

2.2 La conformación de las orientaciones políticas

El vocablo política tiene connotaciones múltiples debido a su amplitud, al uso que del mismo se ha hecho a lo largo de la historia, a su traslación a realidades diferentes a la originaria. Esto dificulta su aprehensión y delimitación. El término puede significar programa o plan de acción, el arte de gobernar los pueblos, la búsqueda del bien común. También puede designar simultáneamente la actividad, fenómeno e institución política y el conocimiento y estudio de la misma. (Bobbio, Mateucci, 1981).

En este trabajo no se utilizarán las acepciones anteriores, ya que hacen referencia fundamentalmente al Estado. Utilizarlo como sinónimo de acción política, es decir, como una de las formas de conducta humana que se proyecta sobre la sociedad, se acerca más a la acepción que se le dará en este documento, pero la misma es aún sumamente amplia ya que prácticamente todo lo que realiza el ser humano se proyecta en su comunidad y por lo tanto, sería político. Esto obliga a delimitar todavía más esta dimensión, por lo que se la utilizará como la actitud y/o el comportamiento que adopta el individuo -o grupos de individuos- ante los problemas sociales de carácter público.

A partir del golpe de estado en 1989 los sectores organizados de la sociedad; trabajadores, campesinos, pobladores barriales, estudiantes, mujeres, empresarios, latifundistas, partidos políticos y otros han avanzado en sus grados organizativos, lo cual se refleja en un aumento de las exigencias y reclamos sobre los asuntos pertenecientes al manejo del Estado y sobre la cosa pública.

niveles del desarrollo, las tres más esenciales son: disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no poseen estas oportunidades esenciales, muchas otras alternativas continuaran siendo inaccesibles". Los indicadores utilizados para medir al mismo son: esperanza de vida al nacer, tasa de alfabetismo de adultos, mediana de años de escolarización, índice de alfabetismo, índice de escolarización, logro educacional, PIB real per cápita, PIB real ajustado per cápita, índice de desarrollo humano y Clasificación del PNB per capita menos clasificación en IDH.

Este elemento podría ser considerado el más importante en el momento de identificar la conformación política de un grupo social, ya que el intentar medirlo en base al indicador convencional de la simple participación en las elecciones, puede no dar un resultado claro debido a que el apoyo a tal o cual candidato puede no ser un voto conciente, sino más bien producto del bombardeo publicitario, o de tradición política del voto en el Paraguay.

En este trabajo se pretende identificar el grado de criticidad-acriticidad de los jóvenes sobre hechos concretos de la vida nacional, medir la inclinación ideológica de los mismos, medir el conocimiento y la valoración sobre las instituciones del Estado. Este conjunto de opiniones y comportamientos será relacionado con los canales de información al que se encuentra expuesto.

Para este análisis serán considerados dos aspectos dependientes; la actitud y el comportamiento, que si bien están interrelacionadas, son como dos aspectos de un mismo proceso de formación de opinión y comportamientos, la separación puede permitir una comprensión mayor.

Estas actitudes y comportamientos que serán denominados, conformación política, no están elaborados en función a una regla sino que son dinámicos, creadores y dialécticos, se desarrollan ante hechos, acontecimientos o análisis de la realidad objetiva y tienden a influir en ella, sea con la intención de transformarla o perpetuarla.

Se analizará la relación entre la configuración política, entiéndase como configuración política las actitudes, opiniones, manifestaciones, valores sociales, la criticidad hacia temas sensibles ya sean de índole cultural, religioso, económico del joven, y los canales de información al que se expone utilizando las categorías antes señaladas. Esta configuración será analizada en función a la simpatía política, afiliación, conocimiento de la realidad, valoración de las instituciones del estado y de las organizaciones sectoriales, de corrientes ideológicas como el neoliberalismo, socialismo, socialdemocracia, liberalismo, parlamentarismo, dictadura, etc.

Pero este sector no puede ser considerado simplemente como espectador de estos cambios. Si se consideran el bajo nivel organizativo y participativo dentro de la sociedad, la falta de concientización política y la cultura represiva del régimen anterior, se tiene que "el perfil del joven urbano organizado corresponde a un nivel educativo y socio-educativo superior al término medio"(Sottoli: 1990).

El sistema de gobierno del Gral. Stroessner restringió el espacio social de participación de la ciudadanía, utilizó la educación formal para el adoctrinamiento y los medios masivos para el mismo fin, repartió prebendas políticas, económicas y otros recursos que le permitieron formar una imagen de sociedad homogénea, armónica y en consenso. Este sistema se orientó a producir jóvenes acrícticos, apáticos, pasivos y desmovilizados. Sin embargo, jóvenes de diferentes sectores se organizaron en grupos de resistencia, los cuales, si bien sufrieron fuertes persecuciones y fueron objetos de la represión, tuvieron la capacidad de reorganizarse y volver a surgir con nuevas formas para movilizarse por cambios políticos en el país.

Los movimientos juveniles que alcanzaron mayores dimensiones organizativas en la década del 70-80, fueron el Movimiento Independiente y la Federación de Estudiantes Secundarios en el

caso estudiantil, la Juventud Obrera Católica y la Juventud Agraria Católica entre las campesinas, sólo por mencionar los más representativos. Estos grupos sufrieron una fuerte represión de sus cuadros organizativos en sucesivos episodios que se registran en la historia política de nuestro país (Yore: 1992).

Con el agotamiento y desgaste del régimen se producen y ensanchan los espacios para las demandas sociales, en ese momento surgen varias organizaciones sociales lideradas por jóvenes, el movimiento más resaltante constituyó el caso del Hospital de Clínicas que contó con la participación de jóvenes trabajadores, estudiantes y mujeres. A partir de este movimiento se produce la rearticulación de los grupos sociales y políticos con el fin de delinear sus luchas reivindicativas y democráticas.

Debe acotarse que la juventud organizada no es representativa de la juventud nacional, ésta es producto del sistema anteriormente vivido donde organizarse y participar de lo político estaba asociado más bien a lo político partidario, con una fuerte connotación negativa que hasta hoy es palpable.

La juventud organizada es principalmente urbana (62,4%) y la restante (37,6%) corresponde al área rural. De los jóvenes organizados el 72,8% tiene entre 15 y 19 años y el 27,2% cuenta con 20 a 24 años. Estas cifras fueron proporcionadas por la Encuesta Nacional de Juventud, que ofrece datos cuantitativos correspondientes a las características socio-demográficos de los jóvenes organizados. (Sottoli: 1990).

Para tener un marco de referencia de las preferencias organizativas de los jóvenes se puede señalar que las organizaciones juveniles que no sean de carácter políticos-partidarias ocupan el primer lugar dentro de las preferencias, debido principalmente a aspectos de la historia socio-política del país.

En orden de importancia se citan a continuación las preferencias organizativas de los jóvenes mencionados por Sottoli: instituciones religiosas católicas (43,1%), asociaciones estudiantiles (21,0%), clubes sociales y deportivos (18,1%), asociaciones políticas (8%), cooperativas (3,1%), grupos vecinales (1,3%) y el resto (8,6%) organizado en otros tipos de agrupaciones.

La juventud, a partir de febrero de 1989, empieza a adquirir un carácter diferente y contradictorio. Por un lado, las organizaciones gremiales pierden protagonismo e inclusive algunas de ellas desaparecen, hecho que podría deberse a que durante la dictadura muchas de ellas tenían como principal objetivo la lucha contra la dictadura y dejaron de lado la defensa de sus intereses sectoriales. Por otro, el protagonismo de los jóvenes en la escena política aumenta considerablemente, ya que se instauran las libertades políticas que posibilitaron mayores espacios de participación y organización, así como también luchas por reivindicaciones específicas, como por ejemplo el caso del Boleto Estudiantil. Para lograr una mejor aproximación de la participación política actual de la juventud, se puede señalar que del total de la población de Asunción entre 18 y 24 años, el 47,0% se encuentran habilitados para votar y que del total de los habilitados los jóvenes de esta franja etaria representan el 18.0%.

En el actual momento político, la juventud sigue siendo utilizada en los discursos de manera

demagógica ya que las acciones concretas que se orienten a otorgarle un espacio real dentro de la construcción de la sociedad ni siquiera se perfilan. La marginación de la juventud en el Paraguay puede ser confirmada al tener en cuenta el peso de la misma en los índices de desempleo, el alto grado de deserción escolar, el condicionante económico para acceder a espacios de recreación y expresiones artísticas. Esta marginación no sólo produce frustración personal y social, sino que adquiere respuestas perjudiciales para toda la sociedad, como la violencia juvenil, el aumento de la delincuencia, la adicción, la migración fuera de país (principalmente a Buenos Aires) entre otros.

El aspecto fundamental que se estudia es la forma, los mecanismos y los canales a que están expuestos los jóvenes para acceder a informaciones. Es decir, los agentes más importantes en la socialización del joven. En una sociedad y un mundo cada vez más entrelazados por los medios de información, que actúan como redes de enlace, es de suponer el rol preponderante que desarrollan en las interrelaciones que operan al interior de las sociedades "necesitadas" de informaciones. Por esta razón el "consumo" de informaciones motiva un análisis respecto al peso que ejerce sobre la población joven el hecho de dirigir sus "necesidades" hacia temas políticos y sexuales.

Las dimensiones que serán consideradas para analizar los impactos de los canales de información utilizados por la juventud son la política y la sexualidad. Se escogieron estas dos dimensiones por pertenecer a ámbitos diferentes, el primero a lo público y el segundo a lo privado. Se entiende que la comparación entre ellos puede aportar datos interesantes a fin de disponer de una mejor interpretación acerca del tema de la juventud (en este caso urbana) del país. En el Paraguay existen muy pocas publicaciones sobre el tema de juventud, recién a partir de 1985, en que las Naciones Unidas declaran al mismo como el Año Internacional de la Juventud, se realizan algunas investigaciones, la mayoría de ellas sobre la juventud universitaria ¹².

2.3 El debate actual sobre la sexualidad

Como todo acto humano, la sexualidad no escapa a la comunicación. Esta se da de un modo interactivo, es decir, cada individuo sobre su entorno y el entorno sobre cada individuo. Desde la infancia -etapa más fuerte de la socialización- se condiciona el desarrollo de las personas sobre pautas culturales establecidas, al mismo tiempo que la sociedad -vía el sistema educativo, la iglesia y los medios masivos- se encargan de "guiar" a los individuos dentro de los cánones establecidos. Por lo tanto, el ser hombre o mujer no depende exclusivamente de su genitalidad, implica adoptar roles impuestos por la sociedad. Dicho de otra manera, la sociedad nos enseña a "ser mujeres" o a "ser varones", por lo tanto, es una construcción social.

No puede obviarse que la sexualidad se desarrolla en el ámbito privado y público. La manera que las personas encaran lo sexual tiene mucho que ver con su socialización y con su experiencia individual, además de estar condicionada y provocada por el contexto socio-cultural y económico en el que se desarrolla.

¹² (Sottoli: 1990); (Sottoli: 1992)(Céspedes: 1986); (Ayala y Schwartzman: 1987); (Jiménez y Sottoli: 1990); (Caputo y Palau: 1992); (Jiménez y Sottoli: 1992a); (Jiménez y Sottoli: 1992b); (Jiménez y Sottoli: 1992c).

La sexualidad, por lo tanto, tiene implicancias más abarcales que el mero acto sexual en sí. El entender a la sexualidad simplemente en su aspecto reproductivo es lo comúnmente aceptado, no sólo dentro de la cultura cotidiana sino también a nivel gubernamental. Este último, por lo general se limita a diseñar políticas de población (si es que en el país puede hablarse de tales políticas) encarándolas desde el punto de vista demográfico para establecer equilibrios entre diferentes grupos poblacionales y a transmitir roles, pero no a impulsar un desarrollo integral del ser humano, teniendo en cuenta el aspecto global de la sexualidad más allá de lo reproductivo. Por lo tanto, la sexualidad -desde el otorgar roles específicos a hombres y mujeres hasta las políticas reproductivas- es un problema social y político, que no está desvinculado del problema del desarrollo del país. Ya que para que exista un desarrollo armónico entre las personas es fundamental que se mejore la calidad de vida.

A excepción de contados estudios¹³, el problema de la sexualidad, es un tema casi inexplorado en nuestro país, inclusive los datos sobre reproducción que se poseen no hacen referencia específica a la franja etaria y geográfica que se pretende investigar. Es por este motivo que en esta investigación, a pesar de estar concientes que la sexualidad va más allá del comportamiento puramente reproductivo, hay restricciones para analizarla en su aspecto global, por lo cual nos limitaremos a identificar los canales por medio de los cuales los jóvenes acceden a informaciones sobre lo sexual-reproductivo, teniendo en cuenta dos aspectos; las actitudes y el comportamiento.

La inexistencia de datos que hagan referencia al comportamiento sexual y reproductivo de la población joven de Asunción, como se señaló anteriormente, es otro de los indicadores de la poca importancia que los organismos gubernamentales y no gubernamentales otorgan a este sector de la población. De todos modos, se considera importante, aunque sólo sea como referencia, hacer mención a datos generales de la población del país.

Según el estudio publicado en 1992 (EFACIM):

- La paridez media aumenta con la edad a partir de los 20 años.
- Existe una débil relación inversa entre la fecundidad y el nivel de instrucción.
- La paridez media de las mujeres económicamente activas es levemente inferior a las inactivas en todos los grupos de edades.
- De la comparación de los promedios de hijos por mujer por grupos de edades de las mujeres de Asunción y de todo el país con las de áreas marginales de Asunción, se deduce que éstas son más precoces en cuanto a la fecundidad por contar con parideces más altas en las edades jóvenes.
- La población estudiada tiene un alto nivel de embarazos. De 6.6 embarazos por mujer, en tanto que la tasa global de pérdida es de tan sólo 0.8 pérdidas por mujer, hecho que estaría apuntando a un subregistro de la información.

En este estudio, realizado a 250 adolescentes embarazadas que acudieron a la Maternidad del Hospital de Clínicas, se señala asimismo que el problema de la fecundidad es de alta incidencia en el país. Se constata la tendencia a embarazos en edades cada vez más tempranas.

¹³ (Pantelides y Fogel, 1992), (CEPEP y DHS, 1991)

La problemática de la adolescente embarazada no se limita al aspecto de la salud, también deben ser considerados el aspecto psicológico, socio-económico y demográfico, así como también el hecho de que no sólo afecta a la embarazada sino también al hijo, al progenitor, a la familia y a la sociedad global. El porcentaje de nacimientos entre madres adolescentes casadas y no casadas está creciendo comparado con otros grupos de edades, así como también las relaciones sexuales y el crecimiento de embarazos premaritales entre adolescentes, según datos de el mismo estudio.

Según el mismo, en el período 1986-1991 se han atendido 4.131 casos de adolescentes (12 a 19 años), de los cuales el 74.1% (3062) culminaron en partos, el 9.1% (377) en abortos espontáneos y complicaciones de abortos provocados fuera de la Institución, englobándose en otras patologías obstétricas el 16.8% (692). El promedio dentro del período considerado es de 688 casos de adolescentes por año.

