

INDICADORES *BÁSICOS DE JUVENTUD*

- 1- ASPECTOS DEMOGRÁFICOS
- 2- INDICADORES SOCIOECONÓMICOS
- 3- CONVIVENCIA
- 4- VALORES
- 5- USO DE LAS TICS
- 6- OCIO y TIEMPO LIBRE
- 7- DROGAS
- 8- PARTICIPACIÓN
- 9- LAS RELACIONES (GRUPALES, SEXUALES)
- 10- ASPECTOS CULTURALES
- 11- TIPOLOGÍAS
- 12- INDICADORES OPINÁTICOS SOBRE LA CRISIS
- 13- LA JUVENTUD VISTA DESDE LOS ADULTOS
- 14- LA JUVENTUD EN LOS MEDIOS

PRESENTACIÓN

EL CENTRO REINA SOFÍA

sobre Adolescencia y Juventud de la FAD nace con la voluntad de ser una referencia y un instrumento eficaz de apoyo para instituciones, expertos y medios de comunicación, en todo lo relativo a la socialización de jóvenes y adolescentes.

En su presentación pública quiere ofrecer una “foto fija” del momento social en lo que afecta a las poblaciones que nos interesan. Es una imagen transitoria que rápidamente quedará superada pero que, en su complejidad, también en su volatilidad, expresa perfectamente aquello de lo que el Centro debe ocuparse, aquello que constituirá su campo de trabajo.

NOTA PREVIA

ESTE DOSSIER

trata de esbozar un retrato de la adolescencia y la juventud española aportando los datos más actuales, entre los existentes, de fuentes estadísticas europeas y españolas, y de mostrar la evolución de las cifras para observar cómo ha cambiado la realidad de la juventud y adolescencia españolas y cuál es la situación en este momento.

Los datos

que se recogen son cuantitativos y cualitativos, de fuentes estadísticas secundarias y del material propio generado en las investigaciones impulsadas desde el Centro. Abarcan diferentes temáticas: desde un perfil demográfico o indicadores de la situación laboral, educativa y de acceso a la vivienda, hasta las modalidades de participación social y política juveniles, los valores predominantes o los usos del tiempo libre y de las TICs. Así mismo, se recogen datos de investigaciones referentes a cuestiones que tienen más que ver con la percepción colectiva y con la visión específica que los propios jóvenes tienen sobre la juventud, sus formas de relacionarse, sus actitudes, sus gustos y aficiones o su percepción de la crisis. Todos estos temas responden al interés del Centro por impulsar diferentes líneas de investigación que permitan contar con información actual, amplia y rigurosa para entender las dinámicas que protagonizan jóvenes y adolescentes, prevenir los riesgos a los que puedan exponerse, impulsar un desarrollo más positivo y, en definitiva, facilitar y crear sinergias con el trabajo de expertos, investigadores e instituciones que trabajan en este ámbito.

El Centro

Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud focaliza su trabajo en la investigación y el análisis de la realidad social de la población en la franja de edad entre los 15 y los 29 años. Sin embargo, en función de las temáticas específicas y de que las necesidades concretas así lo requieran, dicha franja se puede ampliar desde los 12 y hasta los 30 ó 35 años.

Para más información y para un análisis en profundidad de muchos de los datos, el texto completo de diversas investigaciones está disponible y se puede descargar en la página web: <http://adolescenciayjuventud.org/>

1-ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

TABLA 1.1. Población por país y grupo de edad (porcentaje). Datos europeos para 2011.

País	De 15 a 24 años
Bélgica	12,1
Bulgaria	12,3
República Checa	12,5
Dinamarca	12,2
Alemania	11,3
Estonia	14
Irlanda	12,5
Grecia	10,6
España	10,6
Francia	12,5
Italia	10,1
Chipre	14,9
Letonia	14,5
Lituania	15,3
Luxemburgo	11,9

Hungría	12,5
Malta	14
Países Bajos	12,2
Austria	12,2
Polonia	14,4
Portugal	11,1
Rumanía	13,9
Eslovenia	11,6
Eslovaquia	14,5
Finlandia	12,3
Suecia	13,3
Reino Unido	14,37
Islandia	14,7
Liechtenstein	12
Noruega	12,9
Suiza	11,9
Croacia	12,2
Turquía	17,2

Fuente: INE 2012. Fuente EUROSTAT

Fuente Reino Unido: Área de estadística <http://www.ons.gov.uk/>

TABLA 1.2. Población (española/extranjera) por edad (año a año) y sexo. Estadística del Padrón Continuo a 1 de enero de 2012 para España

	Ambos sexos			Hombres			Mujeres		
	TOTAL	Españoles	Extranjeros	TOTAL	Españoles	Extranjeros	TOTAL	Españolas	Extranjeras
TOTAL nacional	47.265.321	41.529.063	5.736.258	23.298.356	20.322.848	2.975.508	23.966.965	21.206.215	2.760.750
15 años	431.293	376.213	55.080	221.438	192.815	28.623	209.855	183.398	26.457
16 años	432.048	376.775	55.273	222.334	193.628	28.706	209.714	183.147	26.567
17 años	436.241	380.686	55.555	224.926	195.570	29.356	211.315	185.116	26.199
18 años	454.889	397.002	57.887	234.655	204.071	30.584	220.234	192.931	27.303
19 años	473.079	411.656	61.423	242.968	211.040	31.928	230.111	200.616	29.495
20 años	476.310	410.047	66.263	244.459	210.797	33.662	231.851	199.250	32.601
21 años	488.054	414.330	73.724	248.997	212.562	36.435	239.057	201.768	37.289
22 años	506.464	421.935	84.529	257.270	216.574	40.696	249.194	205.361	43.833
23 años	524.901	429.500	95.401	265.246	220.360	44.886	259.655	209.140	50.515
24 años	543.169	435.873	107.296	274.043	223.354	50.689	269.126	212.519	56.607
25 años	565.248	447.939	117.309	284.281	229.203	55.078	280.967	218.736	62.231
26 años	592.390	465.541	126.849	298.528	238.114	60.414	293.862	227.427	66.435
27 años	621.029	485.258	135.771	313.175	248.037	65.138	307.854	237.221	70.633
28 años	647.159	503.790	143.369	327.451	256.990	70.461	319.708	246.800	72.908
29 años	689.685	534.128	155.557	350.256	272.281	77.975	339.429	261.847	77.582

Fuente: INE 2013

TABLA 1.3. Estimaciones de la población actual de España. Población por sexo y edad, a 1 de enero de 2013.

Edad	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
15 años	423.054	217.151	205.903
16 años	426.511	218.854	207.657
17 años	433.655	222.512	211.143
18 años	442.602	227.076	215.526
19 años	452.956	231.927	221.029
20 años	464.938	231.927	227.430
21 años	476.516	242.881	233.636
22 años	489.018	248.560	240.458
23 años	507.171	256.640	250.531
24 años	527.357	266.064	261.293
25 años	548.911	276.687	272.224
26 años	573.855	289.189	284.666
27 años	604.244	304.525	299.719
28 años	638.457	322.474	315.983
29 años	673.945	341.387	332.558

Fuente: INE 2013

TABLA 1.4. Evolución estimada de la población española por fecha de referencia, sexo y grupo quinquenal de edad (1 de octubre 2012- 1 de octubre 2009)

EDAD	AMBOS SEXOS				HOMBRES				MUJERES			
	2012	2011	2010	2009	2012	2011	2010	2009	2012	2011	2010	2009
15-19 años	2.155.949	2.185.366	2.218.237	2.248.040	1.105.313	1.120.884	1.139.055	1.155.532	1.050.635	1.064.482	1.079.182	1.092.508
20-24 años	2.403.925	2.478.587	2.558.869	2.651.516	1.219.667	1.258.998	1.302.414	1.354.708	1.184.257	1.219.589	1.256.456	1.296.808
25-29 años	2.906.478	3.075.346	3.253.218	3.428.705	1.460.271	1.554.142	1.654.813	1.757.516	1.446.207	1.521.204	1.598.405	1.671.189

Fuente: INE 2013

TABLA 1.5. Evolución de la población joven (15-29 años). 1960-2010

AÑOS	TOTAL población	15-19 años	20-24 años	25-29 años
VALORES ABSOLUTOS (EN MILES)				
1960	30.528,5	2.434,0	2.267,7	2.446,7
1970	34.040,7	2.709,3	2.548,8	2.239,5
1981	37.683,4	3.263,3	2.942,2	2.537,4
1991	40.847,4	3.339,6	3.237,4	3.104,3
2001	41.116,8	2.581,2	3.288,8	3.493,8
2010	47.021,0	2.303,4	2.695,2	3.444,4
PORCENTAJE SOBRE LA POBLACIÓN TOTAL				
1960	100,0%	8,0%	7,4%	8,0%
1970	100,0%	8,0%	7,5%	6,6%
1981	100,0%	8,7%	7,8%	6,7%
1991	100,0%	8,2%	7,9%	7,6%
2001	100,0%	6,3%	8,0%	8,5%
2010	100,0%	4,9%	5,7%	7,3%

Fuente: Juventud en Cifras, enero 2011, INJUVE

TABLA 1.6. Nacimientos en España por edad de la madre. Datos año 2011

	TOTAL
Todas las edades	471.999
15 años	414
16 años	932
17 años	1.798
18 años	2.929
19 años	4.195
20 años	5.387
21 años	6.423
22 años	7.519
23 años	8.819
24 años	10.528
25 años	12.117
26 años	14.631
27 años	17.474
28 años	21.709
29 años	26.785

Fuente: INE 2013

TABLA 1.7. Matrimonios entre hombres y mujeres en España por edad, según el sexo de los cónyuges. Datos año 2011.

	ESPOSOS	ESPOSAS
Todas las edades	159.798	159.798
15 años	...	8
16 años	5	36
17 años	15	74
18 años	53	380
19 años	142	617
20 años	325	935
21 años	523	1.305
22 años	827	1.909
23 años	1.229	2.801
24 años	1.989	4.138
25 años	3.111	5.804
26 años	4.519	7.798
27 años	6.390	9.637
28 años	8.378	11.124
29 años	10.220	11.876

Fuente: INE 2013.

TABLA 1.8. Matrimonios entre hombres en España por grupo de edad de los dos cónyuges. Datos año 2011.

