

Pautas de participación y cultura política de la juventud en el Estado español

Mariona Ferrer

Introducción

En este trabajo se ofrece un análisis sistemático de las pautas de participación política y social de la juventud del Estado español. La estrategia de investigación es comparar los jóvenes con el resto de la población en los niveles de participación política y social, así como en ciertos valores y actitudes que caracterizan su cultura política. Por lo tanto, la lógica del trabajo sigue la perspectiva comparada, es decir, en todo el análisis empírico se compara entre la juventud y la población más mayor.

Por un lado, se describen los distintos tipos de participación política y social de la juventud y los mayores, centrándonos de forma particular en algunas formas de acción política que resultan más consolidadas en nuestra sociedad y que son muy utilizadas por los movimientos sociales: las actividades de protesta, como sería la asistencia a manifestaciones y, en menor medida, el consumo político. Aquí sometemos a prueba empírica la hipótesis de la «singularidad» de la participación política de la juventud del Estado español. Algunos de los interrogantes que abordamos son: ¿Tienen los jóvenes una relación singular con la política al igual que se ha observado en estudios internacionales? (Norris, 2002 y 2003; Dalton, 2008) ¿Prefieren utilizar otras maneras de participar en lugar de las formas tradicionales o más institucionalizadas (Dalton, 2008)? ¿O, más bien, el panorama es el de desinterés, ignorancia, falta de compromiso e implicación políticas? (Pharr y Putnam, 2000).

Más adelante, el énfasis se sitúa en las cuestiones relacionadas con los valores, las actitudes y las valoraciones de distintas instituciones y mecanismos de participación ciudadana directa. Sabemos que algunas de estas percepciones subjetivas de la política nos ayudan a entender la propensión a utilizar unos determinados mecanismos de participación y otros.

Cabe destacar que en el capítulo se realiza una descripción de distintas actividades de protesta distinguiendo por los temas de convocatoria de cada una de ellas, y a los dos grupos de edad a que los asistentes pertenecen. También se ofrece evidencia sobre la realización y las razones de un tipo de participación política escasamente estudiado en la realidad estatal: el consumo político. Se comprueba si es cierto, como la literatura especializada postula (entre otros, Stolle, Hooghe y Micheletti, 2005), que son los jóvenes los más predispuestos a llevar a cabo ese tipo de actividades.

En el análisis empírico hemos utilizado datos individuales de dos encuestas recientes del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) que disponen de muestras representativas de la juventud: los estudios 2.632 y 2.736, cuyos trabajos de campo se realizaron en 2006 y 2007 respectivamente. A partir de estos estudios, metodológicamente contamos con muestras de la población joven suficientemente grandes para hacer inferencias adecuadas. Y además la selección de estas dos encuestas se ha realizado por motivos substantivos. Estas dos encuestas disponen de numerosas preguntas sobre el comportamiento político de los entrevistados y sus pautas actitudinales.

En este trabajo se consideran jóvenes a aquellos individuos que tenían entre 18 y 34 años en el momento de la entrevista y adultos a los mayores de 34 años. Una clasificación de edad parecida se utiliza en el ya clásico estudio de Dalton (2008) o en el libro sobre conocimiento y participación política de los jóvenes escrito por Fraile, Ferrer y Martín (2007). Se hubiese podido rebajar la edad en que se consideran jóvenes a los entrevistados (por ejemplo, entre 18 y 29 años) pero nos ha parecido más realista, teniendo en consideración las largas transiciones juveniles a una plena emancipación, un puesto de trabajo estable, la experiencia de la maternidad/paternidad o las dificultades de acceso a la vivienda que se dan en el Estado español (Jiménez et al., 2008), ampliar el concepto de jóvenes hasta los 34 años. En cualquier caso, se han comprobado todos los análisis considerando «juventud» aquellos entrevistados entre 18 y 29 años y los resultados son muy similares.

Formas de participación política no electoral e implicación social de la juventud

El grado en que los ciudadanos participan en asociaciones y grupos, así como el tipo y la frecuencia de las actividades políticas que estos realizan, son excelentes indicadores del dinamismo del ámbito público y colectivo de una sociedad, así como de la calidad de su democracia. En esta sección se analizan distintos aspectos que caracterizan la participación social y política de la juventud del Estado español.

Aunque la participación en asociaciones de índole social no se engloba tradicionalmente bajo el epígrafe de participación política, esta información es relevante ya que nos ofrece una primera visión del comportamiento de los ciudadanos en el espacio público. Además, el asociacionismo de los individuos puede estar relacionado estrechamente con su participación política. Las asociaciones son un espacio

donde se pueden desarrollar habilidades y competencias útiles *a posteriori* para la acción política, y también son un lugar donde sus miembros adquieren conocimiento, discuten y se transmiten información política, además de un objetivo de la movilización política por parte de otros actores.

