

REVELADOR ESTUDIO

LA NUEVA GEOGRAFÍA DE LOS JÓVENES CHILENOS

ESTÁN DECEPCIONADOS DEL PAÍS, AL QUE CONSIDERAN CONSUMISTA Y DESIGUAL. SIN EMBARGO, CREEN EN EL MÉRITO Y CONFÍAN EN SÍ MISMOS PARA OBTENER SUS METAS. SON CREYENTES, AUNQUE NO NECESARIAMENTE CATÓLICOS; LA MAYORÍA QUIERE CASARSE Y TENER SÓLO UNO O DOS HIJOS. ASÍ ES LA JUVENTUD DE HOY, SEGMENTADA EN SEIS TIPOS –DE LOS COMPROMETIDOS A LOS LIBERALES–, DEFINIDA POR EL ESTUDIO DE JÓVENES INACAP QUE “SÁBADO” PRESENTA EN EXCLUSIVA. Por **MARCELA ESCOBAR** y **PAULA CODDOU** Ilustraciones: **FRANCISCO JAVIER OLEA**.

Aquí no están los pokemones ni las peloláis ni los emos ni los góticos. Luego de siete meses de investigación definida por Carla Lehmann, de Data Voz, como la más importante que se ha hecho en Chile sobre jóvenes –la que incluyó la revisión de todas las estadísticas ya publicadas, realización de focus groups, coolhunters en terreno y una encuesta de más de un centenar de preguntas–, el estudio “Entendiendo el mundo juvenil” arrojó luces sobre cómo son y qué quieren hoy los jóvenes entre 16 y 25 años que viven en las grandes ciudades de Chile, más allá de las etiquetas de moda. Además, definió seis segmentos que identifican a los jóvenes por sus valores, gustos, creencias y mirada sobre el futuro. Realizado por encargo de la Universidad Tecnológica de Chile Inacap y la empresa Datavoz, que dirige Carla Lehmann, el estudio tenía un desafío central, “conocer en profundidad a

los jóvenes chilenos”, como explica Gonzalo Vargas, rector de Inacap.

La investigación destruye los mitos que se construyen alrededor de este segmento, ya que la geografía actual de la juventud es distinta a los habituales estereotipos que aparecen en los medios. “Nuestras percepciones eran diferentes a las que tradicionalmente entregan los estudios sobre el tema, y que tienden a hacer un reduccionismo de lo que son los jóvenes”, plantea Vargas. Para él, lo más revelador del estudio de INACAP es que no existe un gran quiebre generacional entre los jóvenes y la generación de sus padres. “Sí hay tendencias distintivas que aparecen con más fuerza: la identificación con grupos, con la música, la visión crítica ante el mundo adulto, los viajes, la familiaridad con la tecnología”.

Para Carla Lehmann, en tanto, uno de los grandes hallazgos de esta investigación está “en confirmar la hipótesis de que era un

grupo heterogéneo. Uno podría plantearse como poco apropiado hablar de ‘los jóvenes’, si con este término se pretende homogenizar un segmento de la población que es de por sí segmentado”, explica. Por ejemplo, son creyentes pero no necesariamente católicos; creen en el matrimonio pero no condenan la convivencia; critican a los adultos y no quieren repetir ciertos modelos, pero valoran su esfuerzo por educarlos. “Me atrevería a decir que la gran diferencia entre los jóvenes no depende de las condiciones socioeconómicas sino de factores culturales”, opina el rector de Inacap. Agrega: “Como la institución de educación superior más grande y diversa de Chile, Inacap necesita saber cuáles son las motivaciones reales de los jóvenes, para ofrecerles una alternativa académica válida”.

Pese a que se cree que la adolescencia es un período de ajuste, según el estudio de Inacap esta generación es segura de sí misma:

el 92 por ciento de los entrevistados confía en que logrará las metas que se ha propuesto en su vida y el 74 por ciento afirma tener muy claro lo que quiere, con poca fluctuación entre grupos socioeconómicos.

