

Estado Espiritual de la Niñez Mundial Argentina





**Estado Espiritual de la Niñez Mundial
(CREENCIAS Y COMPORTAMIENTOS DE LA JUVENTUD)
Un Estudio Cuantitativo**

RESUMEN EJECUTIVO PARA EL MINISTERIO

Argentina

Julio 2010

Preparado por:



©2010 OneHope
600 S.W. Third Street, Pompano Beach, FL 33060
www.onehope.net



OneHope es una organización sin fines de lucro con la misión de *afectar el destino al proporcionar la Palabra eterna de Dios a todos los niños y jóvenes del mundo*. Con programas en más de 125 países, OneHope ha alcanzado a más de 620 millones de niños y jóvenes con una presentación especial de la vida de Jesús. Comprometidos a presentar la Palabra de Dios en un formato que sea relevante y dinámico, OneHope comprende que la investigación es un paso fundamental en el desarrollo de productos y programas para un país y edades específicas.



El Grupo Metadigm es una entidad de investigación sin fines de lucro con el objetivo de preparar a otras organizaciones para que realicen sus propias investigaciones y mejorar así su eficacia. Los procedimientos necesarios para cumplir con prioridades organizacionales e integrar técnicas de investigación en operaciones organizacionales cotidianas, son desarrollados mediante procesos ininterrumpidos ofrecidos en la recolección de datos, planeación estratégica, perfiles de mercados y el desarrollo de resultados de transformación. Para mayor información, por favor visítenos en www.metadigmgroup.com, o escribanos a info@metadigmgroup.com.

Cuando cite este reporte como referencia, por favor incluya la información que está a continuación:
OneHope, Inc, (2010). *Estado espiritual de la niñez mundial: un estudio cuantitativo. Resumen ejecutivo para el ministerio. Argentina*. Buscarlo en: <http://onehope.net/sswc/country-research/>

Tabla de Contenido

	Página
Sección I: Resumen Ejecutivo	5
Puntos Clave	5
Fortalezas y Oportunidades	7
Debilidades y Amenazas	8
Recomendaciones Estratégicas	9
 Sección II: Descripción del Proyecto	 10
Reconocimientos	10
Sinopsis.....	10
Metodología de la Investigación	10
Visión General del Proyecto.....	11
 Sección III: Perfiles de la Juventud en Argentina.....	 13
Calificación de Datos	13
Perfil Demográfico.....	13
Relaciones Familiares.....	13
Relaciones con Miembros del Sexo Opuesto	15
Creencias y Perspectivas sobre la Vida Cotidiana.....	16
Antecedentes y Prácticas Religiosas	17
 Sección IV: Datos Secundarios de Argentina.....	 19

Sección I: Resumen Ejecutivo

Puntos Clave

- *Composición Familiar*
 - 74% - vive en una familia de dos padres (incluye 9% viviendo en una casa de dos padres, donde uno de ellos es padrastro o madrastra)
 - 22% padres están divorciados o separados
 - 2% - viven con el abuelo (a)
 - 5% - un padre/madre ha muerto
 - 1% - ambos padres han muerto
 - 1% - no viven con un adulto

- *Percepción de la familia*
 - Definición de familia
 - 19% define familia como aquellos relacionados por nacimiento, adopción o matrimonio
 - 74% define familia como cualquier persona o grupo que tu amas o te preocupas por ellos profundamente
 - 5% define familia como cualquier grupo de personas que comparten el mismo grupo de valores y metas en la vida
 - 2% define familia como cualquier grupo de personas que viven juntos
 - Función de la familia
 - Lugar para los niños
 - 80% consideran familia a una mujer soltera con hijos
 - 88% consideran familia a un hombre y una mujer que no se han casado y que tiene hijos

- *Relaciones*
 - 27% consideran familia un hombre y una mujer que no se han casado y que no tienen hijos
 - 23% consideran familia a dos mujeres homosexuales viviendo juntas
 - 20% consideran familia a dos hombres homosexuales viviendo juntos

- *Relaciones con los padres*
 - 61% pasa menos de 15 minutos en una conversación sobre asuntos importantes con su padre
 - 18% pasa menos de 60 minutos en una conversación sobre asuntos importantes con su padre
 - 34% pasa menos de 15 minutos en una conversación sobre asuntos importantes con su madre
 - 39% pasa menos de 60 minutos en una conversación sobre asuntos importantes con su madre

- *Seguridad y sentido de protección en casa*
 - 45% sienten que hogar es el lugar donde se sienten amados y protegidos
 - 21% se sienten amados a veces

- 14% se sienten inconformes en casa y preferirían estar en otro lugar
- *Matrimonio*
 - 87% cree que la intención de Dios para el matrimonio es que dure para toda la vida
 - 84% creen que ellos serán felices en sus propios matrimonios
 - 68% creen que la familia tradicional no juega un lugar clave en la estabilidad de la sociedad
 - 52% aprueban el divorcio, aun cuando han hijos en el medio
 - 77% admiran la vida de soltero
 - 63% reportan que existe mucha presión para el matrimonio y preferirían vivir juntos sin casarse
 - 33% indica que cualquiera que se case podría divorciarse
- *Sexualidad*
 - 50% han tenido relaciones sexuales
 - Han aprendido sobre el sexo principalmente de compañeros de clase/amigos, textos escolares, y televisión/películas
 - Son menos probables a aprender sobre sexo de revistas relacionadas con sexualidad, libros o el internet
- *Satisfacción con la vida*
 - 44% están muy satisfechos con su vida y 39% están moderadamente satisfechos con sus vidas
 - 17% están poco o nada satisfechos con sus vidas
 - Durante los últimos tres meses:
 - 83% han mirado MTV al menos una vez por semana
 - 77% han mentido a sus padres, profesores u otro adulto
 - 62% han mentido a alguno de sus amigos o compañeros
 - 17% han leído una revista pornográfica y 22% han mirado una película censurada X o pornográfica
 - 24% han tenido ideas suicidas
 - 13% han intentado suicidarse
- *Influencias (mencionados que ejercen mucha influencia sobre sus pensamientos y acciones)*
 - 56% Amigos
 - 50% Padres
 - 44% Música
 - 30% Amigos
 - 25% Fe cristiana
- *Comportamiento moral*
 - 84% creen que mentir es a veces necesario
 - 84% creen que modificar las reglas es permitido
 - 73% creen que romper las leyes está permitido siempre y cuando no se lastime a nadie
 - 64% son pragmáticos indicando en diferentes maneras que el comportamiento moral es relativo y justificable dependiendo si funciona o no para cada persona