	15 a 19 años	20 a 24 años	25 a 29 años	30 a 34 años	35 a 39 años
15 a 19 años	..	4	3	3	1
20 a 24 años	..	19	29	24	13
25 a 29 años	..	36	95	69	40
30 a 34 años	5	31	86	113	73
35 a 39 años	1	23	43	78	102

Fuente: INE 2013.

TABLA 1.9. Matrimonios entre mujeres en España por grupo de edad de las dos cónyuges. Datos año 2011.

	15 a 19 años	20 a 24 años	25 a 29 años	30 a 34 años	35 a 39 años
15 a 19 años	..	1	4	1	..
20 a 24 años	..	29	15	8	5
25 a 29 años	2	32	90	67	22
30 a 34 años	..	18	87	149	74
35 a 39 años	..	4	25	83	104

Fuente: INE 2013.

TABLA 1.10. Edad media a la que se tiene el primer hijo por sexo y procedencia. Jóvenes de 15 a 29 años.

	HOMBRE			MUJER		
	TOTAL	Inmigrante	Español	TOTAL	Inmigrante	Española
2008 (N=561)	22,6	22,1	23,0	21,4	20,9	21,7
2012 (N=372)	22,6	21,0	22,8	22,3	21,9	22,4

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

2-INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

2.1. TRABAJO

TASA DE PARO: 26,26% total y un **56,14%** la **tasa de paro juvenil** (EPA, segundo trimestre 2013).

TABLA 2.1. Tasa de paro por sexo y grupos de edad (%).

2° TRIMESTRE	De 16 a 19 años			De 20 a 24 años		
	AMBOS SEXOS	HOMBRES	MUJERES	AMBOS SEXOS	HOMBRES	MUJERES
2002	29.4	23.9	38.5	19.7	14.9	25.7
2003	33.9	29.4	41.7	19.3	16.2	23.2
2004	31.9	27.3	39.3	20.1	17.2	23.7
2005	31.2	26.4	38.2	17.4	14.7	20.6
2006	31.1	25.1	38.8	14.6	12.4	17.3
2007	29.1	24.3	36.7	14.9	12.2	18.3
2008	41.1	35.4	48.8	18.9	18.2	19.7
2009	56.3	56.8	55.6	33.4	34.9	31.6
2010	62.3	60.9	64.3	37.1	38.8	35.1
2011	62.6	64.0	60.8	42.5	44.4	40.3
2012	73.2	72.7	73.9	48.9	50.1	47.6
2013	73.2	68.8	79.4	52.7	53.5	51.7

Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA), INE 2013.

TABLA 2.2. Jóvenes 16 -24 años en la Encuesta de Población Activa. Segundo Trimestre 2013.

	DATO 2º trimestre 2013	Variación sobre 1º trimestre 2013	Variación sobre 2º trimestre 2012
		Dif.	Dif.
TOTAL población joven	4.061.100	-23.800	-110.700
Jóvenes Activos/as	1.662.500	-15.900	-134.800
Tasa de Actividad (%)	40,94	-0,15	-2,14
Jóvenes Inactivos/as	2.398.600	-7.900	+24.000
Tasa de Inactividad (%)	59,06	+0,15	+2,14
Jóvenes Ocupados/as	729.100	-11.200	-110.700
Tasa de Empleo (%)	17,95	+0,38	-2,17

Fuente: Injuve 2013

TABLA 2.3. Situación Profesional de la juventud española por sexo. Datos del 4º trimestre 2011. Población entre los 16 y 34 años.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Empresariado con asalariados	2,4	1,3	1,9
Trabajo independiente o empresariado sin asalariados	7,8	5,1	6,5
Miembro de una cooperativa	0,2	0,1	0,1
Ayuda en empresa/negocio familiar	1,1	0,7	0,9

Asalariado sector público	9,9	13,7	11,7
Asalariado sector privado	78,6	79,1	78,8
Otra situación	0,1	0,1	0,1

Fuente: Observatorio Joven de Vivienda en España, 2011.

(NOTA: para el OBJOVI la juventud española son las personas comprendidas entre **16 y 34 años** residentes en España)

TABLA 2.4. Tipo de contrato de la juventud española por nivel de estudios. Datos del 4º trimestre 2011. Población entre los 16 y 34 años.

Nivel de estudios	INDEFINIDO	TEMPORAL
Sin estudios y primarios	57,4	42,6
Secundarios	63,8	36,2
FP	64,9	35,1
Universitarios	61,0	39,0

Fuente: Observatorio Joven de Vivienda en España, 2011.

(NOTA: para el OBJOVI la juventud española son las personas comprendidas entre **16 y 34 años** residentes en España)

2.2. ESTUDIOS

TABLA 2.5. Población joven entre los 16 y 29 años que cursa estudios por sexo y grupos de edades. Datos del 2011.

SEXO Y CURSA ESTUDIOS	TOTAL 16-29 años		16-19 años		20-24 años		25-29 años	
	Val. Abs.	% Col	Val. Abs.	% Col	Val. Abs.	% Col	Val. Abs.	% Col
AMBOS SEXOS								
TOTAL	7.478,4	100 %	1.0775,7	100 %	2.522,8	100 %	3.179,9	100 %
No cursa estudios	3.922,7	52,45%	285,5	16,08%	1.267,2	50,23%	2.370,0	74,53%
Cursa estudios (TOTALES)	3.555,7	47,55%	1.490,2	83,92%	1.255,6	49,77%	809,9	25,47%
-sólo reglados	2.593,5	34,68%	1.263,8	71,17%	949,5	37,64%	380,2	11,96%
-sólo no reglados	683,0	9,13%	67,8	3,82%	225,8	8,95%	389,4	12,24%
-ambos	279,2	3,73%	158,6	8,93%	80,3	3,18%	40,3	1,27%
HOMBRES								
TOTAL	3.807,6	100 %	911,0	100 %	1.283,0	100 %	1.673,6	100 %
No cursa estudios	2.071,7	54,41%	165,4	18,16%	671,6	52,34%	1.234,7	76,52%
Cursa estudios (TOTALES)	1.735,9	45,59%	745,6	81,84%	611,4	47,66%	378,9	23,48%
-sólo reglados	1.229,9	34,14%	637,4	69,97%	470,6	36,68%	191,8	11,89%
-sólo no reglados	312,3	8,20%	38,8	4,26%	109,8	8,56%	163,7	10,15%
-ambos	123,7	3,25%	69,3	7,61%	31,0	2,42%	23,4	1,45%

MUJERES								
TOTAL	3.670,8	100 %	864,7	100 %	1.239,8	100 %	1.566,3	100 %
No cursa estudios	1.851,0	50,43%	120,1	13,88%	595,6	48,04%	1.135,3	72,49%
Cursa estudios (TOTALES)	1.819,8	49,57%	744,7	86,12%	644,2	51,96%	431,0	27,51%
-sólo reglados	1.293,7	35,24%	626,4	72,44%	478,9	38,63%	188,4	12,03%
-sólo no reglados	370,6	10,10%	29,0	3,35%	116,0	9,35%	225,6	14,41%
-ambos	155,5	4,24%	89,3	10,32%	49,3	3,98%	16,9	1,08%

Fuente: Juventud en Cifras. Ocupaciones. Abril 2011, INJUVE.

TABLA 2.6. Evolución del abandono escolar en Europa (%). 18-24 años.

	2000	2005	2008	2009	2010	2011
EU 27	17,6	15,8	14,9	14,4	14,1	13,5
Bélgica	13,8	12,9	12	11,1	11,9	12,3
Dinamarca	11,7	8,7	12,5	11,3	11	9,6
Alemania	14,6	13,5	11,8	11,1	11,9	11,5
España	29,1	30,8	31,9	31,2	28,4	26,5
Francia	13,3	12,2	11,5	12,2	12,6	12
Italia	25,1	22	19,7	19,2	18,8	18,2
Portugal	43,6	38,8	35,4	31,2	28,7	23,2
Finlandia	9	10,3	9,8	9,9	10,3	9,8
Malta	54,2	38,9	38,1	36,8	36,9	33,5

Fuente: Eurostat 2013.

TABLA 2.7. Dificultades de la gente joven para encontrar un empleo (%). Jóvenes entre los 15 y 35 años.

	TOTAL	No tienen la formación o habilidades necesarias	No existen buenas oportunidades laborales acorde con su formación	No encuentran empleo en su ciudad o región de residencia	Hay empleos pero mal remunerados	No conocen las oportunidades laborales que existen
EU 27	26.496	13,2	20,9	30,2	20,5	11,2
España	1001	9,5	28,8	28,8	21,9	9,6
Alemania	1003	12,9	11,5	35,7	21,5	12,5
Bélgica	1001	17,9	18,6	21,4	16	18,8
Francia	1003	21,8	18,5	26,9	17,5	12,7
Portugal	1005	7,5	30,3	30,5	17,4	10,7

Fuente: Elaboración propia a partir de Youth on the move. Eurobarómetro. Mayo 2011.

2.3. DATOS ECONÓMICOS

TABLA 2.9. Fuentes de obtención de los recursos económicos en la UE (15-30 años). Porcentaje del total por país.

	Mi trabajo regular	Familiares, compañeros/as	Becas/ayudas de formación	Ayudas desempleo/ayudas sociales	Trabajos esporádicos
EU15	44	29	8	5	11
EU27	43	31	7	5	10
Bélgica	42	32	4	5	12
Dinamarca	57	5	22	5	5
Alemania	35	26	16	6	15
Grecia	39	49	1	1	7
España	48	34	2	3	13
Francia	45	30	4	6	12
Irlanda	54	19	5	6	14
Italia	37	50	2	0	9
Luxemburgo	45	40	2	3	8
Países Bajos	46	17	11	3	18
Austria	52	24	9	4	6
Portugal	44	44	3	2	4
Finlandia	38	17	20	8	13
Suecia	40	6	37	5	6
Reino Unido	56	14	11	11	5

Fuente: Informe Juventud en España 2008, INJUVE a partir del Eurobarómetro 2002 y 2007.

TABLA 2.10. Fuente de ingresos según sexo, grupos de edad y procedencia.