El estudio desmiente que los jóvenes no estén “ni ahí” con nada. El 79 por ciento menciona haberse sentido en las últimas semanas particularmente interesado en algo. El mismo porcentaje se declara optimista, mientras que un 72 por ciento dice que está “feliz de la vida”. Sin embargo, hay un dato importante: el 29 por ciento declara haberse sentido deprimido en las últimas semanas y el 25 por ciento manifiesta haber estado solitario o alejado de los demás. El nivel de depresión aumenta en aquellos que no están estudiando ni trabajando, en las mujeres y entre los jóvenes de 22 a 23 años. Son los mismos que se sienten más solos.

En cuanto al éxito, es factible afirmar que creen en la meritocracia. El 77 por ciento manifestó que para surgir lo más importante es “ser constante y trabajar responsablemente”. El 33 por ciento consideró que influía tener una buena educación. Y sólo un 17 por ciento dice que sirve “tener buenos contactos y redes”. También saben que la educación les permite acceder a los bienes de consumo. Todos quieren seguir estudiando después de salir del colegio, incluso aquellos que están trabajando o que no trabajan ni estudian. Relacionado con eso, son consumistas, “pero en el sentido moderno del término: la capacidad de apropiarse de los espacios, bienes y servicios que les ofrece el mercado y la sociedad”, explica Carla Lehmann.

Los bienes asociados a la vestimenta son un fiel reflejo de su identidad. El 46 por ciento se identifica con algún estilo, siendo los reggaetoneros el grupo que más mencionan (13 por ciento), seguidos por los hipoperos (7 por ciento) y los indie (los que escuchan música independiente, no asociada a grandes sellos), los metaleros y los pichangueros–piscologeros (con el 5 por ciento cada uno). Ocho de cada 10 de los que se identifican con algún estilo, lo hacen por la música que escuchan estos grupos.

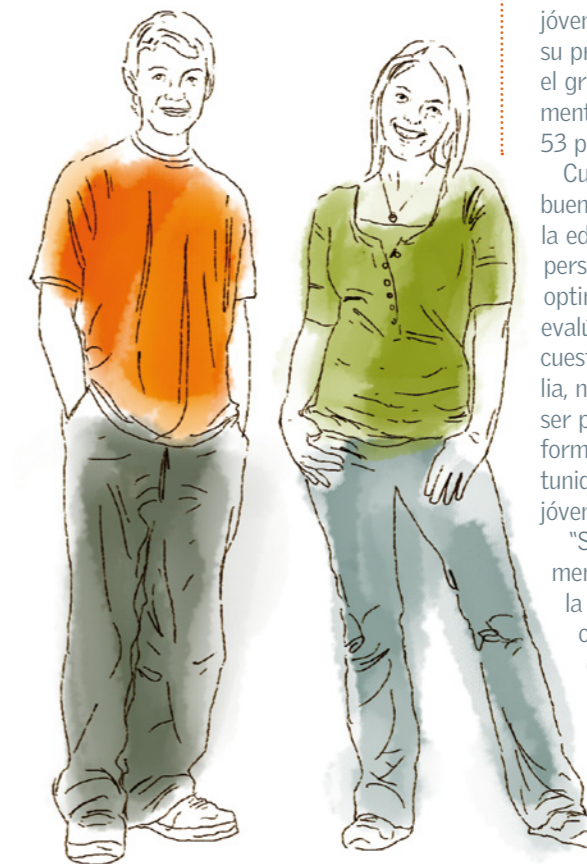
POCO TIEMPO DE LOS PADRES

Los jóvenes encuestados son tolerantes y aceptan la diversidad. En general, son amistosos y valoran las relaciones honestas, la familia y el matrimonio en la medida que

éste se sustente en una relación de calidad. La mayoría de ellos ha vivido con ambos padres (el 63 por ciento). Y sólo un 28 por ciento tiene padres separados, divorciados o anulados. De quienes no viven con sus padres, un 24 por ciento dejó la casa familiar siendo menor de 18, un 41 por ciento entre los 18 y los 21, y un 10 por ciento siendo mayor de 21. De aquellos que todavía viven con sus padres, el 42 por ciento pretende alejarse de su lado entre los 25 y los 29 años.