Resumiendo, de los datos obtenidos se tiene que el 58.8% de las adolescente inician su vida sexual antes de los 16 años, inclusive se han encontrado casos en que su primera relación la tuvieron a los 9 años. También han manifestado que la edad ideal de tener el primer hijo se encuentra entre los 21 y 24 años, pero la mayoría ha llegado a la maternidad antes de la edad mencionada. Así también, el 63,2% no desea tener más de dos hijos, el 22.0% de las adolescentes no han recibido información alguna sobre educación sexual, la mayoría desconoce la existencia de enfermedades venéreas y el 59.6% desconoce el período fértil de la mujer. (EFACIM: 1992).

Si se considera que el porcentaje de población joven es elevado y el número de mujeres en edad fértil seguirá creciendo en los próximos años, la inversión en educación sexual y una mayor asistencia a los programas de población tendrá efectos directos e inmediatos sobre los niveles de vida y las condiciones económicas de los habitantes del país.

Por lo expuesto, es necesario tener una visión global del problema de la sexualidad. Los datos que se pretende analizar permitirán una aproximación a esta realidad "tabú" en nuestra sociedad, de manera a debatir el tema y poder explorar las necesidades informativas y los canales utilizados. El papel que debería cumplir la comunicación, sea ésta a nivel de programas educativos como también de los canales comunicacionales, debe ayudar a paliar el déficit informativo que existe al respecto y que es una de las causas principales de embarazos no deseados, posibles abortos y propagación de enfermedades venéreas, así como también del SIDA. Lo anterior remite a la necesidad de identificar cuáles son los canales más utilizados para acceder a informaciones de esta índole, así como también cuáles son los desafíos informativos de cada uno de los canales.

En este estudio, se indagará la manera en que se conforman las actitudes y la manera en que éstas se expresan en las conductas sexuales del y la joven al estar expuestos a cada uno de los canales de información. Estas actitudes serán estudiadas en función a la posición que adopten ante las relaciones prematrimoniales, el aborto, la sexualidad, maternidad/paternidad adolescente, homosexualidad, lesbianismo, prostitución, SIDA, así como a su propio comportamiento sexual: iniciación sexual, vida sexual, práctica del aborto, anticonceptivos, etc.

3. Juventud y canales de información

3.1 Juventud y canales masivos

a. Exposición a los medios masivos

En términos generales puede afirmarse que los jóvenes de Asunción se encuentran bastante expuestos a los medios masivos de información, preferentemente a la televisión y a la radio, como puede observarse en el Cuadro 1. Sin embargo, la cantidad de jóvenes que lee los medios escritos -diarios y semanarios- es menor frente al medio audio-visual y auditivo como lo son la televisión y la radio respectivamente.

Cuadro 1. Exposición a los medios masivos de información

	Se exponen	No se exponen
Televisión	95.1	3.7
Radios	90.2	9.8
Diarios	64.8	36.2
Semanarios	45.0	55.5

Se puede observar que la juventud de Asunción utiliza en un gran porcentaje la prensa escrita para informarse, es así que el 64.8% de la gente joven lee algún diario durante la semana. Se observa que la mayoría los leen de 3 a 5 veces a la semana y el 36.2% afirma no leer ningún diario (Ver Cuadro 2). Esta porción de gente joven que no leen, en parte se explica por las preferencias que los jóvenes manifiestan hacia medios informativos como la radio y la televisión visto en el Cuadro anterior.

Cuadro 2. Lectura semanal de diarios según sexo

1 ó 2 veces	71	19.8
de 3 a 5 veces	102	24.9
6 ó 7 veces	78	19.1
No lee	148	36.2
TOTAL	409	100.0

No existen diferencias significativas en el hábito de lectura según el sexo del joven. Teniendo en cuenta los rangos de edades se observan comportamientos dispares entre aquellos que leen diarios. Es así que los jóvenes entre 15 y 17 años leen en su mayoría 1 a 2 veces por semana, los de 18 a 21 años 6 a 7 veces y los de 22 a 25 años de 3 a 5 veces, tenemos así que los del segundo rango son los que más se informan a través de este medio.

Puede observarse que existe una relación directa entre el nivel de instrucción, el nivel socio económico y la lectura de diarios. Es así que las personas con nivel socioeconómico bajo y nivel de instrucción primario son quienes menos leen diarios y cuando lo hacen es una o dos veces a la semana en su mayoría. Por otro lado, puede señalarse que los periódicos más leídos son el Diario

Noticias y ABC Color, mientras que el menos lo es Patria (vocero oficial del Partido Colorado), (Ver Cuadro 3).

Cuadro 3. Preferencia de lectura

Veces a la semana	ABC	Noticias	UH	Hoy	Patria
1	4.4	6.1	2.4	2.0	0.5
2	6.4	6.1	1.7	1.7	0.0
3	6.8	7.8	3.9	0.2	0.0
4	5.4	3.7	2.2	1.7	0.5
5	2.7	4.4	4.4	1.0	0.2
6	2.9	2.4	6.4	1.0	0.0
7	7.6	10.0	1.0	1.2	0.0
No le	63.8	59.4	78.0	91.2	98.8

Para analizar este ítem los semanarios fueron agrupados en dos categorías según el tipo de información que contienen. Conviene señalar que los semanarios Crónica y Aquí se diferencian de Tiempo 14 y La Opinión en el tipo de información que traen. Mientras que los primeros son exclusivamente de corte policial, con muchas fotografías y fotos de mujeres semidesnudas o desnudas; los segundos, son de carácter más informativos e inclusive de análisis. La mayoría de los consultados no lee ningún semanario, y entre los tipos de semanarios no existe una diferencia de preferencias significativa (Ver Cuadro 4).

Cuadro 4. Lectura de Semanarios

T14/La opinión	88	21.5
Crónica/Aquí	96	23.5
NO LEE	225	55.0
TOTAL	409	100.0

No existen diferencias en la relación entre el sexo del joven y la lectura de semanarios, es así que mientras el 52.6% de los varones no los leen, el 57.1% de las mujeres lo leen. Al considerarse los rangos de edades se tiene que los mayores de 22 años son quienes más leen semanarios, entre las personas de 15 a 17, la mayoría lee Crónica o Aquí, mientras que los pertenecientes a los rangos de mayores edades prefieren Tiempo 14 o La Opinión.

La misma tendencia señalada en relación a la lectura de diarios según el nivel educativo y el socioeconómico se repite en el caso de los semanarios, inclusive de manera mucho más significativa. Esta relación también se encuentra presente en el tipo de semanario, los de nivel educativo inferior prefieren Crónica o Aquí, mientras que los de educación superior prefieren Tiempo 14 o La Opinión.

Cuadro 5. Lectura mensual de semanarios

	Tiempo 14	La opinión	Crónica	Aquí
1	4.2	4.2	5.9	2.2
2	5.4	2.7	3.9	1.0
3	3.7	2.4	3.7	0.2
4	7.1	3.7	7.8	1.7
No lee	79.7	87.0	78.7	94.9

Los jóvenes estudiados, escuchan casi en su totalidad (87.8%) preferentemente radioemisoras FM, sólo el 2.4% escucha AM y prácticamente el 10% no escucha ninguna radioemisora. Se nota una leve tendencia de que las mujeres escuchen más la radio que los varones. Sólo el 8.3% de las mujeres no escuchan radio frente al 11.5% de los hombres.

Cuadro 6. Exposición a las radios

Radios FM	359	87.8
Radios AM	10	2.4
No escucha	40	9.8
Total	409	100.0

Los jóvenes entre 15 y 17 años son quienes más escuchan radio, y fundamentalmente las FM. Entre los jóvenes de 18 a 21 y de 22 a 25 la única diferencia es que los mayores son quienes más escuchan radioemisoras FM. Existe una relación inversa entre el nivel educativo y la exposición a la radio. No hay diferencias por clase social ni por actividad.

Cuadro 7. Preferencia de radioemisoras

	%
Cardinal FM	15.2
Canal 100 FM	14.7
Venus FM	13.7
Yacyreta FM	12.2
Ysapy FM	7.8
Otras FM(12)	24.0
Radios AM	2.4
No escucha	9.8
Total	100.0

En relación a la televisión, se notó que los varones manifiestan que prefieren informarse más a través de la televisión que las mujeres, ya que al comparar, las mujeres que no se informan a través de la televisión alcanza el 5.5%, mientras que sólo el 1.6% de los varones no se informan a través de dicho medio. No se perciben diferencias por nivel educativo y/o por clase social. (Ver Cuadro 8).

Cuadro 8. Exposición a la Televisión

	%
Ve	95.1
No ve	3.7
NS/NC	1.2
Total	100.0

Los jóvenes de Asunción prefieren más las revistas de historietas, deportivas, moda y variedades, frente a los demás productos culturales. Tal es así que el cine es uno de los productos que menos consume el joven de Asunción, lo que podría explicarse por el alto costo de las entradas y por la cantidad de casas de video que ofrecen variadas opciones de películas, tendencia que puede corroborarse con la lectura del Cuadro 9.

Cuadro 9. Consumo de productos culturales

	Sí	No
Revistas	56.5	43.5
Videos	46.5	53.5
Conciertos	34.2	65.8
Libros	33.3	66.7
Teatro	30.1	69.9
Cine	17.4	82.6

No se encuentran diferencias de consumo de revistas teniendo en cuenta el sexo del encuestado, los que menos leen revistas son los mayores de 22 años y los que más leen pertenecen a la clase media y alta. Ahora bien, tomando en cuenta la actividad del joven, tenemos que la lectura de revistas es alto en los jóvenes que estudian y trabajan, pero aquel joven que solo trabaja se nota que es el que menos lee.

El joven que sólo estudia, lee revista en un 55.6% frente a un 44.4% que no lo hace. El mismo caso se da con el joven que trabaja y estudia, ya que el 69.2% de los mismos dicen leer alguna revista frente a un 30.8% que no lo hace. Y en el caso del joven que solo trabaja el 43.0% de los mismos leen y el 57.0% no lee ningún tipo de revista. Las personas que más ven video son los hombres, como así también los más jóvenes, con nivel educativo alto y socioeconómico medio. Por otro lado, las personas más jóvenes, con nivel educativo secundario y clase alta son quienes más asisten a conciertos musicales.

La lectura de libros es preferentemente realizada por las mujeres y los jóvenes entre 22 y 25 años, de mayor nivel educativo y socioeconómico. Existe una leve tendencia que indica que las mujeres son quienes más asisten al cine, como así también la gente joven que cuenta entre 22 a 25 años. No existen diferencias si se toma en cuenta el nivel educativo de los mismos, pero los jóvenes que pertenecen a la clase alta son quienes más acuden a las salas de cine. En relación al teatro, de nuevo, son las mujeres las que más van a este tipo de espectáculo. Las mismas son mujeres jóvenes menores de 21 años, con nivel educativo alto y de clase media y alta.

b. Tipo de información que consumen los jóvenes

Se puede inferir de los datos que se presentan en el Cuadro 10, que las secciones de los diarios preferidas por los jóvenes de Asunción son aquellas que no ofrecen informaciones sobre la situación del país. En los primeros lugares de preferencia se encuentran las secciones de chistes/horóscopos que son leídas por el 46.9% de los jóvenes, seguida por la de deportes 45.7%, artes/espectáculos en un 45.5% y por último sociales/moda en un 43.0%.

Las noticias sobre problemas sociales ocupan un 38.4% de las preferencias de lectura del joven, luego con un 36.7% la de política, economía con un 32.5%, artículos de opinión 29.1%. Observando los datos que corresponden a los jóvenes que no leen, tenemos que la sección menos leída son los artículos de opinión (70.9%) y otras secciones (70.2%).

Cuadro 10. Secciones de los diarios que leen los jóvenes

Secciones	Lee	No lee
Chistes/horos.	46.9	53.1
Deporte	45.7	54.3
Artes/Espect.	45.5	54.5
Sociales/Moda	43.0	57.0
Probl.Sociales	38.4	61.6
Política	36.7	63.3
Economía	32.5	67.5
Art Opinión	29.1	70.9

En lo que se refiere a la sección política, se obtuvo que un 67.5% de los jóvenes no leen temas económicos, tampoco leen (en un 63.3% y 61.5%) sobre temas políticos y problemas sociales. Frente a los demás datos estadísticos se notó que contamos que las secciones de chistes/horóscopos no son leídas por el 53.1%, mientras que los temas deportivos por un 54.3%, artes/espectáculos en un 54.4%.

Si se agrupan las secciones en dos categorías, de acuerdo al tipo de información que proporcionan, de un lado aquellas que cumplen un rol más informativo (Problemas sociales, Política, Economía, Art.de opinión y editorial) y, por otro, aquellas que más bien podrían ser consideradas de entretenimiento (chistes/horóscopo, deporte, artes/espectáculos y sociales/moda) se tiene que cuanto mayor la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico del joven mayor la preferencia por la lectura de las secciones más informativas, así como también, los que solo trabajan son los que menos leen estas secciones.

En lo que se refiere a los suplementos, los más leídos son los dominicales 52.1% frente a un 57.7% que no lo hacen. El otro suplemento preferido para la lectura es el de arte/espectáculo con un 42.3% y los que no lo leen son el 57.7%. En el mismo orden de preferencia se tiene que tanto el suplemento femenino y el deportivo tienen los mismos porcentajes de lectores. Por otro lado, otros suplementos (como el Rural, Empresarial e Informática) son leídos por el 34.0% de los jóvenes, el suplemento económico lo lee el 32.3%. El suplemento menos leído es el de cocina 29.8%.

Cuadro 11. Suplementos de Diarios

Suplementos	Lee	No lee
Dominicales	52.1	47.9
Artes/Espec	42.3	57.7
Deportivo	41.1	58.9
Femenino	41.1	58.9
Rural/empre/in	34.0	66.0
Económico	32.3	67.7
Cocina	29.8	70.2

Analizando los suplementos, desde el punto de vista de los objetivos de este estudio, se tiene que el suplemento de Artes y Espectáculos es preferentemente leído por los jóvenes de 18 a 25 años, por los de mayor nivel educativo y nivel socioeconómico. Los suplementos dominicales son leídos prácticamente en igual porcentaje por varones y mujeres, no se encuentran diferencias por rangos de edades, pero al compararse con el nivel educativo se encuentra que los de nivel secundario y universitario son quienes más afirman leerlo. Así también, en cuanto mayor es el nivel socioeconómico mayor la lectura de los suplementos dominicales.

El 64.9% de las mujeres leen el suplemento femenino, mientras que sólo el 30.7% de los varones admitieron hacerlo, igualmente las personas de 22 a 25 años, las de mayor nivel educativo y socioeconómico son quienes más lo leen. Los suplementos Rural, de Informática y Empresarial son leídos preferentemente por los varones, aunque debe señalarse que la diferencia no es muy grande (30.9% de las mujeres frente al 37.5% de los varones). Por otro lado, cuanto mayor la edad, el nivel educativo y el socioeconómico mayor la lectura de este tipo de suplemento. Se da el mismo comportamiento en relación al suplemento económico.