N=3.205	GÉNERO		GRUPO DE EDADES			PROCEDENCIA	
	hombre	mujer	15-19	20-24	25-29	español	inmigrante
Trabajo regular	68,0	70,0	47,8	63,7	79,2	69,5	64,5
Trabajos esporádicos	9,9	10,7	13,3	15,6	5,6	10,5	7,6
Una beca, ayuda de estudios	10,3	8,8	25,1	11,6	3,5	9,5	9,9
Subsidio de paro, desempleo	7,5	7,4	6,1	4,6	9,9	7,0	12,8
Otros subsidios o pensiones	2,3	1,6	2,2	2,2	1,7	1,9	2,4
Ahorros, rentas, inversiones	3,8	3,0	7,8	3,5	2,0	3,3	5,2

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

2.4. VIVIENDA

TABLA 2.11. Preferencia vivienda en propiedad o alquiler (según sexo y grupos de edad, %)

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD			
		Hombre	Mujer	18-19	20-24	25-29	30-34
En propiedad	78,9	77,4	80,8	74,8	76,7	80,9	85,3
En alquiler	16,7	17,2	16,0	17,1	18,2	17,5	10,5
N/S	4,1	4,8	3,2	8,1	4,7	1,5	3,2
N/C	0,3	0,5	0,0	0,0	0,4	0,0	1,1
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100
	N=653	N=372	N=281	N=111	N=253	N=194	N=95

Fuente: Sondeo de Opinión Jóvenes y vivienda. INJUVE, 2010.

TABLA 2.12. La vivienda en la que vives es...

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD			
		Hombre	Mujer	18-19	20-24	25-29	30-34
En propiedad por compra, totalmente pagada	5,4	4,8	5,9	11,1	8,8	4,2	5,2
En propiedad por compra, con pagos pendientes (hipoteca)	40,8	39,1	42,3	0,0	14,7	31,2	54,0
En propiedad por herencia o donación	3,8	2,9	4,5	11,1	3,9	1,9	4,7
En alquiler	46,0	50,1	42,3	66,7	70,6	56,7	32,9
Cedida gratis o bajo precio por otro hogar, la empresa	2,5	1,9	3,1	0,0	1,0	4,6	1,7
Otras formas	1,3	0,5	1,9		1,0	1,1	1,2
N.S.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
N.C.	0,3	0,5	0,0	0,0	0,0	0,4	0,2
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100
	N=796	N=373	N=423	N=9	N=102	N=263	N=422

Fuente: Sondeo de Opinión Jóvenes y vivienda, INJUVE 2010.

(NOTA: base: jóvenes que no viven con sus padres, ni en residencia o colegio)

TABLA 2.13. ¿Cuánto podrías dedicar como máximo al mes al pago de la vivienda, ya sea propiedad o en alquiler?

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD			
		Hombre	Mujer	18-19	20-24	25-29	30-34
Media (euros)	449,24	446,63	453,07	434,44	428,61	467,94	465,14
Desviación típica	182,36	179,14	187,47	194,18	156,52	195,67	196,18
N válido	N=409	N=243	N=166	N=45	N=151	N=141	N=72

Fuente: Sondeo de Opinión Jóvenes y vivienda, INJUVE 2010.

(NOTA: base: jóvenes que viven con sus padres (o alguno de ellos) o con quienes hacen sus veces, y mencionan los euros)

3-CONVIVENCIA

TABLA 3.1. Emancipación juvenil. Población joven de 16 a 29 años. Segundo trimestre 2013.

	DATO 2° trimestre 2013	Variación sobre 1° trimestre 2013		Variación sobre 2° trimestre 2012	
		Dif.	%	Dif.	%
Jóvenes emancipados/as	1.596.400	-14.300	-0,89	-137.300	-7,92
Hombres	642.300	-9.200	-1,41	-58.100	-8,30
Mujeres	954.100	-5.000	-0,52	-79.200	-7,66
Tasas de emancipación (%)	23,31	+0,01	..	-0,97	..
Varones	18,54	-0,10	..	-0,81	..
Mujeres	28,20	+0,11	..	-1,16	..

Fuente: Juventud en cifras, segundo trimestre 2013. INJUVE 2013.

TABLA 3.2. Población joven y población joven emancipadas de 16 a 34 años. Primer trimestre 2013.

	TOTAL	16-24 AÑOS	25-29 AÑOS	HOMBRES	MUJERES	30-34 AÑOS
POBLACIÓN JOVEN						
N° de personas	6.909.954	4.084.859	2.825.095	3.495.454	3.414.500	3.587.546
Variación interanual	-4,13%	-2,70%	-6,13%	-4,43%	-3,83%	-5,20%
% total población	15,1%	8,9%	6,2%	7,6%	7,5%	7,8%
POBLACIÓN JOVEN EMANCIPADA						
N° de personas	1.527.575	292.589	1.234.987	611.612	915.964	2.616.857
Variación interanual población emancipada	-7,66%	-10,94%	-6,85%	-7,52%	-7,75%	-7,42%
Tasa de emancipación	22,1%	7,2%	43,7%	17,5%	26,8%	72,9%

Fuente: Observatorio de Emancipación, CJE 2013

(NOTA: Tasa de emancipación: % de personas que viven fuera del hogar de origen sobre el total de su misma edad).

TABLA 3.3. Con quién viven los jóvenes (15-24 años). Según sexo y edad (%).

	Con los padres	Solo con la madre	Solo con el padre	Casados	En pareja sin casar	Con amigos	Solo o sola	Otros	N/C	N
TOTAL	77,7	7,0	0,8	1,9	5,4	2,9	2,5	1,4	0,3	3.513
SEXO										
Hombre	81,1	5,9	0,9	1,3	3,7	2,9	2,7	1,2	0,2	1.797
Mujer	74,1	8,1	0,7	2,6	7,3	2,9	2,3	1,6	0,5	1.716
EDAD										
15-17	88,6	7,5	1,1	0,3	0,4	0,3	0,2	1,2	0,3	961
18-20	81,5	6,8	0,9	1	3,3	3,0	1,7	1,5	0,4	1.012
21-24	68,3	6,8	0,6	3,5	10,0	4,5	4,4	1,6	0,3	1.541

Fuente: Jóvenes Españoles 2010. Fundación SM.

TABLA 3.4. Edad a la que (los emancipados) dejaron de vivir con los padres, según sexo y grupos de edad, 2010.

Media (edad)	Total	Género		Grupos de edad (4)			
		Hombre	Mujer	18-19	20-24	25-29	30-34
	22,15	22,31	22,01	17,67	18,78	21,35	23,56

Fuente: Sondeo de Opinión Jóvenes y vivienda. INJUVE, 2010

(NOTA: Base de jóvenes que no viven con sus padres, ni en una residencia o colegio y responden a las preguntas)

TABLA 3.5. Jóvenes viviendo con sus padres por edad y sexo en la UE (%).

	18-24		25-34	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
EU 27	71,0	81,5	19,6	32,0
Bélgica	71,9	86,2	9,0	18,8
Dinamarca	27,1	40,4	0,5	2,8
Alemania	70,8	83,5	9,2	18,7
Irlanda	77,9	83,8	17,9	32,2
Grecia	67,7	84,4	35,9	55,7
España	84,8	87,8	29,8	41,1
Francia	57,7	65,9	8,0	13,0

Italia	82,5	91,8	32,7	47,7
Luxemburgo	83,8	89,5	9,8	30,4
Países Bajos	55,8	72,2	3,1	11,8
Austria	66,4	75,6	14,7	30,7
Portugal	82,8	91,6	34,9	47,6
Finlandia	31,9	52,6	1,9	8,0
Suecia	37,0	47,1	2,0	3,9
Reino Unido	64,2	75,6	10,5	20,0
Noruega	29,9	40,7	2,2	4,7

Fuente: Eurostat, en Informe Juventud en España, Injuve 2012.

TABLA 3.6. Razones por las que los y las jóvenes (15-30 años) viven en casa de sus padres más de lo que solían, por países seleccionados (% del total por país).

	No puedo permitirme abandonar el hogar familiar	No dispongo de recursos económicos para acceder a una vivienda	Prefiero vivir en el confort de la casa de los padres sin responsabilidades
EU 27	44	28	16
EU 25	44	27	17
EU 15	43	27	19
Bélgica	51	27	30
Dinamarca	31	32	28

Alemania	57	8	22
Grecia	61	12	18
España	33	48	13
Francia	30	43	16
Irlanda	49	37	10
Italia	49	6	26
Luxemburgo	21	35	23
Países Bajos	28	41	21
Austria	44	13	26
Portugal	55	2	7
Finlandia	36	31	27
Suecia	46	35	13
Reino Unido	38	44	12

Fuente: Informe Juventud en España, 2008, Tomo 2. Almudena Moreno, elaboración a partir de Eurobarómetro 2002, 2007.

ASPECTOS CUALITATIVOS:

Una aproximación cualitativa a los datos sobre convivencia y específicamente sobre las formas de emancipación de la población joven en España (*Jóvenes y emancipación en España*, FAD 2012, jóvenes entre 18 y 20 años), aporta información sobre sus expectativas y proyectos, y sobre las ayudas o limitaciones que encuentra este grupo para realizar sus planes. Entre las principales conclusiones de este trabajo, podemos citar las siguientes:

- El proceso de emancipación, independencia y autonomía de los y las jóvenes en España no se produce al margen de la familia, sino que tiende a producirse en el seno de la misma, en base a estrategias consensuadas en torno a las trayectorias formativas, la clase social de referencia y las expectativas laborales y sociales. Las familias se muestran como instituciones sobreprotectoras y elementos que ofrecen apoyo y dotan de estabilidad al joven.
- Escasa tendencia a la movilidad geográfica de los y las jóvenes, priorización de la emancipación orientada a la formación de la propia familia (frente a modelos intermedios, como compartir pisos con conocidos) y un imaginario en torno al alquiler de la vivienda con una connotación negativa. La mayoría entiende la salida del hogar como un hecho definitivo, sin vuelta atrás.
- No existe aparente necesidad de emancipación, ni deseo de ésta, tanto por lo difícil de su materialización (trabajos precarios, paro, dificultades de acceso a la vivienda, etc.) como por existir espacios alternativos a la misma. Un joven puede vivir en el domicilio familiar y tener un amplio grado de autonomía y libertad, y ninguna necesidad objetiva ni premura de salir del mismo.
- Los grupos de jóvenes muestran una satisfacción muy alta con sus condiciones de vida, en un entorno que les exige un bajo coste por unos cuidados percibidos como muy satisfactorios: se sienten protegidos en lo material, cuidados en lo emocional, con bastante libertad de acción y autonomía, y con capacidad de decidir de forma independiente su participación o no en las obligaciones domésticas.
- Aplazar o posponer la decisión de emanciparse es una demostración, no de conformismo o pasividad sino, en la convicción de los propios jóvenes, de adaptación a las circunstancias. No obstante, los datos demuestran que, incluso en las épocas de mayor bonanza económica, la edad media de la emancipación en España ha sido más alta que en otros países europeos (lo que apunta a motivaciones enraizadas en modelos sociales y culturales).