El matrimonio sigue siendo importante. El 71 por ciento manifiesta interés por casarse, ya sea por el civil, por la iglesia o por ambos ritos, y sólo el 28 por ciento dice que pasó de moda. No obstante, son tolerantes a la convivencia: el 79 por ciento considera que está bien que una pareja conviva antes de casarse”. Se dice tanto que los jóvenes no valoran la familia, y no es así. Siete de cada 10 jóvenes se quiere casar, y el 90 por ciento consideran que la familia es un pilar fundamental de la sociedad”, agrega Lehmann.

Cuando se les pregunta por sus aspira-



SEIS TIPOS DE JÓVENES

Fueron las características heterogéneas de la juventud las que arrojaron los seis segmentos que presentamos a continuación. En algunos casos, lo que más pesa es el nivel socioeconómico al que pertenecen, la relación con sus padres o su particular visión de lo que esperan de la sociedad.

Para construir los segmentos se utilizaron variables como la observancia religiosa, las relaciones familiares, la amistad, la percepción de Chile, el manejo de tecnologías, el ánimo, la participación en organizaciones, el interés en política, entre otros.

Sociables (24%)

Definidos como “light, adaptado, sociable”, es el grupo más grande: representa a uno de cada cuatro jóvenes del estudio. Son más mujeres y su promedio de edad es 19,8 años. Es el grupo más transversal, mayoritariamente de nivel medio (65 por ciento). El 53 por ciento sólo estudia.

Cultivan buenas relaciones familiares y buenas amistades. Están satisfechos con la educación que han tenido y con las perspectivas de trabajo. “Es un grupo optimista, muy inserto en el sistema”, evalúa Gonzalo Vargas, “no tienen un cuestionamiento profundo ni a la familia, ni a los valores de la sociedad. Sin ser peyorativo, es un grupo bien conformista”. Ven el futuro lleno de oportunidades; desde esa perspectiva, son jóvenes sanos.

“Son muy amistosos y los que tienen menos identidad propia”, los define la directora de Data Voz. El 44 por ciento se identifica con algún estilo: el 18 con los reggaetoneros y el 6 con los pichangueros–piscologeros. Vargas complementa: “Para ellos, el trabajo es importante. Tiene un índice valórico sobre la media, lo que implica que son más conservadores que la mayoría. Es el grupo que más va a marcar proporcionalmente la adultez de 10, 20 y 30 años más”.



Aventureros (18%)

Definidos como "aventurero, no familiar, crítico", son los que manifiestan menos apego por el país, y los que declaran mayor interés por viajar fuera de Chile. Por otra parte, es el grupo que presenta la peor calidad de relaciones familiares, bajos niveles de participación en instituciones sociales tradicionales. Compuesto casi en partes iguales por hombres y mujeres, mayoritariamente de clase media, el 77 por ciento de ellos vive en Santiago.

Son los más autónomos. Tienen cierto optimismo y cuentan con oportunidades: quieren viajar porque no les gusta lo que ven en Chile. Son el segundo grupo más crítico de nuestro país y, al igual que el grupo 4, son los más interesados en el deporte. También son los que tienen el índice más alto de manejo de tecnología. Tienen aspiraciones y las expectativas de concretarlas. Su edad promedio es de 20,6 años.

Sus referencias son otras culturas. Es el grupo que está menos en la línea tradicional de estudiar, casarse, tener hijos. Vargas los define: "Son los más globalizados, en el sentido de que tienen menor apego a lo local. Son los que tienen menos valoración positiva de las tradiciones, de la cueca y la empanada".

ciones, la mayor cantidad de menciones las tiene el hecho de formar una familia. El 50 por ciento lo manifiesta como el proyecto más importante para su futuro, así como una buena relación de pareja. Los jóvenes que dicen tener como proyecto principal construir una buena pareja o familia son mayoritariamente mujeres (55 por ciento). Aumentan también en el nivel socioeconómico más bajo (52 por ciento) y en los jóvenes de mayor edad (60 por ciento). En el sector alto, un 43 por ciento manifiesta como principal opción construir pareja o familia.