La tabla 1 presenta evidencia sobre el grado de implicación en distintos tipos de asociaciones, políticas y no políticas. Como ya han observado otras autoras (por ejemplo, Morales y Mota, 2006), los niveles de pertenencia a asociaciones en el Estado español son bajos en términos comparados, y aquellas asociaciones que acostumbran a tener más miembros son las deportivas y culturales o de ocio. Esta es la tendencia que se muestra en la tabla 1, en la que se hace patente que menos de un 25% de los entrevistados jóvenes (por un 21% de los mayores de 34 años) afirma ser miembro activo de algún tipo de asociación, en particular, deportivas o culturales.

Tabla 1 Tipos y grado de implicación en asociaciones (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34	Total
Un partido político	4	5	4
Un sindicato o una asociación de empresarios	8	12	10
Un colegio profesional	4	4	4
Una parroquia u otro tipo de organización o asociación religiosa	5	8	6
Un grupo deportivo	12	7	10
Un grupo cultural o de ocio	12	11	11
Una organización de apoyo social o derechos humanos	4	7	5
Una asociación juvenil o estudiantil	5	1	3
Otro tipo de asociación voluntaria	6	6	6
<i>Asociacionismo en general</i>			
Miembro no activo en una o más asociaciones	19	17	18
Miembro activo en una o más asociaciones	24	21	22
<i>N</i>	<i>1707</i>	<i>1485</i>	<i>3192</i>

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

¿Son estas pautas asociativas distintas entre los jóvenes y el resto de la ciudadanía? De acuerdo a la tabla 1, no existen diferencias destacadas. Básicamente, en el caso del asociacionismo deportivo y juvenil, la juventud, como es de lógico por el período vital en que se encuentra, tiene una mayor predisposición a estar implicado en este tipo de grupos, pero todo parece indicar que esta diferencia se deberá al efecto del ciclo vital y no al generacional. Es en los grupos deportivos o en las asociaciones juveniles o de estudiantes donde la juventud muestra niveles superiores, con una diferencia del 5%, frente la población más mayor. En cuanto a la participación en sindicatos o asociaciones empresariales, los mayores de 34 años son ligeramente más propensos que la población más joven (de 12 a un 8% respectivamente).

Asimismo, los mayores de 34 años presentan porcentajes más elevados que la juventud en la categoría de ser miembros de parroquias o asociaciones religiosas. En este caso tal vez el efecto generacional frente al del ciclo vital prevalece. Por un lado, a más edad, mayor componente psicológico de valores tradicionales y, por otro lado, los más jóvenes se han visto influidos por el creciente proceso de secularización de la sociedad española, tradicionalmente católica. No obstante, cabe puntualizar de nuevo, que los niveles de asociacionismo son bajos en general en el Estado español y esta pauta afecta por igual a la juventud como al conjunto de la población.

Vamos a ver ahora las pautas de participación política. De los porcentajes resumidos en la tabla 2, se desprende que la firma de peticiones, asistir a una manifestación, el boicot o la compra de productos por motivos políticos, éticos o medioambientales y dar o recibir dinero por alguna causa, son las acciones sociales y políticas más populares entre la población española durante el transcurso del inicio de 2005 y enero de 2006 (período en que hace referencia la pregunta de la encuesta, es decir, los últimos 12 meses antes del momento de la entrevista).

Tabla 2 Participación en actividades políticas (en porcentajes)

Acciones políticas llevadas a cabo en los últimos 12 meses	Jóvenes	Mayores de 34	Total
Firmar una petición	26	20	23
Asistir a una manifestación	20	14	17
Participar en una huelga	12	6	9
Participar en actividades ilegales de protesta (cortar el tráfico, ocupar edificios, encadenarse, etc.)	2	1	1
Boicotear o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente	16	12	14
Comprar ciertos productos deliberadamente por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente	20	15	18
Contactar o intentar contactar con un político para expresarle sus opiniones	5	6	5
Donar o recaudar dinero para alguna causa	23	24	24
Asistir a una reunión política o a un mitin	6	7	6
Enviar mensajes políticos, SMS, a través del móvil	3	1	2
Participar en un foro o grupo de discusión política en internet	4	1	2

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

¿Existen diferencias en las pautas de participación política no electoral entre los jóvenes y los mayores de 34 años? En general, se observa que la juventud participa más en acciones de protesta (ir a manifestaciones y huelgas) y en el consumo político que la población más mayor. Algo que, en cierta manera, predice la literatura que ha estudiado los factores individuales asociados al fenómeno de la protesta en sus distintas dimensiones desde el clásico estudio de *Political Action* (Barnes y Kaase, 1979) o la literatura más reciente sobre el consumo político (entre otros, Micheletti, Follesdal y Stolle, 2003).