- *Factores que proveen satisfacción en el futuro (mencionados como “muy importantes”)*
 - 85% amistades cercanas
 - 84% buena salud
 - 81% un título profesional,
 - 76% un trabajo con buen sueldo

- *Teología Cristiana*
 - 83% cree que el perdón de los pecados sólo puede ocurrir por medio de la fe en Jesucristo.
 - El 82% de los que contestaron cree en la existencia e influencia de los ángeles, que el Espíritu Santo es un símbolo de la presencia de Dios, y que
 - 83% cree que satanás es simplemente un símbolo de la maldad pero no un ser vivo.
 - 82% creen que el Espíritu Santo es un símbolo de la presencia o el poder de Dios, pero no un ser vivo.
 - 78% creen que si una persona es generalmente buena o hace suficientes cosas buenas durante su vida, ganaran un espacio en el cielo
 - 74% han escuchado de la Biblia o Jesús mayormente en iglesias o a través de la familia.
 - 73% creen que su fe Cristiana es relevante en la manera en que viven
 - 66% creen que todas las personas oran al mismo Dios
 - 50% creen que personas que no han aceptado a Jesucristo como su Salvador personal pueden ir al cielo

Fortalezas y Oportunidades

- *Fortalezas*
 - Los jóvenes perciben a los adultos en sus vidas como un ejemplo a seguir
 - La juventud expresa que el matrimonio debería durar para toda la vida
 - Los jóvenes valoran el amor como vínculo más importante de conexión con el sexo opuesto
 - Las relaciones interpersonales aún ejercen una influencia notable en sus decisiones
 - La fe en Dios como práctica personal aún tiene vigencia
 - Los jóvenes han escuchado acerca de Dios y de la Biblia

- *Oportunidades*
 - Los jóvenes valoran el amor y la contención familiar
 - Quien brinde contención y amor ganará la confianza del joven
 - Los jóvenes en contextos rurales son más cercanos a sus familias
 - La juventud se siente orgullosa de sus padres
 - Los hombres creen más en las instituciones tradicionales familiares que las mujeres
 - Los medios masivos de comunicación son los de mayor influencia en los jóvenes
 - Los jóvenes desean tener un propósito claro de vida
 - Dios tiene un lugar de alta importancia en los jóvenes
 - El trabajo de formación de valores entre los 4 y 14 años es estratégico y clave para su futuro
 - Ofrecer espacios que fomenten relaciones interpersonal genuinas y transformadoras
 - Formar jóvenes como agentes de cambios

Debilidades y Amenazas

- **Debilidades**
 - El vinculo familiar padre-madre-hijos está perdiendo valor
 - La mayoría tienen poca relación e identificación con la figura paterna
 - Las relaciones sexuales son promiscuas y prematuras
 - La familia ocupa un rol secundario de influencia en la educación sexual
 - Uso inadecuado del tiempo libre: duermen, miran TV y escuchan música la mayoría de su tiempo
 - Alto consumo de bebidas alcohólicas, drogas alucinógenas y pornografía
 - Casi un cuarto de los jóvenes consideran el suicidio como una vía de escape o solución a sus problemas
 - Deterioro de la influencia de las instituciones tradicionales (iglesia, gobierno, escuela)
 - Las transgresiones como robar, hacer trampa, maltratar están incorporadas en las conductas de los jóvenes, inclusive a sus relaciones más cercanas
 - Desconexión entre creencias y comportamientos
 - Para la Iglesia de Cristo la niñez y la adolescencia no son prioridad

- **Amenazas**
 - Redefinición del concepto de familia y matrimonio
 - Jóvenes no encuentran amor ni contención familiar
 - Las frustraciones y conflictos personales de los padres resienten la relación con sus hijos
 - Jóvenes en contextos urbanos son menos cercanos a sus familias
 - En la práctica, jóvenes desconfían en la solidez y beneficios de la institución del matrimonio
 - La mayoría de los jóvenes prefieren la soltería o la convivencia sin el compromiso del matrimonio
 - Contenido de anti valores e imágenes distorsionadas de la realidad transmitidos a través de los medios de comunicación
 - Secularismo y relativismo moral como cultura reinante
 - El factor de menor importancia en la satisfacción personal es ser un miembro activo de la Iglesia