4-VALORES

La investigación *Valores sociales y drogas* (FAD 2010), que analiza los valores en la sociedad española en su conjunto, mostró una jerarquía de valores presidida por la familia y por los aspectos que más directamente apelan al mantenimiento del orden y al bienestar individual (afectividad cercana, salud y economía personal), y que deja en lugares residuales las formulaciones más clásicas del compromiso colectivo. En un tramo intermedio se detectaron las opciones morales más ideales, compatibles con los intereses particulares, así como otras relativas al riesgo, el presentismo y la estética corporal.

GRÁFICO 4.1. Importancia atribuida a valores finalistas. Medias en la escala 1-10.



En la misma investigación, al centrar el análisis en la población de 15 a 24 años, se identificó lo siguiente:

- No se encontraron diferencias significativas frente a cuestiones como la familia o el cuidado de la salud, el interés por el medio ambiente, llevar una vida moral y digna o preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo o en el propio barrio.
- Sí aumenta en este grupo la valoración de la importancia de tener amigos y conocidos, del tiempo libre y el ocio y de vivir al día, así como la que se atribuye al cuidado estético y corporal. Se incrementa también la valoración atribuida a la familia y, en puntuaciones algo mayores a las del conjunto de la población, la importancia de ganar dinero, tener una vida sexual satisfactoria, cuidar la salud, vivir como a cada uno le guste y cuidar el medio ambiente.
- También aumenta en este grupo de edad la importancia otorgada al respeto a las normas, la autoridad, la superación personal, el riesgo y la política, al igual que desciende el interés por cuestiones religiosas o espirituales.
- Esta misma investigación indagaba sobre el juicio moral de determinados comportamientos. La evolución de estos datos referidos a la población joven, apuntan a un incremento en la justificación de la pena de muerte (1,48 puntos de media). También ha aumentado (1,04 puntos de media) la justificación de las relaciones homosexuales, así como la de la eutanasia (0,66) y, en menor medida, la del aborto (0,34).

Estas peculiaridades (sólo relativas) de la población joven, ratifican lo encontrado en otra investigación de 2006 (*Jóvenes, valores, drogas*, E. Megías y J. Elzo, codirectores):

GRÁFICO 4.2. Importancia concedida a los diferentes órdenes de valores finalistas.

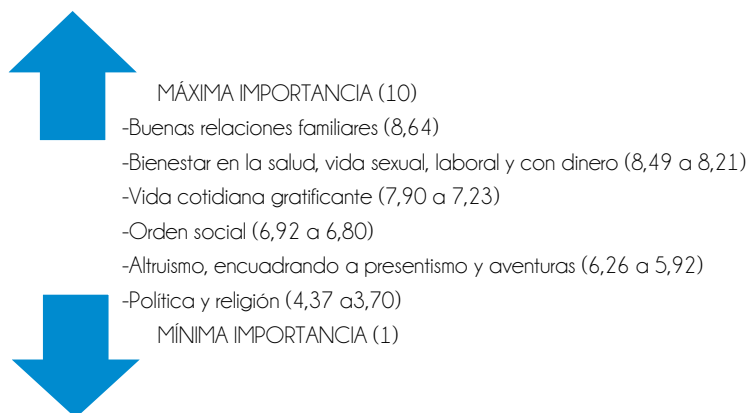


Tabla 4.1. Evolución de la justificación de comportamientos. Población 15-24 años (1999-2009). Medias en la escala de 1 a 10.

	1999 ¹	2006 ²	2009 ³	2009-1999
Que se aplique la eutanasia a todo aquel que lo pida	6,15	6,62	6,81	0,66
Que exista libertad total para abortar	6,13	6,41	6,47	0,34
Tener relaciones sexuales con alguien del mismo sexo	4,72	-	5,76	1,04
Pena de muerte a personas con delitos muy graves	3,69	4,18	5,17	1,48
Hacer trampas en exámenes u oposiciones	4,77	4,40	4,14	-0,63
Emborracharse en lugares públicos	4,14	4,25	4,02	-0,12
Fumar en edificios públicos	4,56	-	3,99	-0,57
Que una persona se suicide	4,33	4,08	3,56	-0,77
Fumar marihuana o hachís en lugares públicos	3,40	3,97	3,55	0,15
Tener una aventura fuera del matrimonio	⁴	-	3,50	-
Comprar algo aún sospechando que ha sido robado	3,34	-	3,47	0,14
Beneficiarse de una promoción ventajosa	3,70	-	3,35	-0,35
Hacer ruido las noches de los fines de semana	3,90	3,60	3,33	-0,57
Modificación genética de los alimentos	2,85	-	2,98	0,14
Engañar en el pago de impuestos	3,43	-	2,96	-0,47
Disculpas para coger bajas laborales injustificadas	3,18	-	2,94	-0,24
Mentir en interés propio aunque perjudique a otros	2,85	-	2,82	-0,03
Robar artículos en grandes almacenes/hipermercados	2,94	3,01	2,60	-0,34

¹ Valores sociales y drogas. (FAD, 2001).

² Jóvenes, valores y drogas (FAD, 2006).

³ Datos de la presente investigación.

⁴ En 1999 distinguía entre hombres y mujeres.

Conducir con exceso de velocidad ⁵	2,40	2,26	2,37	-0,03
Contratar en peores condiciones a un extranjero	2,15	2,12	2,25	0,10
Conducir después de haber tomado unas copas	1,92	1,87	2,03	0,11
N	695	1.200	196	

Fuente: Valores sociales y drogas, FAD 2010.

(NOTA: Puntuaciones medidas en la escala de 1-10 (1=Inadmisible; 10=Totalmente inadmissible)

Los datos más recientes y específicos sobre la población joven y su jerarquía de valores, confirman que para las personas jóvenes lo más importante es la amistad, la familia y la salud, seguido del trabajo, el tiempo libre, los estudios, el dinero y la sexualidad:

TABLA 4.2. Valores finalistas, España 2012. Jóvenes de 15 a 29 años (%Muy/bastante importante).

	% válido	N
Amistad	96,8	4.704
Familia	93,9	4.857
Salud	92,8	4.833
Trabajo	89,5	4.833
Tiempo libre/ocio	89,3	4.829
Estudios	88,6	4.849
Dinero	86,3	4.824
Sexualidad	82,7	4.808
Interesarse por otros lugares del mundo	76,1	4.830
Aspecto físico	70,7	4.839
Implicarse en la comunidad	64,0	4.790

⁵ En 1999 y 2006 "Exceso de velocidad en núcleos urbanos"

Política	36,9	4.756
Religión	24,0	4.768

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

TABLA 4.3. Evolución valores finalistas 2008-2012. Jóvenes de 15 a 29 años (%Muy/bastante importante).

	2008	2010	2012
Amistad	98,3	97,6	96,8
Familia	99,3	98,5	93,9
Estudios	86,3	93,4 ⁶	88,6
Trabajo	94,4	94,0 ⁷	89,5
Política	31,9	33,7	36,9
Tiempo libre/ocio	97,0	92,5	89,3
Dinero	93,2	95,5	86,3
Religión	26,5	20,2	24,0
Salud	99,3	95,8	92,8
Sexualidad	90,3	94,0	82,7
Aspecto físico	..	70,7 ⁸	70,7
Interesarse por otros lugares del mundo	..	70,5	76,1
Implicarse en la comunidad	..	58,4	64,0
N TOTAL	1.442	332	5.000

Fuente: Estudio de Juventud 132, INJUVE 2008; Valores sociales y drogas, FAD 2010; Informe Juventud en España, Injuve 2012.

⁶ Prepararse profesionalmente

⁷ Éxito en el trabajo

⁸ Invertir tiempo y dinero en estar guapo/a

5-USO DE LAS TICS

La investigación *Consumo televisivo, series e Internet* (FAD, 2012), apuntaba que un **70%** de jóvenes consultados (jóvenes de 14 a 18 años de Madrid, N=800) dispone de un ordenador propio con conexión a Internet en su habitación, para su uso exclusivo y personal; y que un **90,7%** dispone de un ordenador (propio o familiar) en el hogar.

TABLA 5.1. Disponibilidad de ordenador con conexión a Internet, propio, familiar o ambos.

TIENES ORDENADOR CON CONEXIÓN A INTERNET EN TU HABITACIÓN	N	%
Sí	561	70,0
No	238	29,7
Total	799	99,8
NS/NC	2	,2
Total	801	100,0
HAY OTRO ORDENADOR EN CASA CON CONEXIÓN A SU DISPOSICIÓN (si no tiene en la habitación)	N	%
Sí	166	20,7
No	72	9,0
Total	238	29,7

DISPOSICIÓN TOTAL DE ORDENADOR (Propio o familiar)	N	%
Sí	727	90,7
No	72	9,0
NS/NC	2	0,3
Total	801	100

Fuente: Consumo televisivo, series e Internet, FAD 2012

Por tanto, existe ya un acceso generalizado a Internet, y un tipo de uso del mismo que los datos de otro estudio (Oliva et. al, 2012) sitúan en un nivel medio (51,50%), seguido de los niveles avanzado (21,76%) y principiante (21,22%). Los chicos presentan un porcentaje superior en el nivel de experto que las chicas (5,44% ellos, frente a un 2,67% de las chicas) y los jóvenes de más edad (30-34) presentan un porcentaje mayor en el nivel nulo de uso de Internet (3,53%).

TABLA 5.2. Nivel de uso de Internet en función del sexo y grupo de edad (N=1503).