Las excepciones a esta pauta identificada en la tabla 2 la constituyen las donaciones o la recaudación de dinero por alguna causa, la asistencia a reuniones políticas o mitines, y el contacto político. Para estas formas de participación que generan un nivel de conflicto menor, y son tipos de actividades mucho más institucionalizadas, las diferencias por edad son escasas y en ningún caso estadísticamente significativas.

Por otro lado, la juventud parece utilizar en mayor medida el móvil y los foros de discusión para transmitir información, discutir de política o informar sobre acciones de movilización. Las diferencias son sutiles, no obstante, puesto que estamos comparando porcentajes muy pequeños ya que se trata de actividades aún muy poco arraigadas en la sociedad (véase tabla 2). Aún así estos resultados apuntan que la literatura que predice el comportamiento o la relación singular con la política, las nuevas tecnologías y

los jóvenes (Norris, 2002 y 2003; Robles, 2006; Dalton 2008) está en lo cierto. Cuando se les preguntan si han utilizado internet para la realización de las acciones políticas arriba mencionadas, un nombre mayor de jóvenes lo confirman respecto a los más mayores (véase tabla 3).

Tabla 3 Uso de internet para la realización de acciones políticas (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34	Total
Sí	20	8	15
No	80	82	85
Total	100	100	100
N	1.194	902	2.096

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

La visión crítica hacia las instituciones y la clase política por una parte creciente de la ciudadanía de las democracias representativas occidentales (Norris, 1999), se ha plasmado en comportamientos concretos como el ejercicio de la abstención como forma de protesta. La tabla 4 ofrece evidencia de este tipo de comportamiento «crítico» con uno de los elementos substantivos del modelo de democracia representativa, como son las elecciones, y que es cada vez más cuestionado. Los porcentajes muestran claramente que la juventud ha tendido a realizar en mayor medida la abstención crítica, más específicamente, un 23% del total de jóvenes afirma haberse abstenido frente un 18% de los más mayores.

Tabla 4 Abstención como forma de protesta (en porcentajes)

¿Se ha abstenido Ud. alguna vez en unas elecciones como forma de protesta?	Jóvenes	Mayores de 34	Total
Sí	23	18	21
No	77	82	79
Total	100	100	100
N	1.679	1.465	3.144

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

Ya hemos ofrecido evidencia que demuestra que las actividades de protesta (particularmente, asistir a manifestaciones y firmar peticiones) son una de las formas más frecuentes de acción política en el Estado español y, en particular, entre la juventud. A continuación, la tabla 5 proporciona información sobre cuáles eran los temas de las actividades de protesta a las que asistieron o secundaron los entrevistados en el pasado. En el cuestionario del estudio 2632 del CIS se incluye una batería de posibles temas susceptibles de motivar las distintas acciones de protesta. De esta forma, cada entrevistado que declara haber participado en una forma de protesta, bien en los últimos doce meses o bien en un pasado más lejano, tuvo además que indicar cuál era el tema por el que asistió o secundó la protesta.

De la lista de posibles temas de protesta se mencionaron aquellos que han tenido más capacidad de movilización de la ciudadanía en los últimos años, tanto desde una óptica de izquierdas como de derechas. Recordemos en este sentido que ya no son solo los individuos ideológicamente de izquierdas los que van a manifestarse. Por el contrario, existe una creciente normalización de la protesta (Van Aelst y Walgrave, 2001; Norris, Walgrave y van Aelst, 2005) que comporta mucha más heterogeneidad en los temas de las protesta y en el perfil ideológico de los actores convocantes. Entre estos y en los últimos años, la derecha política o la jerarquía de la Iglesia católica para el caso del Estado Español (Ferrer y Fraile, 2007). Como se muestra en la tabla 5, la evidencia sugiere que las manifestaciones contra el terrorismo, las movilizaciones pacifistas contra la Guerra de Iraq —cuando el PP gobernaba en el Estado— y las más tradicionales reivindicaciones por temas laborales o educativos (por ejemplo, las numerosas manifestaciones contra la LOU de los últimos años, las movilizaciones anti-Boloña aún no se

recogen con los datos que aquí se utilizan) fueron las de más frecuente participación entre los entrevistados.

Tabla 5 Temas relacionados con la participación en manifestaciones, huelgas o actos públicos de protesta en el pasado (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Contra el terrorismo	29	22	26
Contra la Guerra de Iraq	25	16	21
Medio ambiente	8	6	7
Gestión del agua	4	3	4
Ley sobre los matrimonios homosexuales	3	1	2
Inmigración	3	2	2
Por temas laborales (reforma mercado laboral, desempleo, etc.)	18	19	19
Educación	22	10	16
Por cuestiones relacionadas con el nacionalismo	4	2	3
Antiglobalización	5	2	3
En defensa de la Constitución	2	3	3
Otro tipo de manifestaciones	4	5	4
<i>N</i>	1.707	1.485	3.192