Recomendaciones Estratégicas

1. Difundir valores en jóvenes y adolescentes y demostrar sus beneficios como prioridad de la agenda social de trabajo.
 - a. Priorizar los nuevos medios (internet, celulares, TV, cine, etc.) como instrumento para no solo comunicar sino como un vehículo de transmisión y enseñanza de valores.
2. Modificar la imagen de instituciones nacionales como Iglesia, el gobierno, escuelas.
 - a. Dar a conocer que más que instituciones aisladas son organismos que desarrollan relaciones personales de mutuo beneficio a favor de los individuos y de la sociedad.
3. Revalorizar el potencial del matrimonio, de las relaciones familiares armónicas, del vínculo entre padres e hijos para mejorar la calidad de sus vidas y de la comunidad.
4. Proponer a las instituciones la generación de espacios alternativos donde los jóvenes puedan encontrar: sentido de propósito, sentido de pertenencia y contención, y espacios de realización personal y colectiva a favor de la comunidad.
5. Como instituciones e individuos potenciar todas las iniciativas existentes a favor de la familia, a favor de la lucha contra los conflictos sociales, en pos de todo tipo de prevención y del desarrollo comunitario, para reducir las consecuencias del individualismo y aislamiento en la sociedad.

Sección II: Descripción del Proyecto

Reconocimientos

Este proyecto fue hecho posible en parte con el apoyo de la Fundación Maclellan y Ministerios Globales - OneHope. Reconocemos la cooperación del Ministerio de Educación de Argentina, los directores y el personal docente de las escuelas incluidas en la muestra, la cooperación de los estudiantes, los voluntarios y el personal de OneHope en Argentina, los cuales trabajaron en colaboración cercana con ACIERA (Alianza Cristiana de Iglesias Evangélicas de la República Argentina), JUCUM (Juventud Con Una Misión), y Pasando la Antorcha.

La encuesta, Creencias y Comportamientos de la Juventud (ABY), utilizada en este estudio, fue facilitada por los Ministerios de Josh McDowell.

Sinopsis

OneHope busca comprender la realidad que los niños y los jóvenes enfrentan diariamente. Sabemos que los niños y los jóvenes se enfrentan a una variedad de retos sociales y que experimentan necesidades de tipo psicosocial frente a las cuales se quedan a menudo sin una respuesta eficaz. Tenemos conocimiento de que las necesidades de los niños varían de país a país e incluso de forma regional dentro de los mismos países. Sin embargo, sin una información confiable no seremos capaces de adaptar nuestros programas para hacer frente a las necesidades específicas de determinados contextos.

Mientras que los problemas y retos a los que se enfrentan los niños y los jóvenes en países desarrollados son investigados y documentados, estos mismos no lo son en países en vías de desarrollo. Sin un análisis preciso de sus contextos, estas poblaciones son tratadas como si compartieran una realidad común. Una apreciación de la realidad actual de los niños es a menudo descubierta sólo después de haberse comenzado el trabajo y comprometido recursos para un proyecto determinado.

El proyecto, Estado Espiritual de la Niñez Mundial (SSWC) adquirirá la siguiente información sobre la niñez en Argentina:

- Situaciones familiares típicas, relaciones y contacto con los padres
- Comportamientos y valores morales que guían sus relaciones con miembros del sexo opuesto
- Pasatiempos y ocupaciones de la vida cotidiana
- Cosmovisiones, influencias, creencias, metas a futuro y afiliación religiosa
- Perspectivas teológicas y compromiso

Metodología de la Investigación

El proyecto “Estado Espiritual de la Niñez Mundial (SSWC)” utiliza la encuesta Creencias y Comportamientos de la Juventud (ABY), el cual es un cuestionario aleatorio estratificado para jóvenes de educación secundaria en Argentina. Dicha encuesta se estratificó de acuerdo al grado de urbanización y por sexo. Otros niveles de estratificación que permiten hacer análisis son: composición familiar, origen étnico y afiliación religiosa.

La encuesta base se elaboró utilizando la Encuesta para Menores diseñada por Chris Sleath del Ministerio de Josh McDowell. La encuesta fue realizada en escuelas de instrucción secundaria en

español. Las encuestas fueron llevadas a cabo en escuelas accesibles¹ seleccionadas de modo aleatorio, segregadas de acuerdo a la densidad de población (proporcional a la distribución nacional de la población de residentes urbanos y rurales), con los estudiantes de las escuelas, que fueron seleccionados aleatoriamente según su sexo (en proporción al índice nacional de población masculino-femenino).

Visión General del Proyecto

El periodo de recolección de datos fue de Noviembre del 2009 a Mayo del 2010. El Coordinador Nacional del proyecto de investigación realizado en Argentina fue el Lic. Gaston Bruno. La supervisión estuvo a cargo de Andrea Barquero, Astrid Cortes y del Dr. Allen Reesor de Pompano Beach, en la Florida. La investigación siguió los lineamientos establecidos en el diseño del proyecto (ver esta información bajo Logística).

La información recolectada fue ingresada a una base de datos a través de una red informática, la cual estaba administrada por Philip Issa de Elite Research. El reporte final incluye el análisis de datos hecho por Metadigm, el cual fue revisado por la Dra. Rene Paulson, Ph.D. Información secundaria será utilizada cuando sea pertinente. Este reporte está disponible para ser usado por los socios y todos aquellos que apoyan el uso de la investigación colaborativa para dirigir el trabajo con la niñez y la juventud.

Revisión

Líderes nacionales revisaron la encuesta para contextualizarla.

Aleatoriedad

La confiabilidad de los resultados de la encuesta depende de una consistente aleatoriedad de los participantes. Dos estratos de aleatoriedad que determinaron la selección de los participantes fueron el sexo y la distribución de la densidad de la población.

El Ministerio de Educación de Argentina proporcionó una lista de escuelas segregadas por densidad de población.