Después, en general, las opciones de vida apuntan a conseguir un buen trabajo (20 por ciento). El 15 por ciento pretende viajar fuera de Chile y otro 15 busca lograr un trabajo bien pagado.

Dentro de la familia, son las madres las personas en las que primero confían cuando se sienten tristes (un 40 por ciento así lo declara) y las mejor evaluadas (con una nota promedio de 6,2 versus el 5,6 promedio que obtienen los padres). Esto ocurre en todos los segmentos socioeconómicos. El padre es consultado después de la pareja y del mejor amigo.

El principal problema que identifican los jóvenes al interior de sus familias es la falta de tiempo para compartir. El segundo conflicto son los problemas económicos (39 por ciento) y el tercero, la falta de comunicación (38 por ciento). Estos cuestionamientos tienen mayor intensidad en los niveles socioeconómicos

más bajos. "Los jóvenes quieren una vida distinta, y ahí está la crítica al mundo adulto. No quieren ser como sus papás, que llegan tarde a la casa y que no han podido estar con sus hijos por tener una buena situación económica. Eso salió mucho en los focus. No les da rabia, sino pena", explica Lehmann, "pero también los entienden y saben que por ese trabajo de los padres ellos han tenido más oportunidades".

Si fuera por los jóvenes encuestados, se podría deducir que el bajo crecimiento demográfico de Chile tenderá a mantenerse. El 60 por ciento de los encuestados quiere tener sólo uno o dos hijos. En el nivel alto, un 45 por ciento dice que sólo quiere dos hijos (el 16 por ciento declara que tendría

• Un 6,2 es la nota promedio con la que los jóvenes evalúan la relación que tienen con sus madres. La nota a la relación con sus padres baja a 5,6. Ésta empeora en los segmentos más pobres.

cuatro o más). En el estrato bajo, el 54 por ciento quiere uno o dos (sólo el 7 por ciento cuatro o más). En la clase media, el 46 por ciento manifiesta querer sólo uno o dos niños (y el 11 por ciento, más de cuatro). Si bien el estudio no da cuenta de las razones, Gonzalo Vargas considera que tal afirmación se relaciona con la transición demográfica que está viviendo Chile, con tasas de natalidad históricamente bajas. "La valoración que se hace de la educación superior lleva a postergar la maternidad, lo que incide en que las mujeres tengan menos hijos. El proyecto de vida de la generación anterior estaba mucho más centrado en la familia que hoy".

CREDOS, ABORTO Y VALORES

El estudio no califica a los jóvenes como más conservadores o liberales que la generación que los precede. Pero entrega cifras que muestran cierta concordancia con el debate de los adultos. Por ejemplo, la proporción de jóvenes que considera que el aborto debe estar siempre prohibido alcanza en el estudio al 32 por ciento. El 46 por ciento cree que éste debe permitirse sólo en casos especiales y el 21 por ciento piensa que es de libre opción de las mujeres. El porcentaje de jóvenes que considera que debe estar siempre prohibido aumenta en el nivel socioeconómico alto.

Frente a la homosexualidad, el 37 por ciento piensa que de ninguna manera es incorrecto que dos adultos del mismo sexo tengan re-



Solitarios (11%)

Definidos como "desadaptado, solitario, depresivo y desinteresado", este grupo está compuesto en 88 por ciento por mujeres que, en su mayoría, no acceden a la educación superior. La mitad pertenece al segmento más pobre y además un 46 por ciento no trabaja ni estudia. Tienen en promedio 21 años, en un 60 por ciento son de Santiago y hay un porcentaje importante que tiene hijos. Son esencialmente mujeres que están en la casa, con historia de embarazo adolescente.