Se puede observar que los espacios periodísticos sobre el tema de la sexualidad, en relación a otras secciones y suplementos de la prensa escrita, capta el interés de mayor cantidad de jóvenes, ya que un 57.7% de los mismos han respondido que los leen, esto indica que la sexualidad es un área de interés por parte del joven. Sólo el 43.0% de los jóvenes manifestaron no hacerlo. Este dato es el más elevado de respuesta positiva hacia los diversos temas que se enfocaron en la elaboración del cuestionario.

Cuadro 12. Lectura de notas sobre sexualidad

Sí	233	57.0
No	176	43.0
Total	409	100.0

Mientras que el 58.1% de las mujeres afirmaron leer este tipo de notas, un porcentaje similar (55.2%) de varones también lo hizo. Por otro lado, cuanto mayor la edad, el nivel educativo y el socioeconómico, mayor la preferencia por leer este tipo de informaciones. El 63.8% de la gente joven que solamente estudia, afirma leer artículos sobre sexualidad. Este dato tiene una tendencia declinante frente a los jóvenes que dividen su tiempo entre el estudio y el trabajo, ya que un 56.6% indicaron leer artículos sobre este tema y el joven que sólo trabaja dirige su atención sólo en un

46.1% para informarse sobre artículos con temas sexuales.

Al indagar los motivos por los cuales el joven ve la televisión, se tiene que un 60.9% de los jóvenes ven televisión tanto para recibir información como para entretenerse. El 22.2% de los mismos responden que sólo ven para entretenerse y un 12.0% sólo lo hace para informarse. Se puede constatar que en Asunción la mayoría de los jóvenes se exponen al aparato de TV, ya que los datos indican que tan solo el 3.7% de la gente joven no ve televisión.

Cuadro 13. Motivos por el que ve televisión

Entretención	91	22.2
Información	49	12.0
Ambos	249	60.9
No ve TV	15	3.7
NS/NC	5	1.2
Total	409	100.0

Una diferencia importante que se encontró es que mientras las mujeres son quienes afirman ver la televisión por ambos motivos (64.5%), los que afirman hacerlo sólo por uno de ellos (informarse o entretenerse) son en su mayoría varones. Este dato hace suponer que los jóvenes varones están más interesados en recibir informaciones a través de este medio. Por otro lado, las mujeres son las que más se exponen a la televisión, ya que el 53.9% de las mismas así lo señaló, frente al 46.1% de los varones.

En lo que se refiere a los programas que eligen los jóvenes, se tiene que los de mayor aceptación son aquellos que presentan temas musicales y variedades (50.4%). Un 35.5% de los mismos prefieren programas netamente musicales. Los programas que emiten solo informaciones cuentan con bajísima aceptación por parte de la juventud (2.0%) y prácticamente es nula la inclinación hacia noticieros (0.5%). Lo llamativo es la baja preferencia de los jóvenes hacia programas deportivos (0.5%).

Cuadro 14. Programa de radio que escucha

Musicales	145	35.5
Musicales/ variedades	206	50.4
Informativo	8	2.0
Noticiero	2	0.5
Deportivos	2	0.5
Otros	3	0.7
NR	43	10.5
Total	409	100.0

Los programas musicales y de variedades son escuchados por radio prácticamente por el mismo porcentaje de hombres y de mujeres. Los jóvenes de 15 a 17 años y los de nivel educativo primario escuchan casi en un 100% solo este tipo de programación, mientras que los de mayor edad y con niveles educativos medio o alto son los que optan, aunque sea en pequeños porcentajes, por

programas de otro tipo como ser informativos, noticieros, etc. No se encuentran preferencias distintas en los programas de radio teniendo en cuenta el nivel socioeconómico de los entrevistados.

Cuando se le pregunta específicamente al joven si es que escucha algún programa que enfoque problemas sociales los mismos manifiestan escucharlos en un 55.7%, mientras que un 44.3% no oyen ningún programa sobre problemas sociales. Estos datos son explicables ya que se puede notar que el joven prefiere radioemisoras FM que son eminentemente musicales. Aquí es oportuno señalar que el punto anterior hacía referencia al programa que más prefieren, por lo que se debe deducir que los programas de carácter más informativo son escuchado en segundo lugar.

Cuadro 15. Programa radial s/prob. Sociales

Sí	228	55.7
No	181	44.3
Total	409	100.0

Los jóvenes de 22 a 25 años y los de nivel educativo secundario o universitario son quienes más escuchan este tipo de programas. Y un hecho significativo de mencionar es que cuanto menor el nivel socioeconómico mayor la audición de programas radiales sobre problemas del país.

Los jóvenes prefieren informarse a través de la televisión (71.9%) antes que por la radio como muestra Cuadro 16. Sólo el 28.1% de los mismos no se informan a través de este medio. Estos datos confirmar, al menos que en Asunción, que los jóvenes prefieren el lenguaje audio/visual antes que los demás. Las personas de mayor edad y de mayor nivel educativo son quienes más ven este tipo de programas.

Cuadro 16. Programa periodístico en TV

Sí	294	71.9
No	115	28.1
Total	409	100.0

3.2 Juventud y Canales institucionales

a. Tipo de colegio y educación recibida

En primer lugar, se puede señalar que el 65.0% de los encuestados asiste o asistió a centros de enseñanza de carácter público mixto, seguido de un 11.7% de centros educativos no mixtos y muy por debajo se encuentra la asistencia por parte de los jóvenes a colegios privados en comparación con los colegios públicos. En el caso de los centros de enseñanza privada los colegios laicos mixtos tienen un 10.0% de asistencia frente a un 6.8% por parte de los colegios religiosos mixtos tienen un 3.9% de asistencia a colegios religiosos no mixtos y tan sólo un 2% de asistencia a colegios laicos no mixtos. Las personas con mayor nivel de escolaridad estuvieron en colegios privados, lo cual está directamente relacionado al nivel socioeconómico. La gran mayoría de los

jóvenes que solamente trabajan provienen de instituciones educativas públicas.

La educación sobre temas políticos, está constituida básicamente por el conocimiento de la realidad. A partir de los datos recogidos, se puede afirmar que la misma es impartida muy pobremente en los colegios, ya que apenas el 45% recibió educación cívica, el 36.2% de los jóvenes tuvo encuentros con candidatos a la presidencia de la República y un porcentaje similar (el 36.2%) de los jóvenes encuestados respondieron que no recibió ningún tipo de charlas sobre educación cívica, problemas sociales, charlas con candidatos.

Cuadro 17. Tipo de educación política recibida en el colegio

	Recibió	No recibió
Problema	36.2	63.8
Ed. Cívica	45.0	55.0
Charlas c/candidatos	3.4	96.6
Ninguna	36.2	63.8

En cuanto a si han recibido algún tipo de educación o información sexual en el colegio, el 13.9% afirmó no haberla recibido. El tema principal enfocado en las instituciones, en la gran mayoría de los casos, es sobre el aborto y los cambios del cuerpo, mientras que orientaciones sobre el uso de anticonceptivos, informaciones sobre el SIDA en ningún caso alcanzan el 18.0%. Por lo general, las mujeres respondieron tener menos educación sexual en el colegio que los varones, y en su gran mayoría son preferentemente los varones quienes tienen algún conocimiento sobre anticonceptivos y el SIDA. Los jóvenes de nivel socioeconómico bajo son quienes recibieron menor educación sexual.

Cuadro 18. Tipo de educación sexual recibida en el colegio

	Recibió	No recibió
Cuerpo	66.0	34.0
Aborto	67.0	33.0
Anticonceptivos	10.8	89.2
Sida	17.4	82.6
Ninguna	13.7	86.3

Es importante señalar que en los colegios públicos mixtos es donde menos se imparte educación sexual a sus alumnos y donde se da menos educación política.

b. Religión, información política y sexual

La mayor parte de los encuestados (80.4%) manifestaron ser católicos, el 4.4% aducen otra religión y el 14.7% respondió no profesar ninguna creencia religiosa. Esta última cifra es sumamente interesante teniendo en cuenta la tradición religiosa de nuestra sociedad y que la religión católica hasta 1.992 fue la religión oficial del país.

Pudo notarse que en las mujeres se da una mayor creencia religiosa, es así que mientras el 83.9% se declara católica, sólo el 76.6% de los varones también lo hace. Por otro lado, mientras que el 11.1% de las mujeres afirman no tener ninguna religión, el 18.8% de los varones responden de la misma manera. Considerando los diferentes grupos de edades considerados, se encontró que los jóvenes entre 22 y 25 años son quienes mayoritariamente se declaran no católicos. Mientras que 14.9% de los de 15 a 17 años y el 12.3% de 18 a 21 años se declaran no católicos, el 17.7% de los de 22 a 25 años afirman no tener ninguna religión.

Al ser considerado el nivel educativo, se obtuvo que cuanto mayor el nivel de instrucción mayor la adhesión a la religión católica y cuando menor el nivel de instrucción menor la creencia en esta religión. El mismo comportamiento se da teniendo en cuenta el nivel socioeconómico, cuando mayor capacidad económica mayor adhesión a la religión católica. Un indicador utilizado para medir el grado de práctica religiosa fue la asistencia a misa, ya que este ritual es uno de los más importantes dentro de la religión profesada por la mayoría. Se pudo observar que sólo el 15.6% no asiste a misa, porcentaje muy similar a aquellos que declararon no tener ninguna religión.

Otro indicador utilizado para lograr una aproximación a la vinculación existente entre la iglesia y los jóvenes, fue la participación de los mismos en algún grupo o movimiento de carácter religioso. Ante esta consulta se obtuvo que el 90.2% no participa en ningún movimiento o grupo de este tipo. De los que dijeron participar, el 4.6% lo hace en grupos parroquiales, el 3.9% en movimientos religiosos y 1.2% en grupos no católicos.

El 68.4% de los jóvenes que participan en grupos de parroquias no recibieron ningún tipo de orientación política, mientras que el 10.5% recibió alguna sobre problemas del país y en igual porcentaje sobre educación cívica. Solo el 5.3% de jóvenes afirmaron haber tenido charlas con candidatos u otras charlas que hagan referencia a la realidad del país. El 56.3% de aquellos que participan en movimientos religiosos tampoco recibieron ninguna charla sobre aspectos políticos del país, el 37.5% recibió información sobre problemas del país y sólo el 6.3% de educación cívica.

La educación de tipo sexual recibida de la iglesia prácticamente no difiere entre grupos parroquiales o movimientos religiosos. En ambos casos, las charlas sobre aborto ocupan el primer lugar, sobre cambios del cuerpo el segundo y sobre enfermedades (venéreas o SIDA) el último.

3.3 Juventud y Canales Interpersonales

a. El joven y su familia

En relación al entorno inmediato del joven, es decir, con quien vive, se obtuvo que porcentuadamente se ubica en primer lugar a aquellos jóvenes que viven con ambos padres, el 68.7%. El resto de los jóvenes vive; el 9.0% con uno de los padres, el 7.3% con su pareja, el 7.1% con otro pariente, el 4.2% vive solo, un 2.4% con amigos y el resto de los jóvenes no respondieron. Teniendo en cuenta el sexo de los jóvenes, es importante señalar que el 72.4% de las mujeres viven con sus padres, mientras que sólo el 64.6% de los varones aún continúan viviendo con su familia.

Aquellos que afirmaron vivir solos o con amigos/as son en su mayoría varones, siendo las mujeres quienes más respondieron vivir con su pareja. Asimismo, los más jóvenes son quienes viven con sus padres, existiendo una tendencia a que los de mayor edad sean los que más viven solos, con la pareja o con amigos/as. Los jóvenes de mayor nivel educativo son quienes más viven con sus padres y los que sólo hicieron la primaria viven con otros parientes o solos. El mismo comportamiento se da teniendo en cuenta el nivel socioeconómico.

Cuadro 19. Con quien vive

Ambos padres	281	68.7
Uno de los padres	37	9.0
Otro pariente	29	7.1
Solo	17	4.2
Pareja	30	7.3
Amigos/as	10	2.4
NS/NR	5	1.2
Total	409	100.0

La mayor parte de la juventud asuncena mantiene una conversación fluida dentro del núcleo familiar, ya que un 36.4% de los mismos conversan más de 2 veces a la semana con sus familiares. Es así que, el 15.9% de los encuestados señalan que conversan por lo menos 2 veces a la semana y el 20.3% indican que lo hacen por lo menos una vez al mes.

Cuadro 20. Frecuencia de conversación con la familia

	N°	%
Ninguna	5	1.2
Por lo menos 1 al mes	83	20.3
Por lo menos 2 semanal	65	15.9
Más de 2 a la semana	149	36.4
NR	107	26.2
Total	409	100.0

Existe una pequeña diferencia entre la frecuencia de conversación de las mujeres y los varones, mientras las primeras conversan en promedio 13.1 veces al mes, los varones lo hacen 12.7 veces. Si se tiene en cuenta los grupos de edades se observa que el promedio de conversaciones con la familia es el siguiente: los de 15 a 17 años 11.8 veces, los de 18 a 21 años 13.7 y los de 22 a 25 12.9 veces al mes. Al tener en cuenta el nivel educativo se observa que los de primaria lo hacen en promedio 2 veces al mes, los de secundaria incompleta 12.0 veces, los de secundaria completa 13.1 y los de universitaria 15.4 veces al mes en promedio. Es decir, cuanto mayor es el nivel educativo mayor es la frecuencia de conversación con la familia.

Los temas que tocan los jóvenes con sus familiares son principalmente de índole personal y familiar con un 53.3% y 40.6% respectivamente. Se puede apreciar que prácticamente no se conversa al interior del núcleo familiar sobre problemas del país, ya que sólo el 2.0% de los jóvenes lo hacen con la familia.

Cuadro 21. Temas de conversación con la familia

	Nº	%
Problemas personales	218	53.3
Problemas familiares	127	31.1
Problemas del país	8	2.0
Varios	11	2.7
NS/NR	45	11.0
Total	409	100.0

La única diferencia que se observa teniendo en cuenta el sexo, es que son las mujeres quienes mas conversan sobre los problemas familiares con su familia y que los varones son quienes mas se negaron a responder. Los jóvenes universitarios son quienes más conversan sobre los problemas del país con su familia.

Los datos que se obtienen del siguiente Cuadro indican que existe relación entre el tema de conversación del joven y con quien conversa, ya que un 42.1% de los mismos lo hacen con los padres. Un 27.4% de los jóvenes privilegian a su amigo/a. También un 13.4% manifiesta hacerlo con su pareja y un 6.1% con algún hermano/a. A simple vista se percibe una alta conversación entre padres e hijos, esto más bien podría responder a ciertas normas ideales que a las reales, pero es posible que los temas de conversación sean sobre problemas cotidianos como exámenes, conversaciones y/o problemas de amigos, entre otros.