La densidad de la población fue interpretada como urbana o rural. Adicionalmente, la población estudiada fue segregada en una de dos clases: menos de cien mil o entre cien mil y un millón. La lista de escuelas fue usada para seleccionar aleatoriamente las escuelas identificadas en la sede del Grupo Metadigm. La lista de escuelas aleatoriamente seleccionadas fue devuelta al Coordinador Nacional de Investigación para su revisión. Aquellas escuelas que no eran accesibles (vea la nota al pie de la página anterior sobre inaccesibilidad) fueron reemplazadas siguiendo los mismos procedimientos de aleatoriedad.

Para asegurar que la participación por sexo reflejara la proporción masculina/femenina de la población nacional, la aleatoriedad por sexo fue completada cuando se escogió a los estudiantes que iban a participar.

Verificación del Acceso

Los Asistentes de Investigación se reunieron con los administradores de cada escuela para explicarles la encuesta y obtener el consentimiento de la escuela para su participación.

Impresión de la Encuesta

Un original de la encuesta se envió electrónicamente al Coordinador Nacional de Investigación, quien recibió licitaciones para la impresión de 5,000 ejemplares.

¹ Escuelas consideradas inaccesibles son aquellas que están localizadas en zonas de conflicto, aéreas de extremadamente baja población, o a las cuales no se puede llegar usando transporte público.

Control de Calidad

Las copias impresas de la encuesta fueron examinadas aleatoriamente para evaluar la validez de la misma. Las copias de las encuestas que fueron contestadas serán guardadas en la oficina nacional de OneHope en Argentina durante un año para poder verificar, si fuera necesario, la exactitud de los datos ingresados y como respaldo de los archivos electrónicos. Las encuestas permanecerán confidenciales y serán entregadas a un representante de la sede principal de OneHope en un lapso de aproximadamente 12 meses después de haber sido tomada la encuesta. Un representante de OneHope supervisará la destrucción de todas las encuestas impresas al cabo de 12 meses.

Recolección de Datos

La encuesta se llevó a cabo en las escuelas que fueron escogidas de forma aleatoria las cuales habían sido contactadas previamente. El representante a cargo de la investigación identificó el número de clases por sesión el día de la encuesta.

- Si el tamaño promedio de cada clase en la escuela era de menos de 30 estudiantes, entonces se seleccionaban aleatoriamente 15 clases para el estudio. De cada clase se seleccionaban aleatoriamente 15 estudiantes de forma proporcional al índice estadístico poblacional de hombres y mujeres en Argentina.
- Si el tamaño promedio de cada clase en la escuela era de más de 30 estudiantes, entonces se seleccionaban aleatoriamente 10 clases para el estudio. De cada clase se seleccionaban aleatoriamente 22 estudiantes de forma proporcional al índice estadístico poblacional de hombres y mujeres en Argentina.

Se les pidió a los estudiantes que participaran de manera voluntaria. La encuesta fue llevada a cabo con grupos de participantes que podían ser acomodados en un salón de clases. Aproximadamente 200 estudiantes fueron encuestados en cada escuela.

Las encuestas fueron dirigidas por dos personas. Se dio lectura a una presentación con instrucciones preparadas de antemano y se les dio la oportunidad a los estudiantes de hacer preguntas. La encuesta se leyó en voz alta y cada pregunta fue leída alternadamente por cada uno de los dos encuestadores.

Las siguientes personas ayudaron con la recolección de datos: Lucas Jarzack, Veronica Schaab y Fabian Sanchez.

Ingreso de Datos

El Coordinador Nacional de Investigación fue la persona responsable del ingreso minucioso y preciso de la información en la base de datos de la red informática. Las siguientes personas colaboraron con el ingreso de datos: Guillermo Fernández y el Instituto Geográfico del Ejército.

Análisis FODA y Recomendaciones estratégicas

Verónica Schaab, María Paula Zuccherino, Fabian Sanchez, Santiago Zuccherino, Jorge Gomez, Mauro Cosenza, Claudio Rodriguez, Andrea Baez, Esteban Jarzack, Mario Sawin, Alejandro Schneider y Gaston Bruno fueron los responsables del análisis FODA y las recomendaciones estratégicas.

Sección III: Perfiles de la Juventud en Argentina

Calificación de Datos

El total de encuestados de esta muestra fue 3,843, siendo 47% hombres y 53% mujeres. Debido a la distribución por sexo, las respuestas de los encuestados de zonas rurales tuvieron una mayor inclinación hacia las repuestas masculinas, y las respuestas de zonas semi-urbanas y urbanas, como también los encuestados de mayor edad, tuvieron una mayor inclinación hacia las respuestas femeninas.

Perfil Demográfico

Los encuestados están equitativamente distribuidos de acuerdo a la edad, con un 31% entre 13 y 14 años de edad, el 35% entre 15 y 16 años, y un 26% entre 17 y 18 años de edad. Cincuenta y ocho por ciento de los encuestados están en los grados escolares del 1ro al 3ro de polimodal y un 42% en los grados 4to y 5to de polimodal. Más encuestados de zonas urbanas cursan los grados 4to y 5to de polimodal comparados a los de zonas semi-urbanas o rurales.

Casi la mitad de los encuestados indicaron tener un buen rendimiento en la escuela, aproximadamente una tercera parte reportaron un rendimiento promedio, y una décima parte reportó un rendimiento escolar excelente. Más mujeres que hombres encuestados reportaron un buen rendimiento, y más hombres que mujeres encuestadas reportaron un rendimiento promedio. Los encuestados de zonas urbanas muestran más probabilidad de indicar un rendimiento promedio, y sus homólogos de zonas rurales muestran más probabilidad de reportar un buen rendimiento. Los encuestados mayores de 16 años muestran más probabilidad que los de menor edad de indicar que tienen un buen rendimiento escolar.