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

De nuevo, cabe preguntarse: ¿Existen diferencias de edad respecto a los temas por los que asisten o secundan acciones de protesta? Tal y como se aprecia en la tabla 5, los jóvenes declaran haber ido en mayor medida a manifestaciones contra el terrorismo y contra la Guerra de Iraq o por cuestiones educativas. La explicación es perfectamente racional pues son parte de los jóvenes los que más probablemente estaban estudiando en la universidad, foco tradicional de la movilización estudiantil, y más concretamente, en términos de luchas de protesta, contra la LOU, la LOCE o el proceso de Boloña (aunque, como hemos mencionado anteriormente, la encuesta no recoge este período de movilización más reciente). Finalmente, para el resto de temas, la juventud protesta más aunque con menos diferencias respecto la población de más edad. En definitiva, los jóvenes presentan una propensión mayor a la participación en protesta que los ciudadanos mayores de 34 años, lo que corrobora los resultados de estudios clásicos en la literatura de protesta (Barnes y Kaase 1979; Gundelach, 1995).

En la tabla 6 podemos ver las diferencias en cuanto a la valoración que se da a dos formas de participación que tienen implicaciones bien distintas: ir a votar o manifestarse. El voto está centrado en las estrategias partidistas mientras que la protesta tradicionalmente era la estrategia de lucha de los movimientos sociales (algo que, ciertamente, está cambiado con el fenómeno de la normalización de la protesta). Las pautas muestran diferencias en función del grupo de edad. La juventud es más crítica con la decisión de voto y en cambio está menos de acuerdo con las afirmaciones que una manifestación no sirve para nada o que requiere mucho tiempo y esfuerzo. Por lo tanto, más proclive a evaluar ir a una manifestación de forma más positiva. En el caso de la afirmación sobre la facilidad del voto las diferencias son poco importantes. Obviamente, jóvenes y mayores consideran que es un comportamiento poco costoso y sencillo.

Tabla 6 Valoración de ir a votar o manifestarse (en porcentajes)

Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Casi siempre me resulta difícil decidir por quién votar	28	24	25 (905)
Ir a una manifestación no sirve para nada	24	32	30 (1.005)
Ir a una manifestación requiere mucho tiempo y esfuerzo	31	40	37 (1.240)
Votar es fácil y no requiere mucho tiempo y esfuerzo	78	81	80 (2.885)

Fuente: Estudio 2736-CIS. Elaboración propia.

En los últimos años, se han ido consolidando nuevas formas de participación como la del consumo político. Su dimensión más novedosa es en la opción de compra, por ejemplo, cuando un producto respeta el medio ambiente, está producido bajo criterios de comercio justo o no se utiliza transgénicos en su cultivo, mientras que el boicot es ya una actividad más consolidada desde hace decenios. En el marco de esta actividad, que engloba tanto la compra o el boicot de productos por razones éticas, políticas o medioambientales, la venta de productos de «comercio justo» tiene una de sus realidades cotidianas más concretas.

La definición de comercio justo implica, entre otras cosas, que un producto ha sido elaborado siguiendo unos criterios específicos: participación de las comunidades productoras en la gestión del proceso productivo, producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente, los beneficios de la venta revierten en la comunidad, un precio justo por el producto más allá de lo que establezcan las grandes cadenas productivas y de distribución, etc. Ahora bien, puede ocurrir que algunos ciudadanos compren ese tipo de productos de comercio justo simplemente porque se encuentran disponibles en las estanterías de los supermercados pero no porque sean conscientes de las connotaciones que implica esa «etiqueta».

Preguntando por el conocimiento de este tipo de productos se intenta medir el arraigo que tiene esa opción solidaria en el seno de la sociedad. La tabla 7 muestra los porcentajes de entrevistados que declaran comprar productos de comercio justo, así como los que no conocen lo que es, distinguiendo entre dos grupos de edad. De nuevo, se observa que la juventud es la que más ha comprado productos de comercio justo (un 30% del total) y, al mismo tiempo, la que presenta un menor porcentaje de entrevistados que afirman que no saben lo que es el comercio justo (un 24% respecto a un 33% de los más mayores). Además, los mayores de 34 años son menos proclives a realizar este tipo de compra solidaria. En el ámbito internacional se ha postulado (Stolle, Hooghe y Micheletti, 2005; Ferrer, 2010) que generalmente son los más jóvenes los que compran productos de comercio justo, y aquí, en el Estado español, parece que esto también es cierto.