		NULO	PRINCIPIANTE	MEDIO	AVANZADO	EXPERTO
TOTAL						
	n	22	319	774	327	61
	%	1,46	21,22	51,50	21,76	4,06
SEXO						
Chico	n	12	159	375	167	41
	%	1,59	21,09	49,73	22,15	5,44
Chica	n	10	160	399	160	20
	%	1,34	21,36	53,27	21,36	2,67

GRUPO DE EDAD						
12-14	n	3	112	154	32	3
	%	0,99	36,84	50,66	10,53	0,99
15-19	n	3	42	173	81	13
	%	0,96	13,46	55,45	25,96	4,17
20-24	n	2	46	166	79	15
	%	0,65	14,94	53,90	25,65	4,87
25-29	n	4	57	149	71	15
	%	1,35	19,26	50,34	23,99	5,07
30-34	n	10	62	132	64	15
	%	3,53	21,91	46,64	22,61	5,30

Fuente: Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces, Oliva, et. al 2012

El Injuve aporta otros datos de interés recientes:

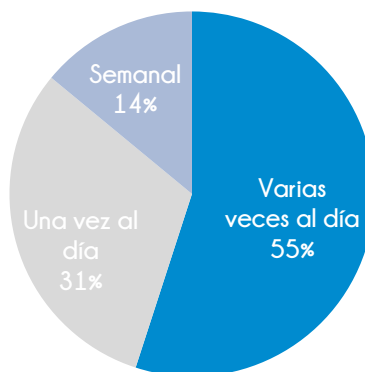
TABLA 5.3. Actividades que se realizan en Internet. Población de 15-29 años (%)

	2011	2012
Correo electrónico	76,3	80,4
Redes sociales	79,6	77,1
Búsqueda de información o documentación	82,0	73,9
Descarga de música, vídeos, películas,..	65,9	62,6

Foros, chats, mensajería (Messenger)	66,0	55,1
Navegar por Internet sin un objetivo concreto	46,3	48,6
Comprar productos/servicios online (viajes, libros, entradas)	31,9	43
Gestiones bancarias	24,6	36
Buscar empleo	32,7	33,6
Gestiones con organismos de la Administración	23,6	20,6
Mantener tu propio blog o página web, colgar fotos/vídeos	21,5	18,3
Llamadas telefónicas por Internet (Telefonía IP)	16,2	13,4
Otros	1,7	3,7
N (total)	1.301	5.000

Fuente: Estudio de Juventud 152, Injuve 2011; Informe Juventud en España, Injuve 2012.

GRÁFICO 5.1. Frecuencia en el uso de redes sociales. Jóvenes de 15 a 29 años (%).



Fuente: Estudio de Juventud 152, Injuve 2011, en Informe Juventud en España, Injuve 2012.

TABLA 5.4. Respuestas a la pregunta: ¿Para qué crees que utiliza la gente como tú las redes sociales en Internet? (Máximo 3 respuesta) (%).

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD		
		hombre	mujer	15-19	20-24	25-29
Para mantener contactos con los que no me ven frecuentemente	73,9	69,9	77,9	68,1	74,3	78,1
Para acceder/compartir fotos, vídeos, etc.	51,5	47,8	55,2	53,5	51,0	50,4
Para curiosoear lo que hacen y dicen quienes utilizan la red	38,4	35,2	41,7	36,5	39,5	39,0
Para estar al día de las informaciones de la red	22,5	23,1	22,0	26,3	21,8	20,2
Para no parecer alguien raro	2,4	2,9	1,9	3,2	2,7	1,4
Para no quedarse al margen de algo que utiliza mucha gente	5,3	5,8	4,8	5,3	6,1	4,5
Para hacer nuevos/as amigos/as	18,7	21,9	15,4	26,0	17,6	13,8
Para ligar	9,1	11,7	6,5	11,4	8,3	8,1
Para buscar información relacionada con su profesión	8,2	7,5	8,9	5,0	6,6	12,4
Para buscar pareja	2,0	2,2	1,7	1,8	2,5	1,7
Para comunicar sus últimas actividades, planes, reflexiones	8,4	8,0	8,7	7,9	9,3	7,8
Para divertirse/entretenerse/pasar el rato	26,8	28,7	24,9	30,7	27,5	23,0
Otro uso	,1	,2	,0	,0	,2	,0
No sabe	,1	,0	,2	,0	,2	,0
No contesta	1,8	2,2	1,4	1,2	2,0	2,1
TOTALES	269,2 N=1171	267,2 N=588	271,2 N=583	276,9 N=342	269,6 N=408	262,5 N=421

Fuente: Estudio de Juventud 152, Injuve 2011.

TABLA 5.5. Respuestas a la pregunta: ¿cuántos contactos, amigos/as, personas agregadas, tienes en total en tu/s red/es social/es?

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD		
		Hombre	Mujer	15-19	20-24	25-29
Media (personas)	273,87	283,35	264,26	393,28	260,61	187,84
Desviación típica	593,18	551,11	633,32	805,35	338,27	564,13
N válido	N=1087	N=547	N=540	N=322	N=376	N=389

Fuente: Estudio de Juventud 152, Injuve 2011

TABLA 5.6. Respuestas a la pregunta: De ese n° total, ¿con cuántas personas consideras que tienes una relación de amistad consolidada?

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD		
		Hombre	Mujer	15-19	20-24	25-29
Media (personas)	42,50	49,05	35,84	53,72	41,91	33,86
Desviación típica	70,05	83,26	52,62	74,77	84,65	45,12
N válido	N=1069	N=539	N=530	N=316	N=368	N=385

Fuente: Estudio de Juventud 152, Injuve 2011.

El tipo de relaciones y amistades “virtuales”, en red o a través de los diversos dispositivos, diferencia entre relaciones “verdaderas” (de intimidad y confianza) y las interacciones virtuales con conocidos, e incluso con extraños (*Jóvenes y cultura Messenger*, FAD-Injuve 2006).

La gente joven expresa que las principales ventajas del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación tienen que ver con la posibilidad de aumentar el n° de amistades (expresado por un 74% según datos del citado estudio, Injuve 2011), siendo el teléfono móvil el principal dispositivo que maneja este grupo.

TABLA 5.7. Uso de productos TIC por características demográficas y tipo de producto.

	Personas que han utilizado el teléfono móvil en los últimos 3 meses	Personas que han utilizado alguna vez el ordenador	Personas que han utilizado alguna vez Internet
Total Personas	94,3	77,5	73,3
De 16 a 24 años	99	98,9	97,8
De 25 a 34 años	98,7	94,3	91,9
De 35 a 44 años	98,4	91,3	87,7
De 45 a 54 años	95,5	78,5	73,4
De 55 a 64 años	91,1	53	46,8

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, INE 2012

Los estudios señalan además que el acceso a Internet a través de dispositivos móviles está creciendo de forma notable, y que los *smartphones* son los principales responsables de esta tendencia. Un proceso que evidencia la persistencia de ciertas brechas digitales: el 66,7% de los internautas entre 16 y 24 años utiliza su teléfono móvil para acceder a Internet mientras que este porcentaje cae al 12% en el caso de los internautas entre los 65 y los 74 años (*La sociedad de la Información en España 2012*, Fundación Telefónica).

6-OCIO Y USO DEL TIEMPO LIBRE

El ocio entre la juventud va mucho más allá del simple disfrute de tiempo libre porque se configura como una auténtica seña de identidad, tanto por la naturaleza de las actividades que lo integran (muy diferentes de las de los adultos) como por el significado que a aquéllas se les otorga.

Si en el mundo adulto el ocio está constituido por elementos que van desde la autorrealización hasta la simple relajación o el cambio de la actividad rutinaria, el ocio juvenil trasciende la perspectiva de un enfoque individual para situarse, sobre todo, como un espacio de relación e identificación grupal. La necesidad de constituirse “desde el otro” (identificación) y “con el otro” (relación) marca el tipo de actividades que se realizan en ese tiempo y las vivencias anexas al mismo; así, el ocio se plantea entre los jóvenes como un espacio y un tiempo en el que pueden ser ellos mismos, libres de ataduras y constricciones, separado del momento de la responsabilidad (trabajo, estudios, etc.). Es importante señalar que el espacio/tiempo del ocio que la juventud considera como tal, se refiere fundamentalmente a la “marcha” de los fines de semana. El resto de actividades y de momentos son de “tiempo libre”, que es algo bien diferente (*Ocio (y riesgos) jóvenes madrileños*, FAD 2009).

Hay actividades claramente mayoritarias para el colectivo joven en su tiempo libre, mencionadas por más del 80% de los y las jóvenes: usar el ordenador (93,1%), salir o reunirse con amigos y amigas (85,7%), escuchar música (83,9%) y ver la televisión (81%). Como dato destacable, en el tiempo libre de la población joven se ha instalado de forma determinante el uso de la tecnología: el uso del ordenador de manera especial, pero también de los videojuegos y la música como aplicaciones de los instrumentos tecnológicos.

TABLA 6.1. Actividades de ocio que gusta realizar. España 2012. Población entre 15 y 29 años (%).

	% sí	n
Usar el ordenador	94,8	4.741
Salir o reunirse con amigos	92,5	4.624

Escuchar música, CDs, cintas	87,0	4.350
Ver la televisión	83,9	4.195
Descansar, no hacer nada	81,7	4.085
Viajar	79,8	3.989
Ir al cine	79,7	3.983
Hacer deporte	72,4	3.622
Leer periódicos, revistas	70,9	3.543
Leer libros	69,2	3.460
Jugar con videojuegos, consolas	67,8	3.392
Oír la radio	66,2	3.308
Ir de excursión	65,6	3.282
Ir a conciertos	62,6	3.131
Beber, ir de copas	62,4	3.119
Ir a discotecas, bailar	59,9	2.995
Ir a museos, exposiciones	45,4	2.271
Ir al teatro	43,3	2.163
Asistir a competiciones deportivas	42,5	2.126
Asistir a conferencias, coloquios	28,1	1.403

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

TABLA 6.2. Práctica actividades de ocio. España 2012. Población entre 15 y 29 años (%).