Cuadro 22. Persona con quien conversa sobre sus problemas

	Nº	%
Padre/madre	172	42.1
Hermanos/as	25	6.1
Otro pariente	8	2.0
Amigo/a	112	27.4
Pareja	55	13.4
Otros	5	1.2
NS/NC	32	7.8
Total	409	100.0

Mientras que las mujeres afirman conversar más con sus padres, los varones señalaron hacerlo tanto con la familia como con los amigos. Los más jóvenes son quienes señalaron dialogar más sobre sus problemas con sus padres, siendo los de 22 a 25 años quienes más lo hacen con los amigos o la pareja y, finalmente, las personas de mayor nivel socioeconómico son quienes indican conversar más con los padres, mientras que un porcentaje importante de los menos privilegiados económicamente afirman hacerlo con los amigos y con la pareja.

Estos dos aspectos son esenciales dentro de esta tesina. Se puede observar que los jóvenes de Asunción privilegian a los amigos en primer lugar para conversar sobre estos dos temas. Un 38.9% de la gente joven prefiere hablar con los amigos sobre política y un 47.4% hablan con ellos sobre sexualidad. Encarar estos dos temas con la familia implica falta de confianza, ya que sólo un 15.9% de los mismos dialogan con sus padres sobre sexualidad y un 25.7% sobre política. Otro voto

de confianza por parte de los jóvenes sobre estos dos temas son hacia la pareja con un 20.3% para dialogar sobre sexualidad y 11.5% sobre política.

Cuadro 23. Persona con la que más conversa sobre

	Política		Sexualidad	
	Nº	%	Nº	%
Padre/madre	105	25.7	65	15.9
Hermanos/as	13	3.2	16	3.9
Otro pariente	9	2.2	5	1.2
Amigo/a	159	38.9	194	47.4
Pareja	47	11.5	83	20.3
Otros	3	0.7	10	2.4
NS/NC	73	17.8	36	8.8
Total	409	100.0	409	100.0

Sobre política son las mujeres quienes más conversan con su padres (30.4%), mientras que sólo el 20.3% de los varones lo hacen. Con los amigos, sin embargo, el 46.4% de los varones conversan sobre este tema, mientras que sólo el 32.3% de las mujeres lo hacen. Así también, es importante señalar que el 19.4% de las mujeres no conversan con nadie sobre política, porcentaje mayor pero no muy diferente al de los varones (16.1%). Existe una relación directa entre las personas con quienes los jóvenes prefieren hablar sobre política, en especial cuando se tiene en cuenta la edad del mismo. Mientras que los más jóvenes tienden a hacerlo con la familia, a medida que aumenta la edad tienden a hacerlo con los amigos y con la pareja. Ocurre lo mismo si se toma en cuenta el nivel educativo y el socioeconómico, cuanto mayores sean los jóvenes, mayor la tendencia a conversar con la familia.

Con relación a temas sobre sexualidad, la gran mayoría de los jóvenes de ambos sexos tienen mayor comunicación con los amigos/as y con la pareja, quedando la familia un poco más relegada sobre todo en el caso de los varones. Es importante señalar que el 11.5% de las mujeres no conversan con nadie sobre sexualidad frente al 5.7% de los varones. Cuanto menor la edad del joven, la conversación sobre sexualidad con la familia y con amigos es mayor, a medida que aumenta la edad también aumenta la tendencia a conversar más con la pareja. Los jóvenes pertenecientes a nivel socioeconómico alto conversan preferentemente con la familia o con amigos/as, mientras que los de nivel socioeconómico bajo y medio se inclinan más a conversar con amigos/as y con la pareja, cabe señalar sin embargo, que un porcentaje importante (18.6%) de los de nivel medio charlan con sus padres.

b. El joven y el relacionamiento de pareja

Un 28.6% de los jóvenes mantiene una relación de pareja formal y un 22.7% dice tener una pareja informal, 39.4% de los mismos no tienen pareja y un 6.1% está casado.

Cuadro 24. Relación de pareja

Novio/a formal	117	28.6
Novio/a informal	93	22.7
Casado/a	25	6.1
Separado/a	1	0.2
Unido/a	12	2.9
No	161	39.4
Total	409	100.0

La mayoría de los jóvenes de ambos sexos señalaron no mantener ninguna relación de pareja, sin embargo, entre los que la tienen, el porcentaje más elevado señaló tener novio/a formal. Los varones son quienes más señalaron mantener relaciones informales. Como es de esperar, cuanto mayor la edad, mayor la tendencia a mantener relaciones de pareja, es importante señalar que el 14.6% de los de 22 a 25 años están casados y que el 31.6% de los jóvenes de 15 a 17 afirmaron tener novio/a informal.

c. Participación gremial y política

La conciencia organizacional es baja en los jóvenes ya que un 84.6% de los mismos no activan en ningún tipo de organización. El porcentaje más alto de participación se da en los llamados centro de estudiantes con un 9.8% y sólo un 2.7% participa en algún grupo cultural. Casi el mismo porcentaje (2.4%) integra alguna comisión vecinal.

Cuadro 25. Participación en Organizaciones Gremiales

	Nº	%
Centro de Estudiante	40	9.8
Grupo Cultura	11	2.7
Comisión Vecinal	10	2.4
Otro	2	0.5
No	346	84.6
Total	409	100.0

El nivel de participación de los jóvenes, sean estos mujeres o varones, se da principalmente en los Centros de Estudiantes, así lo señaló el 9.8% de los mismos. Aunque es muy baja la actividad en organizaciones gremiales por parte de ambos sexos, por pequeño margen los varones participan más que las mujeres, siendo aún más las diferencias cuando se ve que los varones participan más en grupos culturales (3.6%) que las mujeres (1.8%).

Cuando más joven y mayor el nivel educativo la participación es mayor en Centros de Estudiantes y grupos culturales, mientras que los que tienen entre 22 y 25 años participan más en comisiones vecinales. Los jóvenes pertenecientes a la clase alta, desarrollan actividades gremiales solamente en los centros de estudiantes, mientras que la gente joven de clase media participa más en grupos culturales y, finalmente, los de clase baja se integran en organizaciones vecinales.

Los datos del Cuadro anterior marcan una diferencia con respecto al del organización gremial, ya que en el anterior se señalaba la baja participación gremial, se observa comparativamente hablando una participación mayor. Un 76.5% de los jóvenes no participan en ninguna agrupación política. Los demás jóvenes responden de la siguiente manera: 11.0% participa en el Encuentro Nacional, 7.3% en el Partido Liberal Radical Auténtico y por último con un 5.1% en el Partido Colorado.

Cuadro 26. Participación en Organizaciones Políticas

	N°	%
ANR	21	5.1
PLRA	30	7.3
EN	45	11.0
NO	313	76.5
Total	409	100.0

Cuanto mayor es la edad, mayor es la participación política. La mayoría de los jóvenes que participan en algún partido o movimiento político han terminado la secundaria. Teniendo en cuenta el nivel socioeconómico, se puede señalar que los jóvenes pertenecientes a la clase baja y media son quienes tienen un nivel más alto de participación política.

El 52.3% de los jóvenes no votaron en las últimas elecciones. De los que votaron, el 20.8% lo hizo por el Encuentro Nacional, 12.5% por el PLRA y un 10.8% por el Partido Colorado. Como se ve, el Encuentro Nacional encabeza las preferencias juveniles en lo que respecta al tema político.

Cuadro 27. Votación en las últimas elecciones

	N°	%
ANR	44	10.8
PLRA	51	12.5
EN	85	20.8
OTRO	3	0.7
NO	214	52.3
NR	12	2.9
Total	409	100.0

El 45.9% de los jóvenes de 18 a 21 años no votaron en las últimas elecciones, mientras que el 25.0% de los que votaron lo hicieron por el Encuentro Nacional, el 16.3% a la ANR y el 11.6% al PLRA. El comportamiento de los jóvenes de 22 a 25 años fue el siguiente: el 24.4% no votó, el 31.7% votó al Encuentro Nacional, el 24.4% al PLRA y el 13% al Partido Colorado.

Según el nivel educativo puede observarse que los jóvenes de menor nivel educativo son los que menos votaron. Por otro lado, no se encuentran relaciones significativas entre el nivel educativo del joven y su opción electoral. Los de nivel socioeconómico bajo son los que más participaron en las últimas elecciones. Ahora bien, los jóvenes de nivel alto son quienes menos votaron a la ANR, los de nivel bajo lo hicieron a favor del PLRA o del Encuentro Nacional, mientras que los

pertenecientes al nivel medio depositaron su voto en el PLRA o al Partido Colorado.

La participación juvenil en manifestaciones callejeras es baja, 77.8% de los mismos no participó en ninguna. La mayor participación se dio en el ámbito de las campañas electorales en las últimas elecciones con un 13.7%. En lo que respecta a reivindicaciones puntuales, ya sean sociales o político-partidarias, la participación no se da de manera masiva.

Cuadro 28. Ultima manifestación en la que participo

	No.	%
Campaña electoral	56	13.7
Reivindicaciones sociales	19	4.6
Reivindicaciones políticas	16	3.9
Ninguna	318	77.8
Total	409	100.0

Los jóvenes que tuvieron mayor participación en manifestaciones públicas son los de 18-25 años, quienes se manifestaron principalmente por campañas electorales o por reivindicaciones políticas. Mientras que los jóvenes de 15-21 años lo hicieron por reivindicaciones sociales.

Los jóvenes de extracción social alta son quienes tuvieron más participación en las campañas electorales y reivindicaciones sociales. Sin embargo, los jóvenes de extracción media y baja lo hicieron por reivindicaciones políticas. Es importantes señalar que cuanto mayor el nivel socioeconómico mayor la participación en este tipo de actividades.

4. Juventud: Medios Masivos, participación y opinión política

4.1 Conformación política de los jóvenes

La conformación política de los jóvenes de Asunción es analizada en este estudio teniendo en cuenta tanto las actitudes como el comportamiento de los mismos. La participación en organizaciones gremiales, políticas o en manifestaciones públicas, así como en las últimas elecciones presidenciales, serán los indicadores considerados para determinar el comportamiento político. Mientras que la visión sobre los problemas del país, la evaluación hecha a las distintas instituciones del Estado y de la sociedad, así como la opinión sobre corrientes políticas e ideológicas y la posición ante problemas actuales, constituirán las actitudes de los mismos.

En términos generales, puede señalarse que el grado de participación de los jóvenes es relativamente alta, ya que el 58.9% tiene por lo menos algún grado de participación. Este dato es sumamente importante, sobre todo si se tiene en cuenta la baja conciencia participativa que se tiene en el país, producto entre otros elementos, de la larga dictadura.

Si bien el análisis más específico sobre las organizaciones en las cuales los jóvenes participan ya fue realizado en el capítulo anterior, se considera adecuado recalcar que existe una leve tendencia a que los varones participen más que las mujeres, hecho que se podría explicar por los condicionamientos sociales vigentes aún en nuestra sociedad. A pesar de esto, cabe señalar que la mayoría de los jóvenes -independientemente de su sexo- tienen algún grado de participación política.

Cuadro 29. Grados de participación de los jóvenes según sexo

	Casos		Femenino		Masculino	
	n	%	n	%	n	%
Ninguna	89	41.0	79	41.1	168	41.1
Alguna	101	46.5	82	42.7	183	44.7
Mucha	27	12.4	31	16.1	58	14.2
Total	217	53.1	192	46.9	409	100.0

Sin embargo, este alto grado de participación debe ser considerado de manera relativa ya que la misma se da principalmente a nivel electoral en las últimas elecciones. Por el contrario, la participación en actividades que impliquen un mayor grado de compromiso y de organización disminuye considerablemente como puede observarse en el Cuadro 30. Un hecho llamativo, posiblemente debido al momento político por el que atravesó nuestro país, “desde el golpe hasta mayo de 1.992” es que los jóvenes participan mucho más en actividades políticas que gremiales o culturales (Ver Cuadro 30).

Cuadro 30. Participación de los jóvenes

	Participan	No participan
Elecciones	44.8	55.2
Organizaciones políticas	23.5	76.5
Manifestaciones	22.2	77.8
Organizaciones gremiales	15.4	84.6

Por otro lado, se nota una tendencia a una mayor participación de las mujeres en las campañas electorales, mientras que la presencia de los varones en manifestaciones se da preferentemente en aquellas que son por reivindicaciones políticas, ésta es la única diferencia significativa al analizar la participación juvenil de acuerdo a las características propias de los jóvenes.

Al ser consultados sobre los principales problemas del país es importante señalar que aquellos referidos a la pobreza y sus consecuencias han sido los más nombrados, así como también los relacionados con la corrupción y a la justicia, como puede observarse en el Cuadro 31. Cabe señalar que esto podría deberse, a más de la crisis económica cada vez más aguda en la que se encuentra el país, que en el momento de la toma de datos los medios masivos de información dieron un gran espacio al problema de la pobreza y la corrupción.

El Cuadro 31 hace referencia a los tres principales problemas citados por los jóvenes, el orden en el cual se encuentran expuestos es en función a los porcentajes que tuvieron los mismos, y con el fin de agilizar la lectura, sólo fueron incluidos los más nombrados.

Cuadro 31. Principales Problemas del país

Aspectos	1ero.	2do.	3ero.
Políticos	Pobreza	Falta de trabajo	Corrupción
Políticos	Justicia	Militares en política	Peleas internas
Económicos	F. desarrollo	Manejo Fondos públicos	Corrupción
Sociales	Pobreza	Falta de trabajo	Delincuencia
Juveniles	F. oportunidad	F. espacios	Educación

Las mujeres y los mas jóvenes fueron quienes más señalaron desconocimiento sobre los problemas del país, ya sean éstos económicos, políticos o sociales.

Como se había indicado anteriormente los jóvenes evaluaron a diferentes instituciones, algunas del Estados y otras sociales. Ante esto puede decirse que las instituciones no estatales son las que han obtenido mejor evaluación, mientras que las instituciones del Estado, fundamentalmente las FF.AA. y el Poder Judicial, fueron evaluadas por la mayoría como malas o muy malas. (Ver Cuadro 32). A diferencia de los Cuadros anteriores, no se nota ninguna diferencia muy significativa de acuerdo a características específicas de los jóvenes, es decir, sexo, edad y nivel educativo, lo cual implica que los jóvenes poseen una visión común ante estas instituciones.

Cuadro 32. Evaluación a instituciones

	Muy bueno	Regular	Muy malo	NS/NR
Iglesia	54.2	28.1	9.6	8.1
Municipalidad	41.8	29.1	19.6	9.5
Org.campeñas	40.1	31.5	16.6	11.7
Empresarios	30.3	29.3	27.7	12.7
Org.Políticas	39.6	31.1	18.3	11.0
Sindicatos	38.1	30.1	17.6	14.2
FF.AA.	21.8	28.1	38.1	12.0
Parlamento	18.8	39.1	29.3	12.7
Presidente	17.6	37.7	33.5	11.2
P.Judicial	15.2	33.5	38.2	13.2

4.2 Relación entre los canales masivos y el posicionamiento político

La variable "posicionamiento político" ha sido creada en función a las preguntas que hacen referencia a la posición político-ideológica del joven, es decir, la opinión sobre determinados acontecimientos del país, así como sobre corrientes políticas e ideológicas.