Tabla 7 Compra de productos de comercio justo (en porcentajes)

Desde hace un tiempo, es posible encontrar en algunos supermercados, tiendas u ONG, productos de «comercio justo» (café, chocolate, ropa, etc.). Durante los últimos 12 meses, ¿ha comprado Ud. alguna vez este tipo de productos?	Jóvenes	Mayores de 34	Total
Sí	30	20	25
No	46	47	46
No sabe lo que es el «comercio justo»	24	33	29
Total	100	100	100
N	1.707	1.485	3.192

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

Entre las razones de la compra y el boicot a productos o a empresas pueden existir muchos tipos motivaciones. Se conoce que las políticas relacionadas con el consumo y la economía son centrales para muchos de los movimientos sociales (Lien y Nerlich, 2004). Como puede verse, por ejemplo, con el movimiento anti-globalización y las protestas que llevo a cabo contra el Banco Mundial o la Organización Internacional de Comercio, los grupos y cooperativas que promocionan el comercio justo, o el activismo contra el trabajo infantil o las maquilas (Bennett y Lagos, 2007). Diversos autores han postulado la relación entre ciudadanos que consumen de forma responsable como mecanismo de presión sobre cuestiones medioambientales, humanitarias y de justicia global (Bennett, 2004). Entre estas, siguiendo la perspectiva de movimientos sociales, Holzer (2006) señala que el nexo entre la acción individual del consumo y su influencia de transformación social a través del mercado son los movimientos sociales y su proceso de «colectivización» de las decisiones privadas a partir de su discurso y campañas de movilización. Son los movimientos sociales los que convierten en público las acciones privadas del consumo sea a través de sanciones negativas (boicots) o positivas (sellos de productos, listas de empresas de buenas prácticas, etc.) o son estas organizaciones las que introducen la «voz» en el contexto del mercado.

De hecho, tanto el consumo como la protesta son mecanismos utilizados, muy a menudo, por movimientos y organizaciones de nueva política para presionar en el ámbito económico o político. En el caso español, existe, no obstante, una particularidad propia. En el Estado español se han producido campañas de boicot desde posiciones de la derecha ideológica y conservadora y el nacionalismo españolista, por ejemplo, contra productos elaborados en Cataluña, como fue el caso del cava catalán. Esto es un hecho peculiar si se compara con las razones del boicoteo en países nórdicos, Holanda, o Alemania. En estos países las motivaciones son mucho más vinculadas a los procesos de cambio de valores posmaterialistas y a la defensa del medio ambiente, denuncia de trabajo infantil y vulneración de derechos humanos, etc.

Tabla 8 Razones del boicot a productos o a empresas (en porcentajes)*

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Porque se utilizaba trabajo infantil	33	32	33 (175)
Porque no respetaba el medio ambiente	52	47	50 (267)
Porque procedía de una determinada Comunidad Autónoma	23	28	25 (134)
Porque Ud. está en contra de las grandes multinacionales (Burger King, Coca-Cola, Nestle, etc.)	24	15	21 (109)
Porque procedía de un país que no respeta los derechos humanos	19	23	21 (112)
Por otras razones	9	7	8 (43)

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

* Nota: esta pregunta se hizo solamente a aquellos entrevistados que respondieron en la P.26E y/o P.27E del cuestionario si habían realizados boicots.

En la tabla 8 se presentan diversas razones del boicot a productos o empresas por los dos grupos de edad. Como vemos, para ambos grupos, las razones más mencionadas entre aquellos individuos que realizan boicots son el no respeto del medio ambiente, la utilización de trabajo infantil y, en menor medida, la procedencia de una determinada CCAA, estar en contra de las grandes multinacionales o la procedencia de un país que no respetaba los derechos humanos. Los jóvenes, no obstante, destacan más en aquellas motivaciones más vinculadas a la denuncia de la desigualdad Norte-Sur (existencia de trabajo infantil), la

defensa del medio ambiente o la crítica a las grandes multinacionales. En consonancia, con lo que esperaríamos en una juventud más transformadora y con mayor conciencia hacia el peligro del cambio climático, la globalización económica o la desigualdad entre hemisferios.

Tabla 9 Razones de la compra de productos por razones políticas, éticas o medioambientales (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Porque respetaba el medio ambiente	65	66	65 (404)
Por la salud	37	34	36 (223)
Porque procedía de una determinada Comunidad Autónoma	16	14	16 (97)
Por el precio	24	18	22 (136)
Por ser productos de los países del Tercer Mundo (comercio justo, etc.)	38	32	35 (219)
Por la calidad	25	20	23 (145)
Para apoyar a los pequeños productores (cooperativas, pequeños agricultores)	35	30	33 (207)
Por otras razones	3	2	3 (17)
N.C.	4 (22)	3 (18)	4 (22)

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

* Nota: esta pregunta se hizo solamente a aquellos entrevistados que respondieron en la P.26F y/o P.26F del cuestionario que habían realizado compra de productos deliberadamente por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente.

En cuanto a las razones de la compra de productos por razones políticas, éticas o medioambientales, como se puede ver en la tabla 9, destacan, en primer lugar, aquellas motivaciones de tipo ecológico («porque respetaba el medio ambiente»), y en segundo lugar, por ser productos que procedían de países del Sur y producidos bajo criterios de comercio, por la salud (realizados, por ejemplo, sin la utilización de transgénicos y aditivos químicos), o por cuestiones de soberanía alimentaria y apoyo a los pequeños productores. Las siguientes razones, en tercer lugar, ya sería el precio y la calidad. La última motivación sería la procedencia de una determinada Comunidad Autónoma. En cualquier caso, entre jóvenes y más mayores, la tendencia es similar siendo menor la relevancia que la población más mayor da a razones como el precio, la producción en países del Sur o la calidad.