Carla Lehmann plantea que a estas jóvenes las marca cierta depresión asociada a que, en algún momento de sus vidas, interrumpieron su educación para tener a sus hijos. Tienen barreras culturales para encontrar trabajo, sienten que no tienen habilidades para integrarse a ese mundo. En el caso de las jóvenes con hijos, se presenta la autoexclusión: se preguntan cómo van a estudiar, con quién dejarán a esos niños. "Aquí se da el círculo de la desesperanza aprendida, culturalmente no tienen expectativas", asevera el rector de Inacap.



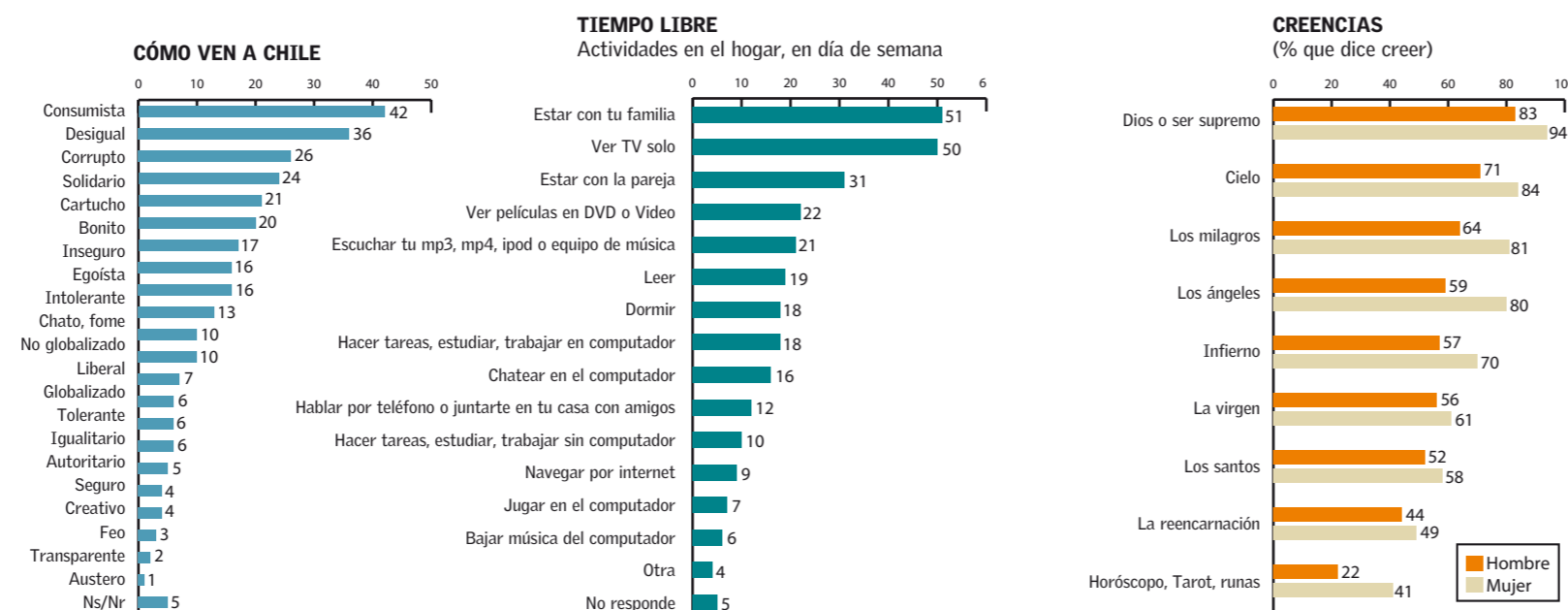
Optimistas (14%)

Definidos como "familiar, gozador, optimista, no participativo", éste es el joven que más comparte con su familia y tiene el mejor índice de calidad en sus relaciones familiares. En su mayoría son hombres, con una edad promedio de 20 años. El 63 por ciento pertenece al nivel medio.

Son los menos decepcionados del mundo adulto y no les preocupa cambiar el mundo. Tienen la mejor percepción de Chile. Usan la tecnología más que el promedio. Es el grupo que más tiempo dedica a pasarlo bien: va a pubs, sale a bailar y hace deportes.