Los encuestados reportan que una tercera parte de los padres y cuatro quintas partes de las madres trabajan en la categoría otro como profesión; esto podría significar que están desempleados o tienen su propio negocio. Otros encuestados reportaron que sus padres están empleados desde un 10% hasta el 20% en cada una de las industrias de tipo agrícola, industrial, de servicios, y pública; ellos reportaron que el 13% de sus madres están empleadas en las categorías profesional y el sector de servicios. Menos encuestados de zonas rurales reportaron que sus padres trabajan en la categoría otro cuando son comparados con los encuestados de zonas semi-urbanas y urbanas, y las madres empleadas en la categoría otro aumenta conforme la densidad de la población crece. Más encuestados de zonas rurales reportaron que sus padres trabajan en el sector industrial y que las madres trabajan en el sector de servicios cuando son comparados con sus homólogos de zonas semi-urbanas y urbanas.

Aunque el 65% de los encuestados reportaron que viven con sus padres naturales, sólo el 57% de los encuestados indicaron que sus padres eran casados; el 22% indicó que sus padres estaban divorciados o separados, y un 13% categoriza la relación de sus padres como otro (esto puede incluir padres que no se casaron pero que viven juntos). Los encuestados de zonas rurales muestran más probabilidad que los de zonas semi-urbanas y urbanas, de reportar que sus padres están casados y menos probabilidad de reportar que están en la categoría *otro*. Casi una quinta parte (17%) de los encuestados afirmaron que ellos solamente viven con su madre o madrastra.

Relaciones Familiares

Cerca de tres cuartas partes de los encuestados define a la familia como cualquier persona o grupo de personas a los que ellos aman o por los cuales se preocupan profundamente, y casi una quinta parte ve a la familia como personas relacionadas por nacimiento, adopción, o matrimonio. Ochenta y ocho por ciento de los encuestados considera que las parejas heterosexuales con hijos que viven juntos son una

familia, y el 80% considera que una mujer soltera con hijos es una familia. Los encuestados también aceptan como una familia otras situaciones de convivencia de la siguiente manera: casi la mitad (51%) considera como una familia a dos mujeres heterosexuales divorciadas que comparten la misma casa, alrededor de una cuarta parte considera a una pareja que cohabita y no tienen hijos (27%), a dos hombres homosexuales viviendo juntos (20%), y a dos mujeres homosexuales viviendo juntas (23%).

El sentimiento de seguridad y amor en el ambiente del hogar se distribuye como sigue: un poco menos de la mitad (45%) se sienten seguros y amados en sus hogares; el 21% se siente amado algunas veces, un 14% se siente cómodo pero no amado y otro 14% preferiría vivir en cualquier otra parte porque su hogar no es seguro ni se sienten apoyados. Los hallazgos indican que los encuestados de mayor edad y de zonas rurales muestran más probabilidad de reportar que se sienten seguros y amados en sus hogares a comparación de sus homólogos de menor edad y de zonas semi-urbanas y urbanas.

Aproximadamente nueve de cada diez encuestados reportaron que los adultos en sus familias algunas veces o frecuentemente les dan un buen ejemplo, pero también indicaron que estos esperan más de ellos de lo que es justo. Cuatro de cada cinco indicaron que los adultos en sus familias algunas veces o frecuentemente muestran interés en ellos. Generalmente, ellos también indican que los adultos muestran su amor el uno por el otro y pasan tiempo con ellos.

Generalmente, las mujeres encuestadas indican que tienen menos libertad de lo que ellas quisieran pero reciben más atención que lo indicado por los hombres. A pesar que los encuestados urbanos parecieran tener más libertad, ellos también reportaron que hay menos amor en sus hogares comparado a los encuestados de zonas rurales o semi-urbanas, los cuales muestran más probabilidad de sentirse sobre protegidos.

Setenta por ciento de los encuestados reportaron una muy cercana (41%) o bastante cercana (29%) relación con su padre y el 84% reportaron tener una muy cercana (59%) o bastante cercana (25%) relación con su madre. Otro 23% reportaron una relación distante con su padre, y un 15% indicaron no tener una relación cercana con su madre. Los encuestados de menor edad reportan más a menudo una relación cercana con ambos padres. Los hombres encuestados muestran más probabilidad que las mujeres de indicar que tienen una relación muy cercana con sus padres, mientras que menos encuestados urbanos a comparación de los rurales o semi-urbanos indicaron tener una relación muy cercana con sus padres. Mas encuestados rurales indicaron tener una relación bastante cercana con sus padres a comparación de los semi-urbanos o urbanos.

En términos generales, el 61% de los encuestados pasa menos de 15 minutos en una conversación importante con su padre, y el 34% pasa el mismo tiempo conversando con su madre. De manera contraria, un 9% conversa con su padre más de 4 horas a la semana y el 22% hace lo mismo con su madre. Los encuestados de mayor edad muestran más probabilidad que los de menor edad, de no pasar tiempo conversando con su padre, pero muestran más probabilidad de pasar más de 4 horas conversando con su madre. Además, mas encuestados urbanos reportaron no pasar tiempo conversando con su padre y más tiempo hablando con su madre que sus homólogos semi-urbanos o rurales.