	% sí	n
Usar el ordenador	93,1	4.654
Salir o reunirse con amigos	85,7	4.287
Escuchar música, CDs, cintas	83,9	4.193
Ver la televisión	81,0	4.050
Descansar, no hacer nada	74,1	3.703
Leer periódicos, revistas	64,7	3.234
Oír la radio	63,6	3.181
Leer libros	62,7	3.134
Hacer deporte	61,8	3.091
Ir al cine	58,2	2.908
Jugar con videojuegos, consolas	58,1	2.906
Viajar	48,3	2.416
Beber, ir de copas	47,9	2.394
Ir a discotecas, bailar	43,5	2.177
Ir de excursión	39,9	1.994
Ir a conciertos	34,7	1.733
Asistir a competiciones deportivas	29,8	1.491
Ir a museos, exposiciones	25,8	1.292
Ir al teatro	22,6	1.132
Asistir a conferencias, coloquios	19,8	989

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

La investigación *Ocio (y riesgos) jóvenes madrileños* (FAD, 2009), muestra datos similares: oír música, estar con los amigos, ir a bares, ver televisión, comunicarse por Internet, hacer deporte, leer e ir al cine o jugar con videojuegos son, por orden de frecuentación, las actividades preferidas. Los encuestados señalan además, que predominantemente pasan el fin de semana con *colegas* (el 52% casi todo el tiempo y el 31% la mitad del mismo). Y parece que es así como quieren hacerlo, puesto que más de nueve de cada diez dicen que ese tiempo pasado con los amigos les resulta enormemente satisfactorio. Sólo uno de cada cuatro dedica gran parte del fin de semana a estar con la familia, mientras un 30% hace lo mismo durante la mitad de ese tiempo.

TABLA 6.3. Grado de frecuencia de realización de diferentes actividades de ocio. Medias en la escala 1/10, y % en tramos agrupados. Jóvenes madrileños entre los 15 y 24 años.

	% en la escala (1-10)			Media
	Ninguna/Poca frecuencia (1-3)	Frecuencia media (4-7)	Bastante/Mucha frecuencia (8-10)	
Escuchar música/ radio	3,0	31,3	65,6	8,0
Estar con amigos	5,0	32,3	62,4	7,8
Ver TV	13,6	43,8	42,4	6,7
Ir a bares/ discotecas	16,3	40,2	43,3	6,5
Internet	16,1	45,1	38,8	6,4
Hacer deporte	25,3	44,9	29,8	5,7
Ir al cine, teatros...	20,3	58,8	20,7	5,5
Leer	29,3	47,9	22,7	5,3
Viajar	34,0	48,9	16,9	4,9
Hacer botellón	42,5	36,1	20,8	4,6

No hacer nada	41,9	40,4	17,3	4,6
Videojuegos	49,6	29,9	20,2	4,2
Visitar museos	64,1	28,8	6,8	3,2
Colaborar con Ong's	77,4	15,3	6,7	2,4
Media general				5.4

Fuente: Ocio (y riesgos) jóvenes madrileños. FAD, 2009

TABLA 6.4. Tiempo libre que se pasa con la familia, con los amigos o solo. En % (escala agrupada). Jóvenes madrileños entre los 15 y 24 años.

	Prácticamente nada/Poco	Más o menos la mitad	Más de la mitad/Prácticamente todo	TOTAL
Con la familia	47.5	31.90	21.5	100
Con los amigos	16.7	31.1	52.2	100
Solo	82.5	11.2	6.3	100

Fuente: Ocio (y riesgos) jóvenes madrileños. FAD, 2009.

TABLA 6.5. Satisfacción derivada del tiempo que se pasa con la familia o con los amigos, o solo. En % (escala agrupada). Jóvenes madrileños entre los 15 y 24 años.

	Muy/Bastante satisfactorio	Regular satisfacción	Nada/Poco satisfactorio	TOTAL
Con la familia	72.4	22.0	4.6	100
Con los amigos	92.5	5.5	2.0	100
Solo	58.1	22.7	18.2	100

Fuente: Ocio (y riesgos) jóvenes madrileños. FAD, 2009.

ASPECTOS CUALITATIVOS:

En relación a los significados, actitudes y expectativas de la población joven respecto al ocio, los datos cualitativos señalan lo siguiente (FAD, 2009):

- Se asume la existencia de un cierto grado de confrontación de la juventud con las normas y reglas, como algo propio de este periodo vital y que tiene su espacio durante los momentos de ocio y tiempo libre, fundamentalmente en el “salir de fiesta” los fines de semana.
- Existe una diferenciación entre el ocio de tipo individual (leer, hacer deporte, ver la televisión,..) y el que se hace con amigos y los fines de semana (las salidas nocturnas). Las actividades que se realizan están limitadas, según argumentan, por las posibilidades económicas y las dificultades estructurales: permiso paterno/materno, falta de medios para desplazarse, etc.
- Las diferentes franjas de edad entre la población joven, marca diversas formas de afrontar el tiempo de ocio nocturno, de dar más peso según se cumplen años a la relación social por encima de la ingesta de alcohol y la borrachera. Se busca además la diferenciación con los cohortes de edad menores (el “beber por beber” propio de las primeras salidas).
- Cuando la persona adolescente y joven se mueve en el tiempo de ocio, está más preocupada por adaptarse a consumos y comportamientos mayoritarios y “normales” que por los posibles riesgos que éstos pueden acarrear. Pues no formar parte del grupo, no ser aceptado en un entorno, apartarse del comportamiento convencional, marca y condena al individuo.
- Para el joven, hablar de riesgo en su tiempo de ocio es hablar, en gran parte, de emoción, de jugar con los límites, de experimentar, de romper con lo cotidiano, de transgredir. Y la relación con el grupo es uno de los elementos que más motiva a los jóvenes y que les aporta mayor emoción; la posibilidad de salir y relacionarse, la experimentación y los encuentros sexuales, compartir historias y anécdotas, hablar e interactuar con los amigos, ampliar la base de conocidos para extender lo más posible el círculo relacional, son el objetivo y la estrategia de cualquier actividad de ocio joven en el fin de semana. Y el amparo de la noche es fundamental, porque es el territorio por excelencia de lo desconocido.

- El tiempo de ocio, que sirve para romper con los convencionalismos, deberes y obligaciones, también se ha convertido en un refugio ante las ansiedades de un futuro que se mira con pesimismo. La compensación que el ocio supone se ha transformado, en cierto sentido, en válvula de escape ante una actualidad poco satisfactoria y frente a un futuro muy incierto.

7-DROGAS

TABLA 7.1. Evolución de las prevalencias de consumo de drogas en los últimos 30 días (15 a 34 años) (%). España 2005-2011.

	2005	2007	2009	2011
	15-34 años			
Tabaco	42,3	42,2	40,9	40,4
Alcohol	66,3	61,7	63,1	63,7
Cannabis	15,4	13,5	14,1	12,5
Éxtasis	1,1	0,8	0,8	0,6
Alucinógenos	0,5	0,2	0,4	0,3
Anfetaminas/speed	0,8	0,5	0,7	0,5
Cocaína en polvo	2,8	2,9	2,0	1,7
Cocaína base	0,1	0,4	0,1	0,1
Heroína	0,1	0,1	0,0	0,1
Inhalables	0,1	0,0	0,0	0
Tranquilizantes	1,6	2,5	1,8	2,8
Somníferos	0,8	1,0	1,2	1,3

Fuente: DGPNSD. Encuesta domiciliaria sobre alcohol y drogas en España (EDADES).

TABLA 7.2. Prevalencia consumo de drogas en los últimos 30 días, por sexo y edad (%). España 2011.

	TOTAL	SEXO		EDAD	
		hombre	mujer	15-24	25-34
Tabaco	37,6	41,4	33,7	36,5	42,9
Alcohol	62,3	73,2	51,2	61,9	64,9
Cannabis	7	10,2	3,8	14,7	11
Éxtasis	0,3	0,4	0,2	0,7	0,5
Alucinógenos	0,2	0,2	0,1	0,6	0,1
Anfetaminas/speed	0,3	0,4	0,1	0,7	0,4
Cocaína en polvo	1,1	1,8	0,5	1,6	1,7
Cocaína base	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Heroína	0,1	0,1	0	0,1	0,1
Inhalables	0	0	0	0	0
Tranquilizantes	6,9	4,4	9,6	1,8	3,5
Somníferos	3,4	2,1	4,7	0,7	1,6

Fuente: OEDT. Encuesta domiciliaria sobre alcohol y drogas en España (EDADES)

TABLA 7.3. Consumo intensivo de alcohol (*binge drinking*) en los últimos 30 días. España 2011.

	TOTAL	SEXO		EDAD	
		hombre	mujer	15-24	25-34
<i>Binge drinking</i>	16,8	22,1	10,9	27,9	22,7

Fuente: OEDT. Encuesta domiciliaria sobre alcohol y drogas en España (EDADES)

TABLA 7.4. Evolución de la prevalencia de intoxicaciones etílicas agudas (borracheras) en los últimos 12 meses, según grupo de edad y sexo (%). España 2011.

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011
Hombres de 15 a 34 años	39,1	38,3	36,3	40,7	40,3	38,9	44	41,3
Mujeres de 15 a 34 años	19,1	19,6	18,1	21	20,9	23,2	25,9	23,5

Fuente: OEDT. Encuesta domiciliaria sobre alcohol y drogas en España (EDADES)

TABLA 7.5. Consumo de tabaco según sexo y grupo de edad (%). España 2011.

	TOTAL	FUMADOR DIARIO	FUMADOR OCASIONAL	EXFUMADOR	NUNCA HA FUMADO
AMBOS SEXOS					
TOTAL	100,0	24,4	3,0	19,6	53,5
15-24 años	100,0	21,7	4,7	3,7	69,9
25-34 años	100,0	32,0	4,3	13,1	50,6

HOMBRES					
TOTAL	100,0	27,9	3,5	26,8	41,9
15-24 años	100,0	22,5	5,4	3,2	69,0
25-34 años	100,0	35,7	5,2	13,1	46,0
MUJERES					
TOTAL	100,0	20,2	2,6	12,7	64,5
15-24 años	100,0	21,0	4,0	4,2	70,9
25-34 años	100,0	28,3	3,3	13,1	55,3

Fuente: Encuesta Nacional de Salud 2011-2012

Los consumos no se distribuyen transversalmente entre los jóvenes, sino que se acumulan en un grupo de grandes consumidores. Así quedó de manifiesto en la investigación *Tipologías de consumidores de drogas, Mismas drogas, distintos riesgos. Un ensayo de tipología de jóvenes consumidores* (FAD, 2013), que seleccionó intencionalmente una muestra de población juvenil entre los 18 y 25 que consumía al menos dos sustancias de forma frecuente (2-3 borracheras en el último mes, consumo en la última semana para el hachís o la marihuana, y consumo en el último mes en el caso del éxtasis/anfetaminas/alucinógenos). A título demostrativo se presentan dos tablas comparando los consumos globales de los jóvenes con los de esta muestra de consumidores intensos:

TABLA 7.6. Comparativa de consumo “en el último año” de las distintas sustancias, para jóvenes en general (15-24 años) y consumidores reconocidos (18-25 años). 2008-2009-2012. Datos en %. Excluidos Ns/Nc.