"Hacen mucho deporte, tienen carretes, son optimistas y son los menos críticos de la adultez", los define Gonzalo Vargas. Pese a sus buenas relaciones sociales, son los que menos participan en organizaciones.

El 57 por ciento se dedica a estudiar (el 43 por ciento va a la universidad, mientras que el 14 estudia en un instituto profesional). Es el grupo que más se identifica con un estilo (el 55 por ciento lo hace): aparecen los piscoleros-pinchangueros (18 por ciento), el 16 por ciento se define reggaetonero y un 9 por ciento, hiphopero.



SÓLO BENECOL REDUCE EL COLESTEROL

en dos semanas de consumo diario*

CERTIFICADO POR INTA

Kaiku

Benecol

Reduce el Colesterol

leche descremada

¡Tómalo cada día!



KAIKU, empresa europea líder en Alimentos Funcionales, dispone de su exclusiva JAVAN KAIKU BENECOL, los únicos lácteos del mundo que en sólo dos semanas de consumo diario reducen el colesterol en un 15%, como complemento de una dieta adecuada.

KAIKU BENECOL contiene Estanol Ester Vegetal, un ingrediente de origen natural que ayuda a reducir la absorción de colesterol LDL "colesterol malo" y no produce efectos secundarios.

Más de 40 estudios científicos demuestran los beneficios del Estanol Ester Vegetal y el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA) certifica la presencia y dosificación de Estanol Ester en nuestros productos.

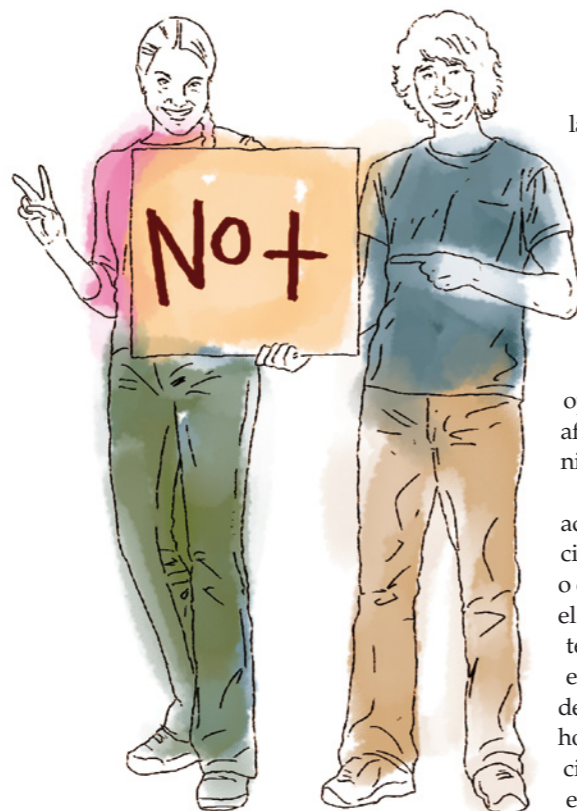
Encontrarlo en los principales supermercados del país

Contáctanos en:
teléfono 800 000 000
o llamando al fono: (02) 2078007



Por una alimentación más sana

*Este producto está principalmente indicado para personas que necesitan reducir su nivel de colesterol. Puede usarse naturalmente además por embarazadas y durante la lactancia. Se recomienda mantener una dieta saludable con frutas y verduras.



laciones sexuales. El 35 por ciento, en tanto, opina que siempre es incorrecto. Este último grupo está conformado por hombres, por jóvenes entre 16 y 18 años, y de nivel socioeconómico alto. En cambio, las mujeres, los jóvenes de 19 a 25 y los de nivel socioeconómico medio optan mayoritariamente por la afirmación "la homosexualidad de ninguna manera es incorrecta".