Cultura política: actitudes y valores de la juventud

Hasta aquí hemos visto las pautas de la juventud en cuanto a su participación en organizaciones sociales y políticas, la participación política no electoral, uso de nuevas tecnologías, protesta o consumo político. Otra aproximación para entender la participación y el papel de la política en la vida de la juventud del Estado español es observar que actitudes y valores relacionados con la política son predominantes entre ella y el resto de la ciudadanía. En esta sección se presentan algunos valores, prioridades de temas que interesan y actitudes que caracterizan a la juventud y al resto de la población. Para empezar, el interés por la política es un indicador clásico que se relaciona con la participación política de la ciudadanía. A mayor

interés por la política, mayor propensión a realizar cualquier actividad política y, más específicamente, aquellas con mayores costes de información, tiempo, conocimiento, etc. Como podemos observar en la tabla 10, no existen diferencias entre aquellos individuos jóvenes y el resto de la población. Un 70% de la población en general, y de los jóvenes en particular, afirman no tener poco o nada interés por la política. En definitiva, las pautas son completamente parecidas por los dos grupos de edad, al igual que se ha observado en trabajos anteriores (Ferrer, 2006).

Tabla 10 Interés por la política (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Mucho o bastante interés por la política	30	30	30 (958)
Poco o nada interés por la política	70	70	70 (2.208)
Total	100	100	100

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

Niveles bajos de confianza en las instituciones y las autoridades públicas se relacionan con las acciones de protesta y una mayor identificación con los movimientos sociales, mientras que niveles altos de confianza en las instituciones de representación tradicionales se asocian a formas de participación más convencionales como participar en partidos, contactar políticos o funcionarios o ir a votar. En la tabla 11 se presenta la media de confianza, calculada a partir de una escala del 0 al 10, en diversas instituciones y actores políticos de la juventud y la población mayor de 34 años. Es evidente que entre los jóvenes los peores valorados son los partidos políticos, el gobierno de Zapatero (el PSOE estaba en el gobierno del Estado en el momento de la entrevista) y el Congreso de Diputados. En los tres casos el suspenso es evidente. Los sindicatos y medios de comunicación llegan a un justo aprobado y solo las ONG, que justamente se presentan como un tipo de organización alternativa al modelo partidista, obtienen una valoración correcta (un 6,5 de media). Entre los más mayores, la tendencia es de mayor puntuación — aunque con suspensos y aprobado justos— de las distintas instituciones de representación política y actores como medios de comunicación, partidos o sindicatos. Justamente en el caso de las ONG, la población mayor de 34 años las valora en menor grado que la juventud. En definitiva, aunque todo el conjunto de la población muestra unos valores críticos con algunas de las instituciones básicas del modelo liberal de democracia representativa, los jóvenes aún son más escépticos y críticos.

Tabla 11 Confianza en diversas instituciones , escala del 0 al 10 (medias)

	Jóvenes	Mayores de 34 años
Los partidos políticos	4,1	4,4
Los medios de comunicación	5,5	5,6
El Congreso de los Diputados	4,7	5,1
Los sindicatos	5,2	4,9
El actual Gobierno (período PSOE/presidente Zapatero)	4,6	4,9
Las ONG	6,5	6,3

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

En cuanto al peso de la ideología, la juventud del Estado español tiene una tendencia a situarse ideológicamente algo más a la izquierda que los más mayores, aunque las diferencias son pequeñas (véase tabla 12). Un 50% de los jóvenes se autoubica entre el 0 y 4 de la escala ideológica y un 30% restante en el centro. Solamente un escaso 20% de los jóvenes entrevistados se ubica en posiciones de derecha. Entre los individuos mayores de 34 años la tendencia es similar con un ligero porcentaje de individuos situados en el centro o la derecha del espectro ideológico, tal como también se observa con la comparación de las medias de ideología. Esta evidencia empírica es relevante porque sabemos que ubicarse en la izquierda política (es decir, en el tramo que va de 0 a 2 en la escala ideológica) está positivamente asociado con todas las dimensiones participativas (Fraile, Ferrer y Martín, 2007). O dicho de otro modo, las personas

que se ubican en la izquierda, participan más. Y el potencial para la participación, por lo tanto es más evidente entre la juventud.