Se han creado tres tipos de jóvenes: los “progresistas”, los “intermedios” y los “conservadores”. Los primeros están constituidos por aquellos que se manifestaron a favor de las ocupaciones de tierras, del boleto estudiantil, de una mayor distribución de la riqueza y en contra del neoliberalismo y las privatizaciones de todas las empresas estatales, por un lado, y, por otro, aquellos que evaluaron positivamente a corrientes de izquierda, al socialismo y a la socialdemocracia. Quienes tuvieron respuestas opuestas a las citadas son considerados conservadores, y quienes oscilan entre el progresismo y el conservadurismo fueron considerados como intermedios.

Como ya se había apuntado anteriormente, al hacer referencia a la juventud, se considera en este trabajo que no existe una juventud en sentido genérico, sino que los mismos se diferencian según el sexo, grupos etarios más específicos, nivel educativo, nivel socioeconómico y la actividad que desarrollan dentro de la sociedad. Es por esto, que se considera importante, antes de entrar a analizar la influencia de los medios masivos de información, mencionar las características de los mismos.

Así, se observa una tendencia a que las mujeres tengan una posición más conservadora que los varones, sin embargo, no se notan diferencias sustanciales teniendo en cuenta los diferentes grupos de edades. Tomando en cuenta el nivel educativo, puede señalarse que mientras las personas de nivel educativo medio tienden a posturas progresistas o intermedias, aquellas de mayor nivel educativo tienen una posición más conservadora.

Los jóvenes progresistas en su mayoría (el 63.4%) poseen un nivel socioeconómico medio, mientras que el 33.1% de los mismos tiene un nivel económico bajo y el 6.5% alto. Los de posición política intermedia pertenecen en un 47.0% al nivel bajo y el 47.9% al nivel socioeconómico medio,

y sólo un 5.1% al nivel alto. Los jóvenes conservadores, sin embargo, en un 58.3% pertenecen al nivel medio, mientras que el 33.3% y el 8.3% a la clase baja y alta respectivamente.

Cuadro 33. Lectura semanal de diarios según posicionamiento político

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Progresita	32	20.6	36	23.2	30	19.4	57	36.8	155	37.9
Intermedio	41	18.9	49	22.6	41	18.9	86	39.6	217	53.1
Conservador	8	21.6	17	45.9	6	16.2	6	16.2	37	9.0
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

En síntesis se puede acotar, que los jóvenes progresistas son en su mayoría varones, con nivel educativo y socioeconómico medio. Los jóvenes conservadores en su mayoría son mujeres, con nivel educativo medio y alto. Ahora bien, teniendo en cuenta la lectura de diarios, en primer lugar puede señalarse que los jóvenes conservadores son quienes más leen los periódicos, ya que sólo el 16.2% de los mismos afirmaron no leer ninguno. Por otro lado, el 39.6% de los intermedios y al 36.8% de los progresistas no los leen.

Teniendo en cuenta a aquellos que leen el periódico, puede decirse que la mayoría de los jóvenes -independientemente de su posicionamiento político- lo hacen preferentemente de 3 a 5 veces a la semana (Ver Cuadro 33).

La lectura de secciones informativas de los periódicos se da en un porcentaje mayor en los jóvenes conservadores, es así que mientras el 67.6% de ellos afirmaron leerlos, sólo el 54.8% y el 49.9% de los progresistas y los intermedios también lo hicieron. La misma tendencia se repite al considerar la lectura de semanarios, es decir, los jóvenes conservadores son quienes más se exponen a los mismos (43.2% no los leen frente al 55.5% y 56.7% de los progresistas e intermedios, respectivamente). Como se indicó en ítems anteriores, los semanarios fueron agrupados en dos categorías según el tipo de información que proporcionan, por un lado, Tiempo 14 y La Opinión y, por otro, Crónica y Aquí.

Cuadro 34. Lectura de semanarios según posicionamiento político

	Tiempo 14/ La Opinión		Crónica/ Aquí		No lee		Total	
Progresita	36	23.2	33	21.3	86	55.5	155	37.9
Intermedio	40	18.4	54	24.9	123	56.7	217	53.1
Conservador	12	32.4	9	24.3	16	43.2	37	9.0
Total	88	21.5	96	23.5	225	55.0	409	100.0

Como se puede observar en el Cuadro 34, no se nota una diferencia significativa en la lectura de los jóvenes progresistas hacia los dos tipos de semanarios. Entre los jóvenes intermedios, sin embargo, puede notarse una mayor preferencia por Crónica/Aquí, mientras que los jóvenes conservadores optan por Tiempo 14/La Opinión.

En cuanto a la audición de radioemisoras, se obtuvo que los jóvenes intermedios son los que menos las escuchan. La única diferencia entre los jóvenes progresistas y conservadores, es que los primeros constituyen el 50.0% de quienes escuchan radios AM, mientras que los segundos constituyen apenas el 10.0%.(Ver Cuadro 35)

Cuadro 35. Audición de radioemisoras según posicionamiento político

	Radios AM		Radios FM		No escucha		Total	
Progresita	141	91.0	5	3.2	9	5.8	155	37.9
Intermedio	183	84.3	4	1.8	30	13.8	217	53.1
Conservador	34	91.9	1	2.7	2	5.4	37	9.0
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Los programas radiales sobre problemas sociales, son preferentemente escuchados por los jóvenes progresistas. Mientras que el 60.0% de ellos afirmaron escucharlos, sólo el 54.1% de los conservadores lo hicieron.

En relación a la exposición a la televisión puede corroborarse el mismo comportamiento en todos los jóvenes, es decir, lo hacen preferentemente por información y entretenimiento, en segundo lugar por entretenimiento y tercero por informaciones. Es importante señalar que los jóvenes conservadores son quienes menos ven la televisión para informarse, ya que sólo el 2.7% así lo señaló, frente al 13.5% y 12.9% de los progresistas e intermedios respectivamente.

Cuadro 36. Motivo de ver televisión según posicionamiento político

	Entretén miento		Informa ción		Ambos		No ve TV		NS/NC		Total	
Progresita	31	20.0	21	13.5	98	63.2	4	2.6	1	0.6	155	37.9
Intermedio	46	21.2	18	12.9	29	59.4	10	4.6	4	1.8	217	53.1
Conservador	13	35.1	1	2.7	22	59.5	1	2.7	-	-	37	9.0
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

Al ser consultados si veían regularmente algún programa periodístico por la televisión, la mayoría afirmó hacerlo. Quienes los ven menos son los jóvenes considerados políticamente con una posición intermedia.

Finalmente, al tomar en cuenta el consumo de la industria cultural (cine, teatro, conciertos, video, revistas y libros) se obtuvo que los que más la consumen son los jóvenes conservadores y los que menos lo hacen los intermedios. La mayoría (53.5%) de los jóvenes progresistas afirmaron consumirla poco, como puede verse en el Cuadro 37.

Cuadro 37. Consumo de Industria Cultural según posicionamiento político

	No consume		Consume poco		Consume bastante		Consumo mucho		Total	
Progresita	20	12.9	83	53.5	35	22.6	17	11.0	155	37.9
Intermedio	33	15.2	103	47.5	64	29.5	17	7.8	217	53.1
Conservador	3	8.1	15	40.5	13	35.1	6	16.2	37	9.0
Total	56	13.7	201	49.1	112	27.4	40	9.8	409	100.0

A modo de síntesis parcial, se puede señalar que mientras los jóvenes conservadores se encuentran más expuestos a los medios escritos, los progresistas lo están a las radioemisoras y a la televisión, como puede verse en el cuadro N° 10.

Cuadro 38. Exposición a los medios masivos de información en porcentajes

	Progresistas	Intermedios	Conservadores
Diarios	63.2	60.4	83.8
Secc. Informativas	54.8	49.8	67.6
Notas s/sexualidad	55.5	54.8	73.0
Suplementos	60.0	59.4	81.1
Seminarios			
T14/La Opinión	23.2	18.4	32.4
Crónica/Aquí	21.3	24.9	24.3
Radios	94.2	86.2	94.6
Radios P. Sociales	60.0	53.0	54.1
Televisión			
Emtretenimiento	20.0	21.2	35.1
Informaciones	13.5	12.9	2.7
Ambos	63.2	59.4	59.5
Programas period.	74.2	70.0	75.7
Industria Cultural	87.1	84.8	91.9

4.3 Relación entre los canales masivos y la participación política

La participación política de los jóvenes está definida por la inserción en grupos gremiales, partidos o movimientos políticos, como así también, en haber votado en las últimas elecciones y participado en manifestaciones públicas. Esta variable ha sido construida de acuerdo a ninguna, alguna o mucha participación. Para esta construcción, se han sumado las variables correspondientes y elaborado un índice de participación política.

De manera a identificar los grados de participación teniendo en cuenta las características de los jóvenes, se puede señalar que los que poseen mayor grado de participación son los varones, así mismo, cuanto mayor la edad y el nivel educativo, mayor es la participación. Teniendo en cuenta el nivel socioeconómico, se nota que los de extracción media y baja son quienes más participan.

La primera relación significativa que se encontró es que cuanto mayor la participación

política, mayor la lectura de diarios. Es así que mientras que el 41.1% de los que no participan no leen ningún diario, sólo el 34.5% de los que tienen mucha participación afirmaron no leerlos. La mayoría de los jóvenes -independientemente de su grado de participación- leen los diarios preferentemente de 3 a 5 veces a la semana, como puede observarse en el Cuadro 39.

Cuadro 39. Lectura semanal de diarios según participación política

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Ninguna	31	18.5	37	22.0	31	18.5	69	41.1	168	41.1
Alguna	36	19.7	48	26.2	39	21.3	60	32.8	183	44.7
Mucha	14	24.1	17	29.3	7	12.1	20	34.5	58	14.2
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

Los jóvenes que leen las secciones informativas de los diarios son preferentemente aquellos que tienen alguna o mucha participación. Es así que mientras que el 47.6% de quienes no participan las leen, el 57.9% y el 55.2% de quienes tienen alguna o mucha lo hacen. No se encuentran diferencias en la lectura de notas sobre sexualidad teniendo en cuenta el nivel de participación, aunque es importante señalar que aquellos que tienen alguna participación son quienes más leen este tipo de artículos.

Los jóvenes que leen menos suplementos son aquellos que no tienen ninguna participación política, mientras que los que más los leen son aquellos que tienen alguna participación. Con la lectura de semanarios se da el mismo comportamiento que con la lectura de los diarios, es decir, los que menos leen son los que tienen menor participación.

Cuadro 40. Lectura de Semanarios según participación política

	T14/ La opinión		Crónica/ Aquí		No lee		Total	
Ninguna	25	14.9	38	22.6	105	62.5	168	41.1
Alguna	50	27.3	44	24.0	89	48.6	183	44.7
Mucha	13	22.4	14	24.1	31	53.4	58	14.2
Total	88	21.5	96	23.5	225	55.0	409	100.0

Los jóvenes que no tienen ninguna participación son quienes más leen Crónica o Aquí, mientras que los que tienen alguna leen más Tiempo 14 o la Opinión. Entre aquellos que tienen mucha participación no se encuentran diferencias significativas, ya que la diferencia entre la opción a uno u otro tipo de semanario no alcanzan 2 puntos, como puede observarse en el Cuadro 40.

En relación a la audición de radioemisoras por parte de los jóvenes de Asunción, puede afirmarse que los que menos las escuchan son aquellos que tienen una alta participación, mientras que los que más las escuchan son los que tienen alguna participación. Por otro lado cabe señalar, que no se encuentran diferencias en la audición de programas informativos según el grado de participación de los jóvenes (Ver Cuadro 41).

Cuadro 41. Audición de radios según participación política

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
Ninguna	151	89.9	4	2.4	13	7.7	168	41.1
Alguna	153	83.6	5	2.7	25	13.7	183	44.7
Mucha	54	93.1	1	1.7	3	5.2	58	14.2
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Teniendo en cuenta la exposición a la televisión, se observa que la mayoría de los jóvenes lo hacen por entretenimiento y por las informaciones que proporciona. A pesar de esto, es importante señalar que sólo el 8.9% de quienes no tienen participación ven la televisión por informaciones, mientras que el 12.6% y el 20.7% de quienes tienen alguna y mucha, respectivamente, lo hacen con este objetivo.

Por otro lado, mientras que el 28.6% de quienes no tienen participación lo hacen sólo por entretenimiento, el 18.6% de los que tienen alguna y el 13.8% de los que participan mucho, afirmaron hacerlo sólo con este propósito, como puede observarse en el Cuadro 42.

Cuadro 42. Exposición a la televisión según participación política

	Entretén miento		Informa ción		Ambos		No ve TV		NS/NR		Total	
Ninguna	48	28.6	15	8.9	96	57.1	9	5.4	-	-	168	41.1
Alguna	34	18.6	23	12.6	116	63.4	6	3.3	4	2.2	183	44.7
Mucha	8	13.8	12	20.7	37	63.8	-	-	1	1.7	58	14.2
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

Los jóvenes que tienen mucha participación son quienes mayoritariamente ven programas periodísticos por la televisión. Mientras que sólo 12.1% de los que tienen mucha participación no los ven, el 31.8% y el 29.8% de quienes tienen alguna o ninguna no ven este tipo de programas.

Los jóvenes en general tienen un bajo consumo de los productos de la industria cultural, y quienes menos lo hacen son aquellos que no tienen participación política.

Cuadro 43. Exposición a los medios masivos de información (en %)

	Ninguna	Alguna	Mucha
Diarios	58.9	67.2	65.5
Secc. Informativas	47.6	57.9	55.2
Notas s/sexualidad	53.0	60.7	55.2
Suplementos	55.4	65.6	67.2
Seminarios			
T14/La Opinión	14.9	27.3	22.4
Crónica/Aquí	22.6	24.0	24.1
Radios	92.3	86.3	94.8
Radios P. Sociales	56.5	54.1	58.6
Televisión			
Entretención	28.6	18.6	13.8
Informaciones	8.9	12.6	20.7
Ambos	57.1	63.4	63.8
Programas period.	70.2	68.9	87.9
Industria Cultural	82.7	89.1	87.9

4.4 Los medios masivos como canales de información política

Al elaborar el perfil de los jóvenes con mayor grado de información política, se puede señalar que las mujeres son quienes más desinformadas se encuentran respecto a este tema, así como las personas más jóvenes, con menor nivel educativo y de nivel socioeconómico inferior. Un dato importante es que las personas que actualmente estudian son las más desinformadas en contraposición a aquellas que trabajan.

Teniendo en cuenta la lectura de diarios, se observa que existe una relación directa entre la lectura de diarios y el grado de información. Es así, que mientras el 58.0% de los desinformados no leen los diarios, sólo el 25.2% de los informados no los leen. Entre aquellos que leen diarios la mayoría lo hace de 3 a 5 veces a la semana, como puede observarse en el Cuadro 44.