Setenta y seis por ciento de los encuestados algunas veces o frecuentemente se siente orgulloso de su padre y el 90% siente lo mismo por su madre. Cincuenta y nueve por ciento de los encuestados algunas veces o frecuentemente sienten que aman a su padre y el 77% sienten lo mismo de su madre; un 71% reportaron sentir amor de su padre y el 87% de su madre. En términos generales, el 62% realiza actividades individualmente con su padre y el 80% con su madre.

Generalmente, las mujeres encuestadas parecen tener un grado más alto de cercanía con sus padres y esto también parece ser cierto entre los encuestados de menor edad. En términos generales, los encuestados de zonas rurales no tienen tanta cercanía con sus padres como la tienen los de zonas

urbanas y semi-urbanas.

Relaciones con Miembros del Sexo Opuesto

Más del 80% cree que la intención de Dios para el matrimonio es que dure para toda la vida y que ellos van a ser felices en sus propios matrimonios. Tres cuartas partes piensan que su experiencia familiar ha sido positiva, aunque sólo el 38% desearía tener un matrimonio como el de sus padres. Mientras que el 80% cree que es difícil tener un matrimonio exitoso, ellos también creen que la mayoría de los problemas matrimoniales son exagerados. Aproximadamente la mitad de los encuestados acepta el divorcio, pero sólo una tercera parte de los encuestados esperaría que su matrimonio termine en divorcio. Igualmente, la opción de vivir solteros no es rechazada; a un 77% le gusta la vida del soltero y casi la misma cantidad preferiría vivir junto con su pareja y no estar casado (63%).

Las mujeres encuestadas valoran dos veces la virginidad comparada a los hombres. Ellas también están más inclinadas a ver el matrimonio como un compromiso de por vida. Aunque reconocerlo es difícil, los encuestados piensan que los problemas matrimoniales han sido exagerados y que ellos van a ser felices en sus matrimonios. Los hombres encuestados están más inclinados a ver las estructuras tradicionales de la familia como algo importante para la sociedad a comparación de las mujeres, sin embargo ellos esperan que un matrimonio termine en divorcio.

Los encuestados de zonas urbanas son más optimistas acerca de sus propios matrimonios pero más críticos del de sus padres, no queriendo tener uno como el de ellos. Por el contrario, los encuestados rurales muestran más probabilidad de creer que el “status quo” es algo correcto pero ellos no piensan que la virginidad o la estructura familiar sean particularmente importantes. Los encuestados de zonas semi-urbanas tienden a ser menos optimistas pero a la vez ven el beneficio y valor de la familia y la virginidad. Generalmente, los encuestados de menor edad son más optimistas que los de mayor edad cuando reflexionan acerca del matrimonio y su valor.

Los encuestados reportaron haber aprendido acerca del sexo mayormente de compañeros de clase/amigos, textos escolares, o televisión/películas. Los resultados sugieren que más mujeres encuestadas a comparación de los hombres aprenden acerca del sexo de sus padres, mientras que los hombres muestran más probabilidad de reportar que aprendieron sobre el sexo de los medios de comunicación. Generalmente los encuestados de zonas urbanas reportan haber aprendido acerca del sexo de otras personas mientras que los de zonas rurales y semi-urbanas parecen tener menos discusiones sobre sexualidad y prefieren los medios de comunicación para obtener esa información. Los encuestados de menor edad muestran más probabilidad que los de mayor edad de usar los medios de comunicación como su fuente principal de información.

Aproximadamente el 55% de los encuestados dijo que las relaciones sexuales y caricias íntimas son permisibles entre personas que se aman y lo consienten, y casi la misma cantidad (50%) han tenido este tipo de relaciones. Los hombres y los encuestados de zonas urbanas muestran más probabilidad que las mujeres, y los encuestados de zonas rurales y semi-urbanas de afirmar que las relaciones sexuales y caricias íntimas son siempre aceptables. Los encuestados de mayor edad muestran más probabilidad que los de menor edad de aceptar todas las actividades mencionadas. Más hombres, encuestados de mayor edad y de zonas urbanas tienen comportamientos sexuales más intensos que sus homólogos de zonas rurales, semi-urbanas, mujeres y encuestados de menor edad.

Los encuestados muestran más probabilidad de tener relaciones sexuales si ellos están enamorados de la otra persona, no temen que ocurra un embarazo, o si sus padres no se van a enterar. En promedio, los hombres encuestados muestran más probabilidad que las mujeres de tener relaciones sexuales por todas las razones expuestas a excepción de la intención de casarse, y los encuestados de mayor edad muestran más probabilidad que los de menor edad de tener relaciones sexuales si están enamorados o si no ocurriera un embarazo, mientras que los encuestados de menor edad son más susceptibles a la

presión ejercida por sus compañeros.

Creencias y Perspectivas sobre la Vida Cotidiana

Cuarenta y cuatro por ciento de los encuestados están muy satisfechos con su vida. Treinta y nueve por ciento están moderadamente satisfechos y un 17% están poco o nada satisfechos con su vida; aún así, el 24% reportaron haber tenido ideas suicidas y un 13% haber intentado suicidarse durante los últimos 3 meses. Los encuestados de zonas semi-urbanas muestran más probabilidad que los rurales y urbanos de reportar haber tenido pensamientos suicidas y de haber intentado suicidarse.

Los encuestados reportaron que pasan la mayor parte de su tiempo libre durmiendo, escuchando música, o mirando televisión. Los resultados sugieren que las mujeres muestran más probabilidad de escuchar música que los hombres, mientras que los hombres muestran más probabilidad de mirar información en internet. Cuando son comparados con sus homólogos rurales y semi-urbanos, los encuestados de zonas urbanas pasan más tiempo escuchando música y durmiendo mientras que los de zonas rurales pasan menos tiempo leyendo. Conforme la densidad de la población aumenta, la cantidad de tiempo que pasan viendo la televisión aumenta. Los encuestados de mayor edad muestran más probabilidad de reportar que pasan más tiempo escuchando música y durmiendo cuando se presenta la oportunidad que sus homólogos de menor edad.