El estudio arroja luces importantes acerca del credo juvenil. El 89 por ciento de los jóvenes cree en Dios o en un ser superior, mientras que el 77 por ciento confía en la existencia del cielo, y el 72 por ciento en los milagros. El 32 por ciento de los jóvenes declara creer en el horóscopo, el tarot y las runas. Una cifra que llama la atención es que el 44 por ciento de los hombres y el 49 de las mujeres dice creer en la reencarnación.

Idealistas (16%)

Descrito como "religioso, idealista, comprometido", este segmento es el que quiere cambiar el país, pero sin el compromiso político vivido en Chile en los 70-80. Están organizados alrededor de lo que hoy se conoce como "liderazgo social", y son los que presentan mayor observancia religiosa de todos los grupos. De acuerdo al estudio de Inacap, son los jóvenes que presentan menos interés por conseguir un trabajo bien pagado. Sus oportunidades son mayores que las del promedio: el 47 por ciento está en la universidad. Por lejos, el es grupo que más participa en organizaciones sociales y el que más deportes realiza. Por otra parte, tienen el más alto índice de observancia religiosa.

Conformado por el 61 por ciento de hombres y 39 de mujeres, su edad promedio es de 20 años. Mayoritariamente de nivel socioeconómico medio, no les interesa lo político -aunque tienen el puntaje más alto en este índice-. Gonzalo Vargas apuesta a que cuando lleguen a la adultez, serán los que plantearán ideas frente a las políticas públicas y se involucrarán en política.

A la hora de definir la religión con la que se identifican, el 56 por ciento menciona a la católica, el 23 por ciento a ninguna y el 15 por ciento a la evangélica. "Su nivel de creencias es parecido a un estudio normal. La observancia, sin embargo, es baja", dice Carla Lehmann. Sólo el 17 por ciento asegura que asiste una vez a la semana o más a un rito religioso. El 40 por ciento declara que nunca o casi nunca va a la iglesia. "Pero en la población general también hay una tendencia en ese sentido", agrega.

TIEMPO DE CARRETE

Los jóvenes encuestados son más bien amistosos. Un 67 por ciento dice tener tres o más amigos cercanos. Esto disminuye al bajar el nivel socioeconómico y al aumentar la edad. Los hombres son más de amistades que las mujeres. El 89 por ciento del universo juvenil ve a los amigos una vez a la semana o más, lo que disminuye con la edad y la falta de recursos.

Son también disfrutadores: comparten el carrete como una forma de relajo y distracción. En su tiempo libre, la actividad que los jóvenes realizan con mayor frecuencia es ir al mall (68 por ciento), seguido de hacer deporte (61 por ciento), salir a comer (61 por ciento), ir a bailar (58 por ciento) e ir a

un pub o bar (56 por ciento).

Cuatro de cada 10 jóvenes no practica ningún deporte. El 32 por ciento de los que sí lo hacen juegan fútbol y el 14 por ciento anda en bicicleta. Durante la semana, los jóvenes dedican más tiempo a estar con la familia (51 por ciento), ver TV solos (50 por ciento) y estar con la pareja (31 por ciento). Los hombres, los jóvenes de 16 a 18 y los de nivel socioeconómico más alto declaran como actividad principal ver TV solos.

Los lugares favoritos para carretear los fines de semana son en primer lugar las casas (74 por ciento), los pubs o bares (42 por ciento) y las discotecas (32 por ciento). Los más pobres declaran que lo que más hacen es ir al mall, pero sus carretes -según arrojó el estudio de coolhunters- se dan en la calle, en las plazas. Ellos no tienen un lugar donde juntarse.

Sin duda, la marihuana es la droga con mayor penetración. El 47 por ciento de los jóvenes declara haberla probado alguna vez, porcentaje que aumenta en hombres y en los de más edad. El 11 por ciento dice haber consumido cocaína (el que crece con el nivel socioeconómico), el 5 por ciento pasta base y el 1 por ciento, éxtasis.