Cuadro 44. Lectura de diarios según grados de participación

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Muy informado	36	23.2	45	29.0	35	22.6	39	25.2	155	37.9
Algo informado	31	21.8	37	26.1	29	20.4	45	31.7	142	34.7
Desinformado	14	12.5	20	17.9	13	11.6	65	58.0	112	27.4
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

La misma tendencia se observa teniendo en cuenta la lectura de secciones informativas y de suplementos periodísticos. Mientras que el 67.1% de los jóvenes informados leen las secciones informativas, sólo el 36.6% de los desinformados afirman leer este tipo de secciones. Teniendo en cuenta los suplementos puede señalarse que frente al 67.7% de los jóvenes informados que leen suplementos, apenas el 39.3% de los menos informados señalaron leerlos.

En relación a los suplementos, se observa, en los jóvenes muy informados una leve tendencia -aunque no muy significativa- a leer más Tiempo 14 o La Opinión, mientras que el sector de la juventud más desinformado que lee algún semanario, opta por Crónica o Aquí.

Al relacionar la audición de radioemisoras con los grados de información política, puede señalarse que si bien se sigue manteniendo la tendencia expuesta en relación a la prensa escrita, las diferencias porcentuales disminuyen considerablemente. Es así que mientras que el 94.2% de las personas informadas escuchan alguna radioemisora, el 83.1% de los menos informados también lo hacen. Cabe señalar, una vez más, que la gran mayoría de los jóvenes escuchan fundamentalmente radioemisoras FM, como puede observarse en el Cuadro 45.

Cuadro 45. Exposición a las radios según grados de información política

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
Muy informado	140	90.3	6	3.9	9	5.8	155	37.9
Algo informado	128	90.1	1	0.7	13	9.2	142	34.7
Desinformado	90	80.4	3	2.7	19	17.0	112	27.4
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Como era de suponer, los que poseen un mayor grado de información son quienes más escuchan programas radiales sobre problemas sociales, es así que mientras el 63.2% de los mismos afirmaron escucharlos, sólo el 51.8% de los que poseen menos información también lo hacen. La televisión para los jóvenes -independientemente de su grado de información- cumple un doble papel: ser un medio de entretenimiento y de información (Ver Cuadro 46).

Cuadro 16. Motivo de ver televisión según grado de información

	1		2		3		4		5		Total	
Muy informado	24	15.5	20	12.9	105	67.7	4	2.6	2	1.3	155	37.9
Algo informado	39	27.5	17	12.0	83	58.5	2	1.4	1	0.7	142	34.7
Desinformado	27	24.1	13	11.6	61	54.5	9	8.0	2	1.8	112	27.4
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

- 1: Entretenimiento
 2: Información
 3: Ambos
 4: No ve TV
 5: NS/NR

Ahora bien, al ser consultados si veían programas periodísticos por la televisión un 76.8% de jóvenes muy informados admitió hacerlo, frente al 67.0% de los que poseen menor grado de información. Finalmente, teniendo en cuenta la industria cultural se puede señalar que se mantiene la tendencia señalada anteriormente, de que cuanto mayor el grado de información mayor el consumo de productos culturales.

5. Juventud. Medios masivos y sexualidad

5.1 Conformación, actitudes y comportamiento sexual del joven

La conformación sexual de los jóvenes de Asunción, incluye tanto las actitudes de los mismos hacia temas referidos a la sexualidad como el comportamiento en su vida cotidiana. Las variables que constituyen el índice de la actitud sexual del joven son la posición ante las relaciones prematrimoniales, los anticonceptivos, el aborto, los travestis, homosexuales, lesbianas y prostitutas.

Este índice ha sido confeccionado considerando, por un lado, los jóvenes tradicionales y, por otro, los liberales. Los primeros están constituidos por aquellos que están en contra de las relaciones prematrimoniales, del uso de anticonceptivos que no sean los naturales y del aborto, por otro lado, que rechazan a travestis, los homosexuales, las lesbianas y las prostitutas. Los liberales son aquellos que tienen una posición opuesta a los anteriores, mientras que los intermedios aquellos que oscilan entre ambas posturas. Por otro lado, el comportamiento de los mismos está determinado por la edad de iniciación sexual y la frecuencia con que mantiene relaciones sexuales.

El tercer índice construido es el relacionado al grado de información sobre temas referido a la sexualidad, éste está construido con aquellas variables que hacen referencia al conocimiento de anticonceptivos, respuesta ante la pregunta sobre la palabra sexualidad, sobre la penalización del aborto y sobre la forma de contagio y de prevención del SIDA. Este índice incluye a los informados, poco informados y desinformados, de acuerdo a la cantidad de preguntas que respondieron o que no supieron responder.

Antes de entrar a analizar la relación existente entre ésta conformación y los medios masivos de información, se considera adecuado indicar el perfil de los jóvenes considerados en este estudio. Es así que las mujeres jóvenes son las que señalan un posicionamiento más polarizado, ya que la mayoría son o muy liberales o muy conservadoras. La edad no es un factor determinante con respecto a su posición ante la sexualidad. Sin embargo, teniendo en cuenta el nivel educativo se observa que a mayor nivel de instrucción, mayor es la apertura hacia temas sexuales. El nivel socioeconómico no marca diferencias entre las actitudes de los jóvenes en cuanto a este tema, no ocurre lo mismo al tener en cuenta la actividad del joven, ya que los que estudian tienden a tener posturas más tradicionales que el resto de los jóvenes.

A fin de tener una visión más general de la conformación sexual del joven, se cree adecuado analizar primeramente en forma independiente las actitudes del comportamiento, ya que puede no existir coherencia entre este aspecto y su comportamiento.

Como se señaló anteriormente la conformación sexual del joven está determinada tanto por las actitudes ante temas referidos a este aspecto como al comportamiento del mismo. En primer lugar, fueron consultados sobre si estaban de acuerdo con las relaciones prematrimoniales. Ante esta requisición la gran mayoría (el 75.8%) de los mismos afirma estar de acuerdo con las relaciones antes del matrimonio, y sólo el 24.2 % declaran lo contrario.

Un aspecto que va directamente relacionado con el anterior es la posición ante el uso de anticonceptivos. El método más aceptado para su utilización es el condón 30.6%, seguido del uso de la píldora 19.8%. Los métodos naturales de prevención son preferidos sólo por el 14.7% de la gente joven. El 10.8% manifestó que el uso de cualquier método depende del caso, mientras que el 5.1% señaló que no debe usarse ningún método anticonceptivo.

Además de estas consultas y con el objetivo de tener una aproximación ante uno de los temas más polémicos en lo sexual-reproductivo -ya que incluye aspectos éticos y morales- se les consultó sobre dos aspectos del aborto; por un lado, si están de acuerdo con él y, por otro lado, si consideran que el aborto debe ser despenalizado.

Sobre el primer punto se puede señalar que el 45.5% de los jóvenes no está de acuerdo con la práctica del aborto. Mientras el 16.6% señalan que si lo está. Además, el 33.0% de la gente joven indicó que depende de las circunstancias. Este dato es llamativo ya que indica que la mitad de los jóvenes están de hecho en favor del mismo y, de cierta manera, muestra una realidad que no es asumida de manera pública y tratada a nivel de medios.

En cuanto a si debe ser o no despenalizada la práctica del aborto, tema muy debatido en la última Convención Nacional Constituyente, el 29.1% de los jóvenes opinan favorablemente, es decir que debe ser despenalizado, mientras que un 37.4% de los mismos afirma lo contrario. El 33.5% de los jóvenes se negaron a responder o señalaron no tener un opinión formada al respecto.

Es importante señalar que mientras el 45.5% respondió estar en contra del aborto, sólo el 37.4% considera que el mismo debe seguir siendo penalizado. Es decir, más allá de la valoración personal sobre el tema, existe una apertura de los jóvenes ante este problema social. Otro aspecto que hace a una visión más global de lo sexual es la actitud hacia grupos minoritarios con comportamientos sexuales que difieren de normas socialmente establecidas, como lo son homosexuales, lesbianas, travestis y las prostitutas.

En general, los jóvenes tienen una actitud conservadora frente a estos grupos. Existe un 36.7% de aceptación hacia los homosexuales, un 38.4% de aceptación a las lesbianas. Los travestis constituyen el sector más rechazado, ya que sólo el 28.6% declaró aceptarlos y las prostitutas son aceptadas por el 32.3% de los jóvenes consultados.

Al hacer referencia al tema de la sexualidad, no se puede dejar de lado la problemática del SIDA, ya que una práctica responsable y libre de la sexualidad debe estar íntimamente relacionada con una toma de conciencia de este problema real, de manera a poder prevenirlo.

Los jóvenes de Asunción manifiestan tener un alto grado de información de la forma de contagio del SIDA, ya que el 78.5% afirmó que la transmisión se produce por relaciones sexuales y por la sangre. El 15.9% señala que sólo existe contagio por la vía de relaciones sexuales y un 2.0% de los jóvenes señalan que se realizan sólo por la sangre.

Indagados sobre cual es la mejor manera de prevenir el SIDA, se puede observar que para

la mayoría de los entrevistados, el condón es el método más aceptado, así lo señaló el 54.0% de los consultados. Otros manifiestan que teniendo paraje estable uno previene el contagio (37.9%). De todas maneras, los jóvenes de Asunción cuentan con abundante información sobre las formas de contagio y prevención del SIDA.

Finalmente, para el 56.0% de los jóvenes la palabra sexualidad se reduce al acto sexual en sí mismo, es decir, más de la mitad de los encuestados tienen una visión cerrada y limitante de este término. Por otro lado, el 44.7% de los mismos señaló que sexualidad además del acto sexual también significa besos, abrazos y caricias y el 11.0% lo relacionó con la forma de vestir de una persona, estos sectores representan a aquellos que consideran a la sexualidad, más allá de lo puramente genital.

El comportamiento sexual del joven está constituido por la edad de iniciación sexual, la frecuencia con que mantiene relaciones, su pareja sexual y el uso de anticonceptivos.

Sobre la iniciación sexual, puede señalarse que más de la mitad de los jóvenes que fueron encuestados manifestaron haber tenido su primera experiencia sexual antes de los 18 años. Los porcentajes están distribuidos de la siguiente manera: el 16.9% de los jóvenes tuvieron su primera relación sexual antes de los 15 años, el 41.1% entre los 15 y 17 años y el 8.8% de los mismos después de los 18 años y más. El 33.3% manifestó no haber mantenido relación sexual. Es importante señalar que la mayoría de los jóvenes de Asunción tuvieron su primera experiencia sexual entre los 15 y 17 años, y un porcentaje bastante menor después de los 18 años.

La frecuencia de relaciones sexuales de los jóvenes encuestados es preferentemente de 1 a 4 veces al mes. Luego los porcentajes de frecuencia de relaciones sexuales bajan considerablemente, el 9.3% lo hace de 5 a 8 veces al mes, 7.3% de 9 a 15 veces y el 4.2% más de 15 veces al mes. Los jóvenes mantienen relaciones sexuales preferentemente con su pareja (57.9%). Sólo el 6.1% lo hace con un/a amigo/a y muy pocos jóvenes confiesan mantener relaciones sexuales con prostitutas (1.7% de los mismos).

El 17.8% de los jóvenes dicen no usar ningún tipo de anticonceptivos que no sean naturales. Pero, porcentajes idénticos (15.9%) manifiestan usar el condón y la píldora. También existen jóvenes que no usan ningún método de prevención al mantener relaciones sexuales (13.9%) y sólo el 4.2% optan por algún método anticonceptivo dependiendo de la pareja. Muy pocos (1.2%) jóvenes utilizan otro método de prevención a más de los ya citados, como ser óvulo, espiral, DIU, ligazón de trompas.

5.2 Relación entre los medios y el posicionamiento sexual

El primer medio de información analizado son los diarios, ante este punto se puede señalar que los jóvenes considerados muy tradicionales son los que con más frecuencia se exponen a las informaciones de este medio. La mayoría de los mismos lo hacen de 3 a 5 veces por semana, representa un 41.7%.

Los jóvenes considerados muy liberales en cambio son los que menos los leen. Los demás jóvenes que se posicionan como algo tradicionales, intermedios y algo liberales no muestran diferencias significativas.

En relación a las secciones informativas, se puede apuntar que los jóvenes ubicados en posiciones muy tradicional y algo liberal muestran un comportamiento parecido con muy poca diferencia, ya que los mismos manifiestan leer en un 63.9% las secciones de informaciones. De la misma manera los jóvenes ubicados entre algo tradicional y muy liberal demuestran porcentajes similares.

Por otro lado, los jóvenes posicionados como algo liberales son los que más leen los suplementos (73.0%) y los que menos leen son los que se ubican como algo tradicionales. En los demás jóvenes no existen diferencias importantes.

Cuadro 47. Lectura de diarios según posicionamiento sexual

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Muy tradicional	8	22.2	15	41.7	2	5.6	11	30.6	36	8.8
Algo tradicional	32	22.4	33	23.1	24	16.8	54	37.8	143	35.0
Intermedio	24	22.2	22	20.4	19	17.6	43	39.8	108	26.4
Algo liberal	11	14.9	21	28.4	21	28.4	21	28.4	74	18.1
Muy liberal	6	12.5	11	22.9	11	22.9	20	41.7	48	11.7
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

La lectura de secciones sobre sexualidad publicadas por los diarios, son leídas preferentemente por los jóvenes algo liberales (el 68.9% así lo señaló), seguido por los jóvenes ubicados como muy tradicionales (61.1%). De todas maneras, los jóvenes leen más este tipo de artículos antes que otras secciones de los diarios.

Los jóvenes muy tradicionales y algo tradicionales son los que menos se exponen a este medio informativo (61.1%). La gente joven ubicada en posiciones intermedias y muy liberales consumen mayor información proveniente de los semanarios. Mientras que el joven que se considera como algo liberal es el que más se expone a este medio en relación a los demás. La preferencia de este sector se ubica hacia semanarios como Tiempo 14 y La Opinión.

En relación a las radioemisoras, puede indicarse que todos los jóvenes encuestados demuestran tener una alta exposición a este medio de información masivo, sobre todo en comparación con los demás medios informativos analizados en esta estudio. Los jóvenes

-independientemente de su posicionamiento sexual- tienen preferencia hacia las radioemisoras FM que emiten programas preferentemente musicales. La gente joven muy liberal es la que más escucha radios (93.8%). En otro orden de cosas, el 19.4% de los jóvenes muy tradicionales no escucha radio.