Equipos electrónicos tales como reproductores de sonido MP3, teléfonos celulares, y computadoras portátiles, junto con la música Hip Hop son los más populares. La música Hip Hop es más popular entre las mujeres encuestadas comparadas a los hombres, y su popularidad aumenta conforme aumenta la densidad de la población. Los encuestados de menor edad más a menudo participan en blogs y leen revistas de moda que los de mayor edad. Durante los últimos tres meses, el 83% de los encuestados reportaron que miran MTV todas las semanas. Las mujeres y los encuestados de zonas rurales muestran más probabilidad que sus homólogos de mirar MTV.

Los resultados muestran que los amigos, padres, hermanos, y en un menor grado profesores tienen una influencia notable sobre los encuestados. La música, la televisión e internet también tienen una influencia notable (todos los medios de comunicación tienen más influencia que los profesores). La fe cristiana tiene casi la misma influencia que los medios de comunicación mientras que las religiones no-cristianas tienen poca influencia. Los líderes políticos tienen poca influencia en sus vidas.

En promedio, las mujeres encuestadas son más influenciadas por sus hermanos, padres, profesores, amigos, y la fe cristiana y menos influenciadas por películas, internet, creencias indígenas, y el Hinduismo, a comparación de sus homólogos masculinos. Cuando son comparados con sus homólogos de zonas rurales y urbanas, los encuestados de zonas semi-urbanas muestran más probabilidad de ser influenciados por profesores, películas, y el Cristianismo. Los encuestados de zonas urbanas son menos influenciados por la televisión que sus homólogos de zonas semi-urbanas o rurales, y los encuestados de zonas rurales son menos influenciados por la Biblia y más influenciados por la fe indígena que los encuestados semi-urbanos y urbanos. Conforme la densidad de la población aumenta, la influencia de las religiones de la Nueva Era disminuye. La televisión, las religiones de la Nueva Era, la música, las películas, internet, los líderes religiosos, las creencias indígenas, y el Hinduismo son más influyentes en las vidas de los encuestados de menor edad a comparación de sus homólogos de mayor edad, y los amigos son menos influyentes en sus vidas en comparación a los encuestados de mayor edad.

Los encuestados indicaron que para una vida satisfecha es importante tener amistades cercanas, buena salud, un título profesional, un trabajo con buen sueldo, un estilo de vida cómodo, un propósito, y una casa grande. El factor de menos importancia es estar activo en una iglesia.

En los últimos tres meses, el 77% de los encuestados reportó haberle mentido a sus padres o haber hecho trampa en un examen y el 62% reportó haberle mentido a un compañero. Aproximadamente el 40% habían intentado hacerle daño a otra persona ya sea física o psicológicamente. Cuarenta y uno por ciento se habían emborrachado con bebidas alcohólicas, el 31% había usado tabaco y un 13% había consumido drogas ilegales. Aproximadamente el 20% había mirado o leído pornografía. Los hombres encuestados muestran más probabilidad que las mujeres de reportar haber visto o leído pornografía, haber apostado, haberse emborrachado, robado dinero u otras cosas materiales, haber tratado intencionalmente de hacerle daño a alguien, haberle mentido a un compañero, y consumido drogas ilegales. Conforme la densidad de la población aumenta, decrece la cantidad de encuestados que reportan haber robado dinero o cosas materiales. Mientras que los encuestados de mayor edad muestran más probabilidad de haber consumido drogas o bebidas alcohólicas, los de menor edad muestran más probabilidad de usar pornografía, robar, y apostar.

Antecedentes y Prácticas Religiosas

En términos generales, el 60% de los encuestados de esta muestra son Católicos Romanos, un 16% no profesa ninguna fe religiosa, y el 12% son Protestantes. Los encuestados reportaron haber escuchado de la Biblia o Jesús mayormente en iglesias o a través de la familia. Mientras que la mitad de los encuestados indicaron que su religión es importante, un 85% raramente o menos de una vez al mes asiste a servicios religiosos y sólo un poco más del 10% reportaron que asisten a diario o semanalmente a servicios religiosos. Setenta por ciento de los encuestados reportaron que es poco probable que asistan a un servicio religioso después de haberse independizado del hogar paterno. Las prácticas religiosas tales como la oración, la lectura de las escrituras, y la asistencia a grupos de estudio son hábitos poco frecuentes, aunque un 15% reportaron que oran regularmente. Menos del 10% por ciento reportaron cualquier otra participación regular en otras disciplinas.

Aunque el 70% de los encuestados están seguros que Dios existe, un 20% no lo están, y muy pocos creen en el beneficio de cualquier práctica religiosa. Más de la mitad considera que Dios es omnipotente, omnisciente, el Creador que gobierna el mundo hoy, con más encuestados de menor edad a comparación de los de mayor edad y menos encuestados de zonas urbanas a comparación de los rurales y semi-urbanos que mantienen esta opinión. El 71% cree que Dios creó el mundo y casi la misma cantidad (61%) creen que Dios todavía está involucrado en la vida de las personas. El 10% indicaron que ellos creen que Dios está relacionado con la realización total del potencial humano, y un 10% no sabe qué creer acerca de Dios, donde los encuestados de mayor edad están menos seguros de su creencia acerca de Dios comparados con los de menor edad.