	2008 (15-24 años) Jóvenes en general	2009 (15-24 años) ⁹ Jóvenes en general	2012 (18-25 años) Grandes Consumidores
ALCOHOL ¹⁰	75,4	83,7	96,9
CANNABIS	35,8	36,0	92,9

⁹ Muestra centrada en Madrid

¹⁰ En 2012 el consumo de alcohol se refiere a “borrachera”

COCAÍNA	11,8	8,6	34,6
ÉXTASIS/ALUCINÓGENOS/ANFETAMINA...	12,4	8,0	37,0
Total	1.200	1.200	750

Fuente: Tipología de consumidores de drogas. FAD, 2013

TABLA 7.7. Comparativa de consumo “en el último mes” de las distintas sustancias, para jóvenes en general (15-34 años) y consumidores reconocidos (18-25 años). 2009-2012. Datos en %. Excluidos Ns/Nc.

	2009 (15-34 años) Jóvenes en general	2011 (15-34 años) Jóvenes en general	2012 (18-25 años) Grandes Consumidores
ALCOHOL ¹¹	63,1	63,7	95,4
CANNABIS	14,1	12,5	89,3
COCAÍNA	2,0	1,7	27,3
ÉXTASIS/ALUCINÓGENOS /ANFETAMINA... ¹²	4,9	5,5	30,2
Total	20.109	22.128	750

Fuente: Tipología de consumidores de drogas. FAD, 2013.

¹¹ En 2012 el consumo de alcohol se refiere a “borrachera”

¹² La encuesta EDADES interrogaba por separado por el consumo de algunas de las sustancias que componen el ítem. Así, el porcentaje mostrado resulta de la suma de los consumos de éxtasis, alucinógenos, anfetaminas/speed y tranquilizantes y somníferos.

Investigaciones previas de la FAD aportan datos adicionales sobre la **percepción juvenil del consumo de drogas y sus riesgos asociados**:

TABLA 7.8. Grado de acuerdo con distintas posiciones ante las drogas (1: en desacuerdo-10: totalmente de acuerdo). Jóvenes de 15 a 24 años (N= 1.200).

	MEDIA	% de Bastante o Muy de acuerdo
Las drogas destruyen; no hay que probarlas	7,6	63,1
Usar drogas tiene demasiados riesgos; es preferible evitarlas	7,6	59,9
Usar drogas no tiene beneficios de ningún tipo	7,1	57,2
Las drogas pueden más que tú; es imposible controlarlas	6,1	46,4
Se puede usar drogas, pero hay que tener cuidado con ellas	4,5	20,7
Las drogas tienen riesgos, como todo lo que merece la pena en la vida	4,3	20
Los riesgos de consumir drogas se pueden controlar	4,2	16,4
En la vida hay que probar de todo; también las drogas	3,8	11,8
Las drogas no suponen más peligros que cualquier otra forma de diversión	3,4	13,1
Consumir drogas es una cosa de jóvenes	3,4	9,2
MEDIA	5,2	

Fuente: La lectura juvenil de los riesgos de las drogas, FAD 2008

TABLA 7.9. Porcentaje de acuerdo con distintas posiciones ante las drogas y medias de las puntuaciones (1: en desacuerdo-10: totalmente de acuerdo). Jóvenes de 15 a 24 años (N= 1.200).

	Ningún/ poco daño (1-3)	Daños regulares (4-7)	Daños graves/ muy graves (8-10)	MEDIA
Consumir cocaína habitualmente	5,1	8,8	86,1	8,9
Conducir vehículos cuando se han consumido drogas o alcohol	4,0	11,3	84,7	8,9
Consumir pastillas habitualmente	4,8	10,3	85,0	8,8
No usar preservativo	5,1	28,3	66,6	7,9
Tener peleas	5,2	31,2	63,6	7,9
Consumir cannabis habitualmente	7,1	29,2	63,8	7,7
Consumir alcohol habitualmente	5,2	38,3	56,5	7,5
Consumir tabaco habitualmente	7,7	39,6	52,6	7,3
Pasar muchas horas delante del ordenador	18,7	53,1	28,2	5,9

Fuente: La lectura juvenil de los riesgos de las drogas, FAD 2008

Acumulando las proporciones de quienes **ven cierto grado de beneficio** en cada sustancia (respuestas entre 5 y 10 de la escala), los porcentajes serían los siguientes: **23% para el cánnabis, 21,9% el alcohol, 11,1% el tabaco, 5,6% el éxtasis/anfetaminas/alucinógenos, 4,4% la cocaína y 3,3% la heroína.**

ASPECTOS CUALITATIVOS:

Los jóvenes muestran estar muy lejos de lo que en ocasiones se les atribuye: una postura banalizadora de los peligros que entrañan los consumos de drogas. De hecho, el discurso dominante no pone en duda que las drogas son malas y peligrosas, pero hay dos aspectos que suponen cierta diferenciación respecto a lo que opina la población general: los jóvenes no separan el alcohol del discurso de las drogas. Lo llaman de forma diferente (se llama alcohol y no droga) pero forma parte indisoluble del complejo de consumos en el que las drogas se inscriben. E incluyen un matiz de probabilidad que los adultos frecuentemente excluyen: en el colectivo de jóvenes el señalamiento de los daños está mediado por una condición de probabilidad (las drogas son malas y es probable que sean muy peligrosas).

Otros rasgos relevantes del discurso juvenil, son los siguientes:

- La subjetivación de los peligros: se habla de un “riesgo a la medida” ante el que se encuentran abundantes elementos justificatorios, como la enorme distancia existente entre experimentación y hábito. La experimentación no sólo presenta claros beneficios instrumentales, sino que además se obtienen a cambio de escasas amenazas que, en todo caso, serían relativamente fáciles de controlar por uno mismo.
- El miedo es fundamentalmente hacia lo desconocido; de ahí que las propias experiencias previas, aunque sea respecto a otras sustancias, allanen el camino en la medida en que se viven como un avance en el proceso de aprendizaje, como una inflexión vital de carácter ritual.
- La dimensión etaria: hay edades en las que no se legitiman los consumos porque todavía no ha llegado el momento; y otras en las que ya habrá pasado ese momento y seguir consumiendo, no sólo tendrán graves problemas, sino que implica ser “raros”.
- Hay que hacer lo que el grupo quiere y lo que cada uno cree que quiere el grupo. Así, los consumos, además de propiciar ese rito de crecimiento que supone el enfrentamiento con los propios límites, con el miedo, también se convierten en ritos de inclusión.
- No tiene sentido hablar de riesgos si no se habla también de los beneficios, que son transversales a todos los consumos (integración grupal, diversión, desinhibición, aguante) e instrumentales a cada consumo: el alcohol se relaciona básicamente con la fiesta; la cocaína con la euforia; las “pastillas” serían instrumentos adecuados para resistir la fatiga y para prolongar el ocio (también, de forma secundaria, para potenciar las sensaciones); y el cánnabis resulta válido para relajarse.

- El alcohol aparece asociado al ocio del fin de semana. Se sale para beber y se bebe en exceso, e incluso se afirma que la diversión está íntimamente ligada a la ingesta, poniendo sobre la mesa la relación de dependencia entre fiesta y consumo de alcohol. El cánnabis también forma parte de la fiesta, aunque de manera menos explícita. Es una sustancia apreciada porque existe un discurso asentado sobre sus bondades y sobre la extensión de su uso, que le ha otorgado un claro prestigio entre los jóvenes. Incluso para los padres es relativamente aceptable que sus hijos fumen porros, con tal de que no caigan en otros consumos percibidos como más peligrosos.

8-PARTICIPACIÓN

TABLA 8.1. Participación en el último año en alguna actividad de las organizaciones mencionadas (% de respuestas afirmativas). Jóvenes entre los 15 y 35 años.

	TOTAL	Asoc. deportivas	Asoc. Juveniles/ tiempo libre	Asoc. cultural	Asoc. políticas/ partidos políticos	Asoc. locales/ comunitarias	Asoc. cambio climático	Asoc. de derechos humanos y desarrollo	Otras ONGs
UE 27	27.029	33,6	18,1	13,9	4,6	11,1	3,2	5,2	7,9
España	1002	26,7	14,2	10,4	2,7	6	3,3	6,3	8,2
Alemania	1002	47,1	19,9	16	4,9	13,4	2,4	3,4	6,7
Bélgica	1000	47,6	25	17,5	4,8	12,7	5,4	8	4,5
Francia	1000	39,6	17,7	12,4	2	8,3	2,2	2,4	5,7
Portugal	1001	23,2	13,2	14,9	7,8	14,7	2,6	4,6	7,3

Fuente: Elaboración propia a partir de Youth on the move. Eurobarómetro. Mayo 2011.

TABLA 8.2. Pertenencia a algún tipo de organización (multirespuesta). Datos para España. Jóvenes entre los 15 y 29 años.

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDADES		
		hombre	mujer	15-19	20-24	25-29
Partido Político	2,0%	2,8%	1,1%	1,0%	1,8%	2,8%
Asociación	2,6%	3,0%	2,2%	2,4%	3,0%	2,4%
ONG	3,4%	3,3%	3,5%	1,3%	3,1%	5,3%

Otras	1,1%	1,2%	,9%	1,0%	1,5%	,7%
No pertenezco a ninguna asociación	92,0%	91,1%	92,9%	95,6%	91,3%	90,0%
TOTALES	101,1%	101,4%	100,7%	101,4%	100,8%	101,2%
	N=1100	N=563	N=537	N=296	N=384	N=420

Fuente: Juventud en Cifras. Jóvenes, actitudes sociales y políticas. INJUVE 2011.

TABLA 8.3. Pertenencia a asociaciones según tipo. Datos para España. Jóvenes entre los 15 y 29 años (%).