Cuadro 48. Exposición a la radio según posicionamiento sexual

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
Muy tradicional	27	75.0	2	5.6	7	19.4	36	8.8
Algo Tradicional	125	87.4	3	2.1	15	10.5	143	35.0
Intermedio	96	88.9	2	1.9	10	9.3	108	26.4
Algo liberal	65	87.8	3	4.1	6	8.1	74	18.1
Muy liberal	45	93.8	-	-	3	6.3	48	11.7
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

De la misma manera que en el Cuadro anterior, los jóvenes muy liberales son los que demuestran tener mayor interés por informaciones que tratan sobre problemas sociales. Así también, la gente joven ubicada en el rango intermedio tiene inclinación a escuchar programas radiales sobre estos temas, siendo la diferencia no significativa entre la gente muy liberal y los ubicados en posición intermedia. En tanto que los jóvenes muy tradicionales son los que menos escuchan este tipo de programación (36.1%).

En cuanto a los motivos por los cuales los jóvenes se exponen a la televisión, se observó que la gente joven muy liberal lo hace preferentemente para entretenerse e informarse (72.9%), la gente joven intermedia lo hace en mayor medida para informarse y la gente joven muy tradicional lo hace casi exclusivamente para entretenerse (33.3%). Los jóvenes considerados tradicionales, ya sean muy o algo, son los que menos se interesan por programas periodísticos emitidos por este medio de información, ya que los que se ubican como muy tradicional no los ven en un 52.8%. Los otros sectores de los jóvenes, es decir, los intermedio y liberales son los que se interesan en mayor medida en este tipo de programas.

El consumo de productos de la industria cultural por parte de los jóvenes no es muy alto. La gente joven muy tradicional, algo tradicional e intermedio presentan porcentajes similares, donde indican que consumen poco este tipo de productos culturales. La gente algo liberal es la que manifiesta consumir en mayor grado los productos de la industria cultural. En general, los porcentajes son equilibrados en cuanto a la exposición y consumo de los jóvenes con respecto a la industria cultural.

Cuadro 49. Exposición a la televisión según posicionamiento sexual

	1		2		3		4		5		Total	
Muy tradicional	12	33.3	4	11.1	18	50.0	2	5.6	-	-	36	8.8
Algo Tradicional	41	28.7	12	8.4	83	58.0	4	2.8	3	2.1	143	35.0
Intermedio	20	18.5	18	16.7	64	59.3	4	3.7	2	1.9	108	26.4
Algo liberal	10	13.5	11	14.9	49	66.2	4	5.4	-	-	74	18.1
Muy liberal	7	14.6	5	10.4	35	72.9	1	2.1	-	-	48	11.7
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

5.3 Los medios masivos como canales de información sexual

De manera a aproximarnos al perfil de los jóvenes de acuerdo al grado de información sexual que poseen, se puede señalar que si se considera el nivel educativo, los más desinformados poseen como grado de escolarización la secundaria incompleta, mientras que aquellos que cuentan con mayor información sobre la sexualidad han concluido este nivel medio de educación.

Siguiendo con el análisis y ahora teniendo en cuenta su extracción social, se tiene que los jóvenes de nivel socioeconómico bajo son los que poseen menos información sexual, mientras que los jóvenes que cuentan con un nivel socioeconómico medio demuestran tener mayor información sobre el tema.

Cuadro 50. Lectura de diarios según información sexual

	1 0 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Desinformado	1	11.1	2	22.2	1	11.1	5	55.6	9	2.2
Poco informado	41	28.5	36	25.0	18	12.5	49	34.0	144	35.2
Informado	39	15.2	64	25.0	58	22.7	95	37.1	256	62.6
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

Es importante señalar, que no se encontraron diferencias significativas según el sexo, la edad y la actividad de los encuestados, lo que indica que no existe relación entre estas variables y el manejo de información sexual.

Si se considera el consumo de información a través de los diarios por parte de la juventud, se obtiene que cuanto mayor la exposición de los jóvenes a los diarios mayor el grado de información sexual. De esta manera se tiene que el 55.5% de los jóvenes que manifiestan estar desinformados hacia temas sexuales son los que menos leen los diarios. La mayoría de los jóvenes tiene una frecuencia de lectura semanal que se ubica entre 3 y 5 veces por semana.

Ahora bien, si se tiene en cuenta la gente joven que posee poca información sexual, se observaron que son los que menos leen las secciones de informaciones (66.7%), mientras que los jóvenes poco informados e informados sobre temas sexuales tienen un comportamiento similar, ya que leen más las secciones con informaciones 54.2%.

Tomando en cuenta los suplementos, se da un comportamiento similar al del Cuadro

anterior, ya que los jóvenes menos informados en esta materia son los que menos leen los suplementos. Pero los jóvenes que sí manifiestan tener información sobre sexualidad leen en mayor porcentaje.

Los jóvenes que poseen menos información sexual son también los que en menor medida leen notas sobre sexualidad. Existe una relación entre el grado de información y la lectura sobre temas sexuales. Mientras que la gente joven poco informada e informada sí leen temas sobre sexualidad en porcentajes similares.

En cuanto a la lectura de semanarios, se observa que gran parte de los jóvenes no utilizan este canal para informarse sobre temas sexuales. De la misma manera que en el Cuadro anterior, los jóvenes desinformados sexualmente no leen los semanarios. Pero se observa, que los jóvenes con algún grado de información sexual se informan a través de semanarios como Aquí y Crónica sobre sexualidad. Los jóvenes informados tienen preferencias en porcentajes similares (25.0%) tanto hacia los semanarios Tiempo 14/La Opinión como hacia Crónica/Aquí. Los jóvenes desinformados, poco informados e informados sobre sexualidad prefieren las radioemisoras FM con programas musicales, no existiendo diferencias significativas, teniendo en cuenta el grado de información sexual.

Cuadro 51. Exposición a la radio según información sexual

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
Desinformado	8	88.9	-	-	1	11.1	9	2.2
Poco informado	121	84.0	2	1.4	21	14.6	144	35.2
Informado	229	89.5	8	3.1	19	7.4	256	62.6
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Los jóvenes que manifiestan estar informados sobre sexualidad son los que más escuchan programas con contenido social (64.8%), en tanto que la gente joven que no posee información sexual manifiesta en un 100% no escuchar ningún programa sobre problemas sociales. No hay mucha variación en cuanto a los comportamientos con respecto a la televisión, ya que los jóvenes que poseen mayor información sexual son los que más ven para informarse (13.7%). Pero, tanto los jóvenes poco informados como los informados, manifiestan ver la televisión para informarse y entretenerse. Mientras que los jóvenes que se encuentran desinformados sobre temas sexuales ven la televisión preferentemente para entretenerse (66.7%).

Cuadro 52. Exposición a la televisión según información sexual

	1		2		3		4		5		Total	
Desinformado	6	66.7	-	-	2	22.2	1	11.1	-	-	9	2.2
Poco informado	36	25.0	15	10.4	88	61.1	3	2.1	2	1.4	144	35.2
Informado	48	18.8	35	13.7	159	62.1	11	4.3	3	1.2	256	62.6
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

Al igual que en casi todos los Cuadros anteriores, los jóvenes con menor información sexual son los que menos ven programas periodísticos, en tanto los jóvenes poco informados e

informados sí ven programas periodísticos. Considerando el consumo de la industria cultural, se obtiene la misma tendencia, ya que la gente joven poco informada sexualmente manifiesta no exponerse a ésta, o en todo caso la consume muy poco. Mientras que los jóvenes poco informados e informados se exponen más a los productos de la industria cultural.

5.4 Relación entre los canales masivos y el comportamiento sexual

Tomando en cuenta el sexo del joven, se tiene que la mayoría de los varones (el 87.0%) se iniciaron sexualmente antes de los 15 años, mientras que la mayoría de las mujeres (83.3%) declararon que tuvieron su primera relación sexual a los 18 años o después. En términos generales, se puede observar que la mayoría de los jóvenes -independientemente del sexo- se inician sexualmente entre los 15 y 17 años.

Teniendo en cuenta el nivel educativo del joven, se encontró que aquellos que se iniciaron sexualmente antes de los 15 años no habían concluido aún la secundaria, mientras que los jóvenes que concluyeron la secundaria han tenido su primera experiencia sexual a los 15 años o después. No se percibe ninguna relación significativa entre la edad de iniciación sexual y el nivel socioeconómico y la actividad del joven, la mayoría de los jóvenes de todos los niveles se iniciaron sexualmente antes de los 15 años.

En relación a la lectura semanal de diarios, se puede señalar que no existe diferencia entre la lectura de diarios y la edad de iniciación sexual, todos los jóvenes prefieren leer 3 a 5 veces por semana. Ahora bien, los jóvenes que no respondieron la edad de iniciación sexual (lo cual podría deberse a que aún no se iniciaron) son quienes leen con menor frecuencia los diarios.

Cuadro 53. Lectura de diarios según iniciación sexual

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
Antes de 15	9	13.0	20	29.0	13	18.8	27	39.1	69	16.9
Entre 15 y 17	23	13.7	45	26.8	33	19.6	67	39.9	168	41.1
18 o después	8	22.2	10	27.8	10	27.8	8	22.2	36	8.8
NR	41	30.1	27	19.9	21	15.4	47	34.6	136	33.3
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

Aquellos jóvenes que tuvieron su primera experiencia sexual después de los 18 años son quienes más leen las secciones informativas de los diarios. En tanto, los demás jóvenes demuestran comportamientos similares, pero cabe señalar que los que menos leen son los jóvenes que se iniciaron antes de los 15 años.

En relación a los suplementos, los jóvenes que tuvieron su primera experiencia sexual después de los 18 años son quienes más leen los suplementos. Por otro lado, los jóvenes en su mayoría -independiente de su iniciación sexual- leen notas sobre sexualidad. Aquellos que se iniciaron después de los 18 años son los que más leen este tipo de notas. Pero en comparación con otros tipos de informaciones, temas y notas sobre sexualidad son más leídos por los jóvenes en

general.

Todos los jóvenes que tuvieron experiencia sexual, al igual de aquellos que no lo tuvieron manifestaron, en porcentajes similares (52.8%), que no se informan a través de los semanarios. La gente joven que tuvo una iniciación sexual antes de los 15 años prefieren leer Crónica/Aquí. En tanto, que aquellos que tuvieron su primera relación sexual después de los 15 años, como también aquellos jóvenes que no respondieron, manifiestan no tener preferencia hacia algún semanario en particular.

Cuadro 54. Exposición a la radio según iniciación sexual

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
Menos de 15 años	63	91.3	-	-	6	8.7	69	16.9
Entre 15 y 17 años	154	91.7	3	1.8	11	6.5	168	41.1
18 años y más	30	83.3	1	2.8	5	13.9	36	8.8
NR	111	81.6	6	4.4	19	14.0	136	33.3
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Todos los jóvenes se exponen en un alto porcentaje radioemisoras con programas netamente musicales, no habiendo diferencias significativas entre cada uno de ellos. Pero los jóvenes que se iniciaron sexualmente antes de los 15 años no escuchan radioemisoras AM.

Aquellos jóvenes que no tuvieron y manifestaron aún no tener experiencia sexual son los que menos escuchan programas sociales. Los que más escuchan son los jóvenes que tuvieron su primera experiencia entre 15 y 17 años. Los jóvenes que aún no han tenido experiencia sexual son los que mayormente manifiestan ver la televisión para entretenerse y aquellos que tuvieron su primera experiencia sexual entre los 15 y 17 años son los que más dicen ver la televisión para informarse, mientras que los jóvenes que tuvieron su primera experiencia sexual después de los 18 años son los que en un 69.4% dicen ver por ambos motivos.

Los jóvenes prefieren más la televisión para informarse en comparación con otros medios masivos de información, ya que todos los jóvenes que tuvieron experiencia sexual manifiestan en porcentajes similares ver programas periodísticos a través de este medio. Los jóvenes que declararon no tener aún ninguna experiencia sexual tuvieron porcentajes inferiores.

No se perciben datos llamativos en cuanto al consumo de productos de la industria cultural. Los que más consumen son aquellos jóvenes que tuvieron experiencia sexual después de los 18 años y la gente joven que aún no tuvo ninguna experiencia sexual.

Los jóvenes varones llevan la delantera en materia de frecuencia en sus relaciones sexuales frente a sus pares femeninas. Una explicación casi obvia es nuestra cultura machista donde este tipo de actividades es más tolerable en los hombres que en las mujeres. Si se considera la edad, se puede decir que cuanto mayor es ésta, mayor la frecuencia, no habiendo diferencias significativas ni por nivel socioeconómico ni por el educativo.

Si se toma en cuenta la actividad desarrollada por el joven, los jóvenes que estudian son quienes más se negaron a responder.

Cuadro 55. Exposición a la televisión según iniciación sexual

	1		2		3		4		5		Total	
Antes de 15	15	21.7	7	10.1	44	63.8	1	1.4	2	2.9	69	16.9
Entre 15 y 17	33	19.6	26	15.5	106	63.1	2	1.2	1	0.6	168	41.1
18 o después	5	13.9	4	11.1	25	69.4	1	2.8	1	2.8	36	8.8
NR	37	27.2	13	9.6	74	54.4	11	8.1	1	0.7	136	33.3
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

1: Entretenimiento
 2: Información
 3: Ambos
 4: No ve TV
 5: NS/NR

Los jóvenes que mantienen una frecuencia sexual de más de 15 veces al mes son los que más lectura de diario tienen durante la semana. Mientras que los jóvenes que no mantienen relaciones sexuales y aquellos jóvenes que tienen una frecuencia de 1 a 4 veces al mes, son los que menos leen los diarios. Todos aquellos jóvenes que tienen una frecuencia sexual mensual superior a la de 4 veces al mes, son los que más leen secciones de informaciones de los diarios.

En general, todos aquellos jóvenes que mantienen relaciones sexuales con una frecuencia superior a 4 veces al mes tienden a estar más expuestos a informaciones a través de los diarios, como se puede observar con los suplementos. Mientras los demás jóvenes con frecuencia sexual menor a 4 veces al mes y los que no mantienen relación sexual alguna, tienen una lectura y exposición baja con informaciones provenientes de este medio escrito.

Se observa sobre este punto, que en lo que respecta a notas o informaciones sobre sexualidad, un aumento de los porcentajes de lectura. De igual manera, aquellos jóvenes que tienen una frecuencia sexual superior al de 4 veces al mes son los que más leen artículos sobre sexualidad.

Cuadro 56. Lectura de diarios según frecuencia sexual

	1 o 2 veces		3 a 5 veces		6 o 7 veces		No lee		Total	
De 1 a 4 veces	18	18.8	22	22.9	17	17.7	39	40.6	96	23.5
De 5 a 8 veces	4	13.3	11	36.7	6	20.0	9	30.0	30	7.3
De 9 a 15 veces	7	18.4	14	36.8	6	15.8	11	28.9	38	9.3
Más de 15	4	23.5	6	35.3	4	23.5	3	17.6	17	4.2
NR	48	21.1	49	21.5	44	19.3	87	38.2	228	55.7
Total	81	19.8	102	24.9	77	18.8	149	36.4	409	100.0

En cuanto a la lectura de semanarios, los jóvenes que mantienen una frecuencia de relaciones de 1 a 4 veces al mes son los que más leen Crónica/Aquí y los jóvenes que mantiene más de 9 veces al mes prefieren los semanarios Tiempo 14/ La Opinión. Los jóvenes que menos leen semanarios son aquellos que tienen una frecuencia sexual que se sitúa entre 5 a 8 veces al mes. En cuanto a la exposición hacia un medio masivo como la radio, se observa que los jóvenes

de Asunción -independientemente de su frecuencia sexual- tienen una exposición alta en comparación al medio escrito. La gente joven prefiere radioemisoras con programas musicales antes que programas con informaciones.