Tabla 12 Porcentajes de grupos ideológicos (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Izquierda (0-2)	19	17	18
Centro-izquierda (3-4)	31	34	32
Centro (5)	30	28	29
Centro-derecha (6-7)	14	15	14
Derecha (8-10)	6	7	6
Total	100	100	100
Ideología media (0-10)	4,24	4,35	4,29
N	1.404	1.170	2.574

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

Las tesis de Inglehart (1977, 1990) postulan que entre las generaciones más jóvenes se ha ido produciendo un cambio de valores que se concretiza en lo que este autor ha definido como valores posmaterialistas. Este cambio de valores según Inglehart resulta, entre otros aspectos, en la emergencia de nuevas prioridades de temas y en el mayor uso de los mecanismos de acción colectiva alternativos a los ya existentes ligados a la política tradicional (tales como sindicatos o partidos políticos). En este sentido, cabe esperar un incremento de la participación en movimientos sociales y de las actividades de protesta entre quienes efectivamente presentan valores que priorizan los temas posmaterialistas. De esta forma, también podemos entender la mayor propensión de la protesta y el consumo político entre los jóvenes.

Los datos de la tabla 13 sugieren que esta hipótesis es factible en el caso del Estado español puesto que la juventud presenta más valores posmaterialistas (17% frente al 10% de los mayores de 34 años) y, sobre todo, presenta menos valores materialistas que los más mayores (un 24% frente al 42%). De hecho, este es uno de los contrastes más destacados entre las comparaciones por grupos de edad que hemos ido discutiendo en el capítulo.

Tabla 13 Porcentajes de posmaterialistas y materialistas (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Materialista	24	42	32
Mixto	59	47	53
Posmaterialista	17	10	15
Total	100	100	100
N	1.611	1.363	2.974

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

Si existe este cambio de valores en la juventud, tendríamos que observarlo también en el tipo de temas que les interesan. En este sentido, en la tabla 14, podemos observar que para la juventud son prioritarios, en primer lugar, temas como la igualdad de género, el medio ambiente, en segundo lugar, cuestiones relacionadas con la inmigración y la cultura, y en tercer lugar, la cooperación al desarrollo, conflictos internacionales o los deportes. Comparando con los más mayores, se observa un menor interés por parte de la juventud por cuestiones vinculadas a la religión o un mayor interés por los deportes. En temas de la igualdad o el medio ambiente, la juventud les da más relevancia que los mayores de 34 años.

Tabla 14 Temas que interesan de forma especial (entre paréntesis el ranking de más a menos mencionado) (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años
El medio ambiente	61 (2)	59 (1)
La religión	9 (8)	20 (8)
La cooperación al desarrollo	31 (7)	31 (5/6)
La cultura	45 (3/4)	48 (3)
Los conflictos internacionales	35 (6)	31 (5/6)
Los deportes	36 (5)	27 (7)
Los temas relacionados con la inmigración	45 (3/4)	42 (4)
La igualdad entre hombres y mujeres	62 (1)	57 (2)

Fuente: Estudio 2632-CIS. Elaboración propia.

En la actualidad existen voces cada vez más críticas con el funcionamiento de la democracia representativa en la actualidad. Una de las posibles alternativas es la aplicación de un modelo participativo de democracia en el que se prime la voz y la implicación de la ciudadanía en los procesos de elaboración de las políticas públicas. Por lo tanto, vamos a observar qué grado de apoyo tienen los nuevos mecanismos de participación ciudadana directa entre la juventud. Y esto lo podemos comprobar frente a esta opción y la alternativa, tradicional, que sería que las decisiones políticas las tomen exclusivamente los representantes políticos. Tal como indican los valores de la tabla 15, un 85% de la juventud se muestra favorable a la búsqueda de mecanismos o fórmulas para que los ciudadanos participen más directamente en la toma de decisiones políticas. Entre los más mayores, existe también una gran mayoría a mecanismos participativos pero en un porcentaje menor (78%).

Tabla 15 Apoyo a mecanismos de participación ciudadana (en porcentajes)

	Jóvenes	Mayores de 34 años	Total
Las decisiones políticas las deben tomar exclusivamente los representantes políticos	10	15	13 (457)
Es necesario buscar mecanismos/fórmulas para que los ciudadanos participen más directamente en la toma de decisiones políticas	85	78	80 (2742)
Depende de la cuestión a decidir (el entrevistador/a no la leía)	5	7	7 (226)
Total	100	100	100

Fuente: Estudio 2736-CIS. Elaboración propia.