PERCEPCIÓN DE CHILE

Frente al mundo adulto, los jóvenes encuestados son más bien duros. Un 55 por ciento se muestra decepcionado de éstos, "ya que no actúan como piensan". La decepción aumenta a 64 por ciento en el nivel socioeconómico bajo. Con el país, no son más benevolentes. El 42 por ciento considera que Chile es consumista, el 36 por ciento dice que es desigual y el 26, lo evalúa como corrupto. Las opiniones están divididas frente a la afirmación de si Chile es un país de oportunidades. El 51 por ciento opina que no lo es, mientras que el 48 por ciento dice que sí. Sin embargo, el 55 por ciento se manifiesta orgulloso de ser chileno, lo que aumenta en los niveles socioeconómicos bajos, en los más jóvenes y en los que no trabajan ni estudian.

En política, se confirman las percepciones instaladas. "Pero eso no es característica de la juventud. Cada vez hay más gente que no adhiere a un partido político, que no se identifica. No es propio sólo de los jóvenes", dice Lehmann. Gonzalo Vargas plantea por su parte que, a diferencia de lo que ocurrió

en Chile desde los 60 hasta principios de los 90, los más jóvenes actualmente no consideran relevante los debates políticos.

El 53 por ciento de los encuestados no se identifica con ninguna posición política específica. El 23 por ciento lo hace con la izquierda, el 12 por ciento con la derecha y el 8 por ciento con el centro.

El nivel de inscripción en los registros electorales es bajo: sólo alcanza al 16 por ciento. La principal razón es ser menor de edad (23 por ciento), que la política no les interesa (22 por ciento) y que los políticos no abordan los problemas que de verdad importan (13 por ciento).

Frente a su propio protagonismo en los cambios nacionales, el 55 por ciento de los jóvenes declara que no puede hacer nada para cambiar las cosas que no les gustan. El 44 por ciento dice que sí puede, y un 60 por ciento opina que está haciendo algo. Ellos ven que la principal forma de contribuir al cambio es siendo profesional, participando en organizaciones y movimientos sociales y realizando actividades de acción social. Pese a ello, participan poco en organizaciones sin fines de lucro. **S**



Según Gonzalo Vargas, rector de la Universidad Inacap, en el segmento más excluido, el de las mujeres más pobres, "se da la desesperanza aprendida, culturalmente no tienen expectativas".

FICHA TÉCNICA

UNIVERSO DE ESTUDIO: jóvenes de 16 a 25 años de todos los estratos socioeconómicos, que viven en Antofagasta, Coquimbo, La Serena, Valparaíso, Viña del Mar, Concepción, Talcahuano, Temuco y Santiago.

MUESTRA FINAL: 1.478 jóvenes entrevistados en sus hogares.

MÉTODO DE MUESTREO: Probabilístico en cada una de sus tres etapas (manzana-hogar-entrevistado).

FECHAS DE TERRENO: Entre el 15 de marzo y el 25 de abril de 2007.

NIVEL DE PRECISIÓN: El error máximo se estima en $\pm 2,8\%$ considerando variancia máxima, un 95% de confianza y un deff estimado de 1,2.



Liberales (17%)

Definido como "liberal, ateo, desencantado", en este grupo aparece la identificación con movimientos anarquistas y punks, entre otros. Carla Lehmann define al segmento "como el más educado y, por lo tanto, el más laico, de acuerdo con la tendencia que no sólo se observa entre los más jóvenes, sino en todos".

Es un grupo marcadamente urbano: el 82 por ciento vive en Santiago. Dos tercios corresponden a hombres. Su nivel socioeconómico es medio alto, con una edad promedio de 21 años.

Aquí se encuentran grupos antisistema, los que comparten una visión crítica y no se sienten integrados por el modelo tradicional. Inquietos intelectualmente y buenos lectores, son los que tienen menos interés en construir una familia o pareja como proyecto de vida. Sin embargo, muestran un índice anímico por sobre el promedio.

Tienen la más mala percepción de Chile, los menos creyentes y los que presentan el índice más alto de consumo de alcohol y drogas (que de todas formas es bajo, al igual que el promedio de la juventud descrita en este estudio).