Aunque el 65% de los encuestados cree que la Biblia proporciona una descripción indiscutible de la verdad moral, la cual es la misma para todas las personas, un 73% piensa que la Biblia no proporciona modelos prácticos para la vida actual y que la verdad podría significar diferentes cosas para diferentes personas. Además, el 80% piensa que la verdad no es absoluta y un 64% cree que no existen otras obligaciones morales aparte de cuidar de uno mismo y de los otros.

Cincuenta y seis por ciento piensa que el cielo y el infierno son lugares reales, y un 41% cree que ellos van a entrar al cielo (16% porque Jesucristo los salvó, 13% porque Dios ama a todos, 12% porque ellos son buenas personas). Sin embargo, el 61% cree que la muerte física causa la muerte del alma humana. El 10% cree que ellos van a dejar de existir después de la muerte, y aproximadamente el 37% no sabe lo que les va a ocurrir después de morir.

Aunque menos de la mitad del total de la muestra respondieron a la pregunta acerca de la doctrina cristiana que se describe en los siguientes párrafos, de aquellos que lo hicieron: el 90% cree que Jesús fue una persona real, un 86% cree que nació de una virgen, el 85% cree que los milagros bíblicos sí ocurrieron (aunque sólo el 71% cree en la exactitud de la Biblia), y un 83% cree que el perdón de los

pecados sólo puede ocurrir por medio de la fe en Jesucristo. El 82% de los que contestaron cree en la existencia e influencia de los ángeles, que el Espíritu Santo es un símbolo de la presencia de Dios, y que Satanás es simplemente un símbolo de la maldad. Tres cuartas partes de los que contestaron reconocen que habrá un juicio final divino, que ellos pueden ganar un lugar en el cielo siendo buenos, y que el Cristianismo tiene importancia en sus vidas. Cerca de la mitad de ellos cree que la gente será condenada al infierno si no aceptan a Cristo como su Salvador, sin embargo casi la misma cantidad cree que no importa que religión escojas porque todas creen en los mismos principios y verdades.

Un poco menos de la mitad (44%) del total de la muestra contestó esta pregunta, y de aquellos que la contestaron: el 87% indicaron que hicieron un compromiso personal con Jesús el cual continúa siendo importante para ellos. Las mujeres, los encuestados de zonas semi-urbanas, y los participantes de menor edad muestran más probabilidad de haber hecho tal compromiso. Dicha decisión fue hecha por un 28% entre los 9 y 12 años de edad, un 24% entre los 13 y 15 años, un 24% entre los 5 y 8 años, y un 15% a una edad menor de cinco años. Conforme la densidad de la población aumenta, el número de encuestados que han hecho una decisión por Cristo decrece.

Sección IV: Datos Secundarios de Argentina

Perfil de Investigación Secundaria Argentina



DATOS DEMOGRAFICOS Y POBLACION	
Población Estimada (2010)	41,405,037
Población (menor de 15 años)	25.236%
Índice de Expectativa de Vida	74 años
Índice de Nacimientos (por 1,000 personas)	17.72
Índice de Mortalidad Infantil (por 1,000 nacimientos vivos)	11.78
Estimado de Población Urbana / Población Rural	35,943,635 / 3,749,051
Ciudad más Grande / Población	Buenos Aires / 12,197,347
EDUCACION Y ALFABETISMO	
Índice de Alfabetismo (mayores de 15 años)	97.19%
Matrícula en Primaria	99%
Índice de Alfabetismo – Hombres	97.1%
Índice de Alfabetismo – Mujeres	97.1%
ECONOMIA	
PBI (Paridad del Poder Adquisitivo) (per cápita)	\$13,061.41
Producto Bruto Interno (índice oficial de cambio)	\$6451.30
Índice de Pobreza (% bajo el nivel de pobreza)	23.4%

SOCIAL			
Índice de Desarrollo Humano ² (posición entre 177 naciones)	49	Población penal (per cápita)	107/100,000
Índice de Divorcios como porcentaje de matrimonios	No está disponible	Índice de ocurrencia en adultos entre 15 a 49 años de edad – con VIH SIDA	0.5
Índice de Desempleo (2009)	9.6%	Niños huérfanos por todo tipo de causas (0 a 17 años de edad) 2007, estimado (miles)	610
Homicidios cometidos por jóvenes (per cápita)	5.2	Indigencia	No está disponible
Violaciones reportadas (2008)	3,036	Índice de nacimientos en adolescentes (15-19 años)	No está disponible
Robos reportados (2008)	469,899	Prostitución Infantil	No está disponible
Población penal (per cápita)	107	Soldados Niños/Adolescentes	No está disponible

² Índice de Desarrollo Humano (IDH) es un índice compuesto que mide el nivel de bienestar en 177 naciones del mundo. Utiliza factores como pobreza, alfabetismo, expectativa de vida, educación, producto bruto interno y paridad de poder adquisitivo para evaluar al promedio de logros en cada nación. Se ha utilizado en el reporte de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas desde 1993.

GRUPOS ETNICOS Y RELIGIONES			
Europeo	90%	Católico Romano	92%
Indígena y Mestizo	5%	Judío	2%
Otros grupos étnicos (incluyendo Japonés y Árabes)	5%	Católico Ucraniano	2%
		Protestante	2%
		Otro	1%
		Ortodoxo Oriental	1%
IDIOMAS			
Español (oficial), Inglés, Italiano, Alemán, Francés, Árabe, Japonés, lenguajes indígenas tales como Guaraní, Quechua y Mataco			