Conclusiones

Los resultados de este trabajo corroboran que los jóvenes participan poco en asociaciones más allá de las deportivas, culturales o de ocio, tienden a elegir en mayor medida la protesta y otras formas de participación no electorales como canales prioritarios de participación en el mundo político, especialmente cuando los temas de convocatoria les afectan directamente (como es el caso de las cuestiones educativas), pero también en temas de ámbito más universal como los pacifistas (como fueron las movilizaciones contra la Guerra de Iraq). Asimismo, el capítulo muestra que la juventud aparece como la que en mayor medida compra o deja de comprar productos por motivos éticos, políticos, o medioambientales. Y también que son los jóvenes los que utilizan la abstención como forma de protesta, así como los que en mayor medida declaran usar internet para llevar a cabo acciones políticas. En cuanto a las pautas de cultura política, la juventud es muy crítica con las instituciones y los partidos, es ligeramente más de izquierdas y claramente más posmaterialista que poblaciones más mayores, y apoya incrementar los mecanismos de participación ciudadana frente al modelo de democracia representativa. Ahora bien, las pautas generales nos señalan la existencia de una fuerte desafección política (al menos hacia los partidos y la política más institucional) en el Estado español independientemente de la edad. Eso sí, la juventud es aún más crítica que los mayores.

* **Departamento de Ciencias Políticas y Sociales, Universitat Pompeu Fabra.**

Bibliografía

Barnes, S. y M. Kaase et al. (1979), *Political Action: Mass Participation in Five*

Western Democracies. Beverly Hills, Sage. Bennett, W. L. y T. Lago (2007), «Logo logic: the ups and downs of branded political communication». *The ANNALS of the American academy of political and social science* 611, pp. 193-206. Bennet, W. L. (2004), «Branded political communication: Lifestyle politics, logo campaigns, and the rise of global citizenship», en Micheletti, M., A. Follesday y D. Stolle (eds.) *Politics, products, and markets. Exploring political consumerism past and present*. Nuevo Brunswick, Transaction Press. Dalton, R. J. (2008), *The good citizen. How a younger generation is reshaping american politics*. Washington, D.C., CQ Press. Ferrer, M. (2006), «Jóvenes, participación y actitudes políticas en España, ¿son realmente tan diferentes?». *Revista de Estudios de Juventud* 75, pp. 195-169.

— y M. Fraile (2007), «¿Es la protesta un fenómeno ‘normalizado’? Una exploración de los determinantes de la protesta en distintos contextos autonómicos», en Grau, E. y P. Ibarra, *Anuario de movimientos sociales*. (En prensa).

— (2010), «El fenómeno del consumo político en Europa: ¿Una forma de acción política de la ciudadanía del siglo xxi?», en Torcal, M. *La ciudadanía europea en el siglo XXI. Estudio comparado de sus actitudes, opinión pública y comportamiento políticos*. Madrid, cis. (En prensa).

Fraile, M., M. Ferrer e I. Martín (2007), *Jóvenes, conocimiento político y participación*. Madrid, cis.

Gundelach, P. (1995), «Grass-Roots Activity», en Klingemann, H.-D. y D. Fuchs (eds.) *Citizens and the State*. Oxford, Oxford University Press. Holzer, B. (2006), «Political consumerism between individual choice and collective action: Social movements, role mobilization and signalling». *International Journal of Consumer Studies* 30 (5), pp. 405-15. Inglehart, R. (1977), *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton, Princeton University Press.

— (1990), *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, N.J., Princeton

University Press. Jiménez, B. et al. (2008), *La emancipación precaria. Transiciones juveniles a la vida adulta en España a comienzos del siglo XXI*. Madrid, cis. Lien, M. y B. Nerlich (eds.) (2004), *The politics of food*. Oxford: Berg Publishers. Micheletti, M., A. Follesdal y D. Stolle, (eds.) (2003), *Politics, Products, and*

Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present. New Brunswick, Transaction Press. Morales, L. y F. Mota (2006), «El asociacionismo en España», en J.R. Montero,

J. Font y M. Torcal (eds.) *Ciudadanos, asociaciones y participación en España*.

Madrid: cis. Norris, P. (ed.) (1999), *Critical Citizens: Support for Democratic Government*, Nueva

York, Oxford University Press. Norris, P. (2002), *Democratic phoenix: reinventing political activism*. Cambridge: Cambridge University Press.

— (2003), «*Young People and Political Activism: From the Politics of Loyalties to the Politics of Choice?*» (<http://ksghome.harvard.edu/~pnorris/ACROBAT/COE.pdf>; report for the Council of Europe Symposium «Young people and democratic institutions: from disillusionment to participation»).

— P. Walgrave, S., y van Aelst y S. (2005), «Antistate Rebels, Conventional Participants, or Everyone?». *Comparative Politics* 37, pp. 189-205.

Pharr, S.J. y R.D. Putnam (eds.) (2000), *Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries?* Princeton, NJ, Princeton University Press.

Robles, J. M. (2006): «Los jóvenes y las nuevas formas de participación política a través de internet». *Revista de Estudios de Juventud* 75, pp. 155-169.

Stolle, D., M.Hooghe y M. Micheletti (2005), «Politics in the Super-Market—Political Consumerism as a Form of Political Participation». *International Review of Political Science* 26. pp. 245-269.

Van Aelst, P. y S. Walgrave (2001), «Who is that (wo)man in the street? From the normalisation of protest to the normalisation of the protester», *European Journal of Political Research* 39, pp. 461-486.