Cuadro 57. Exposición a la radio según frecuencia sexual

	Radios FM		Radios AM		No escucha		Total	
De 1 a 4 veces	87	90.6	3	3.1	6	6.3	96	23.5
De 5 a 8 veces	30	100.0	-	-	-	-	30	7.3
De 9 a 15 veces	31	81.6	-	-	7	18.4	38	9.3
Más de 15 veces	16	94.1	-	-	1	5.9	17	4.2
NR	194	85.1	7	3.1	27	11.8	228	55.7
Total	358	87.5	10	2.4	41	10.0	409	100.0

Los jóvenes que mantienen relaciones sexuales con una frecuencia superior a 15 veces al mes son los más interesados en programas sociales en relación con los demás jóvenes.

Cuadro 58. Exposición a la televisión según iniciación sexual

	1		2		3		4		5		Total	
De 1 a 4 veces	26	27.1	15	15.6	54	56.3	-	-	1	1.0	96	23.5
5 a 8 veces	3	10.0	5	16.7	20	66.7	2	6.7	-	-	30	7.3
9 a 15 veces	2	5.3	6	15.8	28	73.7	-	-	2	5.3	38	9.3
Más de 15 veces	5	29.4	2	11.8	10	58.8	-	-	-	-	17	4.2
NR	54	23.7	22	9.6	137	60.1	13	5.7	2	0.9	228	55.7
Total	90	22.0	50	12.2	249	60.9	15	3.7	5	1.2	409	100.0

1: Entretenimiento

2: Información

3: Ambos

4: No vé TV

5: NS/NR

Los jóvenes dicen ver la televisión preferentemente por entretenimiento e información. No existen datos llamativos relacionados con la frecuencia sexual y su preferencia hacia informaciones o entretenimientos. En síntesis, los jóvenes se inclinan más hacia los medios masivos como la radio y la televisión. Aquellos que manifestaron no mantener relaciones sexuales son los que menos se informan a través de la televisión con programas periodísticos. Mientras que aquellos con una frecuencia sexual superior a 9 veces al mes son los que más optan por este medio para informarse sobre temas periodísticos. En general, los jóvenes consumen poco productos de la industria cultural. Pareciera que existe un comportamiento similar entre la iniciación sexual y la frecuencia sexual, ya que en los Cuadros analizados se pudo notar comportamientos similares. No obstante, los jóvenes que tienen una frecuencia sexual superior a 15 veces al mes son los que consumen más productos de la industria cultural.

6. A modo de conclusión

A partir del análisis realizado sobre los canales utilizados por la juventud para acceder a informaciones sobre política y sexualidad, se puede señalar en primer lugar, la preeminencia que tienen los canales masivos de información (televisión, radio, prensa escrita y los componentes de la industria cultural) frente a los canales institucionales e interpersonales.

Igualmente, se considera importante aclarar que esta preeminencia no se da en igual medida entre las informaciones políticas y sexuales, ya que en estas últimas se percibe que los canales interpersonales (fundamentalmente amigos/as y la pareja) tienen un peso mayor, pero sin llegar a igualar a los canales masivos de información.

Es importante recordar que durante los últimos meses, los canales masivos (fundamentalmente la prensa escrita) han difundido gran cantidad de artículos sobre sexualidad. Este hecho podría haber influido en los resultados de esta investigación, ya que siendo el tema sexual "difícil" de ser conversado, el joven interesado en los mismos puede preferir simplemente leerlos.

Es así que prácticamente no se encontró una relación directa entre los canales definidos como institucionales (la escuela y la iglesia fundamentalmente) y la conformación actitudinal de gran parte de los jóvenes, porque en la mayoría de los mismos no se imparten -en forma directa al menos según lo respondido por los encuestados- informaciones sobre política y sobre sexualidad. Aquí conviene apuntar que cuando existen estas informaciones, en el primer caso, son referidas a educación cívica y, en el segundo, al aborto y cambios del cuerpo.

En relación a los canales interpersonales (familia y círculos de amigos), se observó que el tema de conversación fundamental con la familia son los problemas personales y familiares. Mientras que con los amigos, si bien se mantienen los temas señalados anteriormente, existe la tendencia a conversar más sobre política y sexualidad. Esta tendencia aumenta en la medida que aumenta la edad de los mismos. Es así que, por el peso fundamental que tienen los canales masivos de información en la conformación de las actitudes política y sexual de los jóvenes de Asunción, el análisis más detallado sobre éste canal fue desarrollado en mayor profundidad.

Entre las conclusiones más importantes sobre este punto, se puede señalar que los jóvenes en su mayoría tienden a posturas políticas progresistas y que, mientras éstos prefieren informarse a través de radioemisoras y la televisión, los jóvenes conservadores lo hacen a través de los medios de prensa escritos.

Por otro lado, se pudo apreciar que los jóvenes que tienen mayores grados de participación en actividades políticas se informan fundamentalmente a través de los medios escritos y por radioemisoras, y que cuanto mayor el consumo de informaciones a través de canales masivos, mayor es el grado de participación, lo que no implica afirmar que la mayor información fomente la participación, ya que bien podría ser que cuanto más se participa mayor es la necesidad de estar informado. Finalmente, sobre este punto, se puede señalar que sin duda los jóvenes más informados políticamente son aquellos que se encuentran más expuestos a los canales de

información masivos.

Al hacer referencia al tema de la sexualidad, y vincular las actitudes y el comportamiento sexual con los medios masivos de información, se tiene que las mujeres se inclinan por comportamientos más polarizados, ya que mayormente se manifiestan como muy liberales o muy tradicionales. Mientras, los jóvenes en general tienden a posturas intermedias. Quienes más se exponen a los diarios son los jóvenes muy tradicionales y los que menos lo hacen son aquellos jóvenes que se posicionan como muy liberales. Al analizar la radio se encontró que los jóvenes, independientemente de su posicionamiento, consumen preferentemente programas musicales. En cuanto a la televisión, se notó una distribución diferente ya que los jóvenes considerados como muy liberales son quienes más la utilizan, tanto para informarse como para entretenerse, mientras que los demás jóvenes no muestran diferencias significativas en cuanto a la elección de los programas.

Caracterizando al joven según su posicionamiento, se encontró que la edad no es un factor determinante, así como tampoco el nivel socioeconómico. Sin embargo, cuanto mayor el nivel educativo están más abiertos a opinar sobre temas sexuales. Así mismo, la actividad que desarrollan también marca diferencias, ya que los jóvenes que solo estudian tienen una actitud más conservadora.

En relación a la información que poseen sobre el SIDA, la forma como se contrae, así como sobre la prevención de la misma, se percibe que la información que poseen es abundante y que los mismos la reciben casi en su totalidad a través de los medios masivos de información. De igual manera que en lo político, se percibe el rol y el peso que tienen los medios en la conformación del comportamiento y en la actitud sexual del joven.

En términos generales puede afirmarse que la mayoría de los jóvenes informados sobre temas referidos a la sexualidad prefieren hacerlo a través de la radio, la televisión y leer notas sobre sexualidad en la prensa escrita, lo cual se da independientemente del sexo, de su iniciación sexual, de su frecuencia en las relaciones sexuales, nivel socioeconómico y educativo. Además, cuanto mayor información sexual posee el joven mayor es su exposición a los medios masivos y su apertura hacia dicho tema.

Por los motivos señalados anteriormente, se puede concluir en forma provisoria a partir de los datos recabados en este estudio exploratorio, que existe una relación directa entre los jóvenes informados sobre estos dos aspectos y los canales masivos de información, ya que los jóvenes que poseen poca información o están desinformados son quienes menos se exponen a los medios masivos.

Por otro lado, los jóvenes que tienen posicionamientos conservadores en lo político y tradicionales en lo sexual, son quienes tienen un hábito mayor de lectura de la prensa escrita, mientras que los demás prefieren otros medios periodísticos. Esta conclusión deberá ser en el futuro contrastada con otros estudios que permitan una acumulación de conocimientos y una mayor aproximación a la problemática de la juventud y los canales de información.

Bibliografía

Almada,

Althusser, L. (1.987) **Ideología y aparatos ideológicos del Estado**. México: Ed.Quinto Sol.

Ayala de Garay, Ma. Teresa; Scharzman, Mauricio (1.987). **El joven dividido. La educación y los límites de la conciencia cívica**. Asunción: CIDSEP.

Bobbio, Norberto; Mateucci, Nicola (1.981). **Diccionario de Política**. México: Siglo XXI.

Brunner, José Joaquín; Barrios, Alicia; Catalán, Carlos (1.989). **Chile: Transformaciones culturales y modernidad**. Santiago: FLACSO.

Caputo, Luis; Palau Viladesau, Tomás (1.992). **Entre la exclusión y la reconstitución: la juventud campesina paraguaya en los noventa**. Asunción: BASE-IS, CPC, CECTEC, CIPAE. (Documento de trabajo N°46).

Centro Paraguayo de Estudios de Población; Institute for Resource Development; Macro Systems, INC (1.991). **Encuesta Nacional de Demografía y Salud 1990**. Asunción: CEPEP/IHS, pp. 21.

CEPAL (1.992). **Anuario estadístico de América Latina y el Caribe**. Edición 1992. Santiago de Chile: CEPAL.

Céspedes, Roberto (1.986). **Diagnóstico sobre la juventud en el Paraguay**. Asunción: (s.e).

Claudín, Victor; Anabitarde, Héctor (1.986). **Diccionario General de Comunicación**. Barcelona: Editorial Mitre.

Dirección Nacional de Estadística y Censo (1.993). **Censo Nacional de Población y Viviendas 1992. Versión Preliminar**. Asunción: DGEC.

Dirección Nacional de Estadística y Censo (1.983). **Censo Nacional de Población y Viviendas 1982**. Asunción: DGEC.

Echeverría, R.; Castillo, F.; Mattelart, A.; Martínez, J.M.; Mattelart, M.; Dorfman, A. (1.974). **Ideología y Medios de Comunicación**. Buenos Aires: Amorrortu.

Fondo de Población de las Naciones Unidas (1.990). **Cuestiones de Población. Juego de documentos informativos**. Nueva York: UNFPA.

Foucault, Michel (1.990). **Historia de la sexualidad**. Tomo I, II y III. México: Fondo de Cultura Económica.

García, Celio (1.989). A universidade y el saber como forma de poder. En Revista de Cultura **Vozes**, 67, 4, 1973. En Katz, et.al.

Gramsci, Antonio (1.975). **Educación y Sociedad**. Lima: TAREA.

Gómez, Miguel; Sottoli, Susana (1.991). **En paños menores. Infancia y Adolescencia en Paraguay**. Asunción: CEDEM/Radda Baernen.

Habermas,

Halloran, et. al. (1.969). **Los efectos de las comunicaciones de masas**. Bs. As.: Jorge Albarez.

Instituto de Estudios Políticos (1.985). **Diccionario de Ciencias Sociales**. Madrid: UNESCO.

Jiménez, José; Sottoli, Susana (1.990). **Los jóvenes y el espacio local: diagnóstico de la condición juvenil y propuesta de acción**. Asunción: GCS.

Jiménez, José; Sottoli, Susana (1.991). **La juventud y sus perspectivas dentro de un modelo de desarrollo alternativo**. En, Campos, Daniel. Desarrollo en el Paraguay. Contribuciones a una visión global. Asunción: CIRD/Comite Paraguay Kansas.

Jiménez, José; Sottoli, Susana (1.992). **Jóvenes y violencia: análisis de la prensa escrita y de imágenes en televisión**. Asunción: GCS.

Katz, et. al. (1.989) **Diccionario Básico de Comunicación**. México: Nueva Imagen.

MacBride, Sean (comp) (1.980). **Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo**. México: UNESCO/Fondo de Cultura Económica.

Marqués, Josep-Vicent; Osborne, Raquel (s.f.). **Sexualidad y Sexismo**. Madrid: Fundación Universidad-Empresa.

Morató, Javier del Rey (1.989). **La comunicación política** (el mito de las Izquierdas y Derechas). Madrid: Eudema Universidad. Manuales.

Nikiphoroff, Basilio; Villagra, Ma.Susana (1.987). **El empleo juvenil: realidad y expectativas**. Asunción: CIDSEP.

NUEVA SOCIEDAD (1.990). Nuestra época sexual, lo público y lo privado. Dossier. En **Nueva Sociedad**, N°109.

Palau, Tomas (ed) (1.989). **Cultura Cotidiana, autoritarismo y campos culturales. Formación y transformaciones recientes en el Paraguay**. Asunción: BASE-IS, CPES, CLACSO. (Documento Interno N°10).

Pantelides, Edith; Fogel, Ramón, pp.21

Paoli, Antonio (s.f.). **Comunicación e Información**. Sl: Trilla.

PNUD (1.993). **Informe sobre desarrollo humano 1993. Participación popular**. Santiago de Chile: PNUD.

PNUD, pp.15.

Presidencia de la República. Secretaria Técnica de Planificación. Dirección General de Estadística y Censos (1.992). **Censo Nacional de Población y Vivienda 1.992 (Cifras Provisorias)**. Asunción: DGEC.

Presidencia de la República. Universidad Nacional de Asunción. Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Salud (1.992). **Fecundidad y Pobreza. Fecundidad y Adolescencia en el Paraguay**. Asunción: EFACIM (No. 29).

Prieto, Francisco 1.989). **Cultura y Comunicación**. México: Premià Editora, tercera edición.

RIALP (1.979). **Gran Enciclopedia Rialp**. Madrid: Ed.RIALP.

Rothschuh Villanueva (s.f.). **Comunicación la cuerda floja**. Managua: Ed.Tierra Arada.

Sauma Pablo, et.al. (1.993). **Producción, ingresos, empleo y estratificación social en el Paraguay**. Asunción: Universidad nacional de Asunción. Facultad de Ciencias Económicas, administrativas y contables.

Sottoli, Susana (1.990). **Aproximación a las modalidades de organización juvenil en el Paraguay**. Asunción: GCS. (Documento de Trabajo No. 4).

Taufic, Camilo (1.985). **Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político**. México: Ed.Nueva Imagen.

Universidad Nacional de Asunción. Instituto de Investigación en Ciencias de la Salud (1.992). **Fecundidad y pobreza. Fecundidad y adolescencia en Paraguay**. Asunción: EFACIM.

Yore, Fatima Myriam (1.992). **La dominación stronista.Orígenes y consolidación. "Seguridad nacional" y represión**. Asunción: BASE-IS.

.Zarza, Rogelia (1.986). **La radio en el Paraguay**. Un breve ensayo de interpretación. Asunción: Base/ISEC.