	Pertenece	Ha pertenecido	Nunca	N	Pertenece o ha pertenecido	Específica juvenil ¹³
Deportiva	15,7	11,3	73,0	4.786	27,0	60,4
Religiosa	4,0	7,6	88,4	4.714	11,6	47,3
Cultural	5,3	7,6	87,1	4.718	12,9	54,6
Recreativa/ Club social	9,6	10,1	80,3	4.689	19,7	39,2
Musical	4,7	5,0	90,3	4.741	9,7	59,5
Excursionistas	2,2	5,2	92,6	4.729	7,4	67,4
Benéfico o asistencial	2,5	4,5	93,0	4.717	7,0	82,9
Cívica (vecinos o consumidores)	1,4	1,4	97,2	4.723	2,8	61,8
Pacifista	0,6	0,7	98,7	4.734	1,3	61,5

¹³ Sobre quienes perteneces o han pertenecido.

Defensa de DDHH	1,1	1,5	97,4	4.711	2,6	45,5
Ecologista defensa de la naturaleza	1,3	4,4	94,3	4.720	5,7	47,8
Estudiantil	3,3	6,3	90,4	4.731	9,6	71,6
Asociación o colegio profesional	1,4	1,8	96,8	4.713	3,2	63,2
Partido u organización política	1,3	1,5	97,2	4.735	2,8	61,0
Sindical	1,5	0,8	97,7	4.717	2,3	56,9
Feminista	0,6	0,0	99,4	4.693	0,6	96,8

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

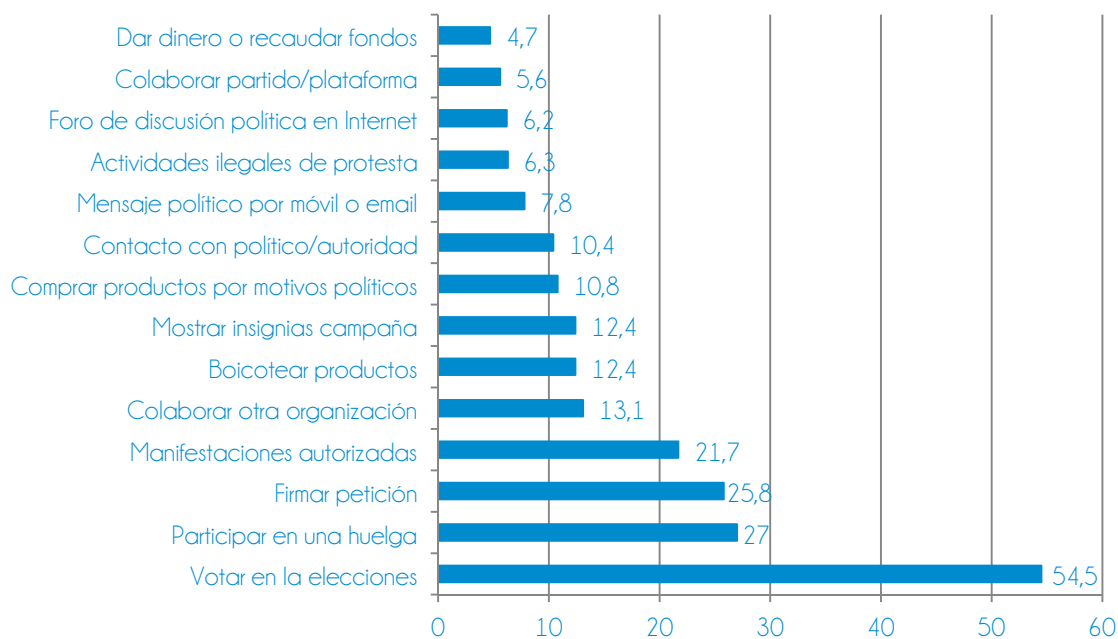
TABLA 8.4. Interés por temas de actualidad. España 2012, jóvenes entre 15 y 29 años (% mucho+ bastante interés por).

	% válido	N
Avances tecnológicos	88,4	4.821
Igualdad de género	84,0	4.816
Medioambiente	82,4	4.817
Cultura	80,3	4.801
Cooperación al Desarrollo	66,6	4.689
Conflictos internacionales	63,8	4.746
Deportes	56,2	4.767

Inmigración	53,6	4.742
Política	40,7	4.786
Religión	22,3	4.806

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2012.

GRÁFICO 8.1. Acciones políticas realizadas. España 2012, población 15-29 años (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta IJE 2012.

Movimiento 15-M:

TABLA 8.5. Interés en el seguimiento de las movilizaciones del 15-M. Datos de 2011.

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDADES		
		hombres	mujeres	15-19	20-24	25-29
Mucho interés	12,2%	12,7%	11,7%	8,1%	11,7%	15,4%
Bastante interés	31,5%	30,0%	33,0%	26,2%	33,3%	33,5%
Poco interés	33,1%	33,4%	32,8%	36,1%	33,1%	31,1%
Ningún interés	17,6%	18,5%	16,7%	22,9%	16,9%	14,7%
Es la primera noticia que tiene	5,4%	5,1%	5,8%	6,8%	5,0%	5,0%
No contesta	0,1%	0,3%	0%	0%	0%	0,3%
TOTAL	100% N=1432	100% N=730	100% N=702	100% N=385	100% N=462	100% N=585

Fuente: Cifras jóvenes. Jóvenes, participación y cultura política. INJUVE 2011.

TABLA 8.6. Participación en manifestaciones y concentraciones del 15-M. Datos de 2011.

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDADES		
		hombres	mujeres	15-19	20-24	25-29
Sí, una vez	9,4%	8,8%	10,0%	7,8%	8,0%	11,5%
Sí, más de una vez	8,3%	9,4%	7,1%	7,5%	8,7%	8,5%

No	82,3%	81,8%	82,8%	84,7%	83,1%	80,0%
No contesta	0,1%	0%	0,2%	0%	0,2%	0%
TOTALES	100% N=1354	100% N=693	100% N=661	100% N=359	100% N=439	100% N=556

Fuente: Cifras jóvenes. Jóvenes, participación y cultura política. INJUVE 2011

Pese a la escasa participación del conjunto de población joven en las movilizaciones, ante la pregunta de si en su opinión el movimiento 15-M debería continuar, un 58,6% opina que sí, frente a un 23% que dice no, y un 17,6% que no sabe.

Ya en la investigación sobre *Jóvenes y política* (FAD, 2006), se aludía a la consolidación de nuevos canales de participación y comunicación social, así como al papel fundamental que adquieren las nuevas tecnologías, principalmente como signo de modernidad pero, sobre todo, como seña de identidad de una generación que encuentra en ellas cauces de participación fáciles y democráticos. De hecho, los datos de 2006 (encuesta a jóvenes entre 15-24 años, N= 1.200) apuntan a que un 52% valora Internet como el mejor canal de expresión y participación juvenil. El análisis del discurso juvenil respecto a la política y la participación arrojaba otros datos de interés:

- Los adolescentes y jóvenes se sitúan en la escala de posicionamiento político en posiciones centristas, con tendencia al centro-izquierda (4.62, en la escala 1-10, de extrema izquierda a extrema derecha).
- Las razones esgrimidas para no participar son la falta de tiempo, como razón primera, y la falta de interés a continuación. Y la principal razón para movilizarse, el buscar y conseguir trabajo (64,6%).
- Aceptan y asumen la atribución social de una posición distanciada de gran parte de los intereses colectivos, pero niegan la postura de rebeldía inconformista que se les atribuye.
- Se identifican con el “pasotismo”: podrían plantearse acciones reivindicativas, pero ni les interesa, ni entienden que sea cosa de jóvenes, ni tienen tiempo para ello, ni cuentan con la paciencia para enfrentar las exigencias *burocráticas* del cambio. Sí sienten responsabilidad hacia su inserción en el mundo adulto, en preparar la futura y difícil incorporación al mercado laboral.

- Las personas adolescentes y jóvenes parecen tener una visión *economicista* de la participación, en un doble sentido: porque esta participación deberá dar cuenta de cuestiones económicas, y porque deberá regirse por razones de eficiencia (ocuparse de aquello que se puede modificar, que tiene los resultados garantizados, y no interesarse por lo que dudosamente puede ser influido). Existe también un concepto de participación que tendría que ver más con el compromiso dirigido a modificar el estado de la situación, pero es minoritario.
- Lo político aparece como una dimensión lejana e inabarcable que en sus aspectos globales depende de decisiones ajenas y superiores, y en su dimensión local corresponde en exclusiva al ámbito de responsabilidades de los adultos.
- Mantienen una disposición positiva muy mayoritaria (un 70%) frente al ejercicio del voto, pero la opinión sobre los políticos no es benévola: todos los partidos son iguales y todos los políticos defienden, en última instancia, sus propios intereses y los de su grupo.
- Entienden que, en el nivel de la proclamación formal, ellos sean más *de izquierdas* que sus padres; pueden permitirse serlo porque, al contrario que los adultos, no tienen que ejercer responsabilidades de sostenimiento del bienestar de su familia y de su grupo.

Pese a que los datos de la investigación corresponden a 2006, son reflejo de un discurso y muestran la percepción del grupo analizado en ese periodo. Hoy, tal y como muestran los datos cuantitativos, la participación juvenil en asuntos de política, movilización ciudadana e implicación social parece haber aumentado respecto a registros previos, y cambiado en sus formas de expresión y manifestación:

TABLA 8.7. Evolución del interés por la política. Población 15-29 años (% mucho + bastante).

	2004	2005 ¹⁴	2011	2012
Interés por la política	23,3	25,9	31,4	40,7
N	5.000	1.200	1.432	4.786

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2004; FAD 2005; EJ 153, Injuve 2011; Informe Juventud en España, Injuve 2012.

¹⁴ Población 15-24 años.

TABLA 8.8. Evolución del seguimiento de la información política diario o casi diario (todos los días/3 ó 4 veces por semana). Población 15-29 años.

	2009	2011	2012
Periódico	18,8	21,3	30,0
TV	58,5	60,3	52,8
Radio	13,2	14,0	23,0
Internet	11,2	23,1	39,4
N total	1.449	1.432	5.000

Fuente: EJ 142, Injuve 2009, EJ 153, Injuve 2011, Informe Juventud en España, Injuve 2012.

9-LAS RELACIONES

9.1. JÓVENES Y RELACIONES GRUPALES:

A partir del análisis del discurso de grupos de discusión y de las respuestas obtenidas en cuestionarios a jóvenes entre los 15 y 20 años, la investigación *Jóvenes y relaciones grupales* (FAD-Injuve 2002) dibujó las siguientes características respecto a las formas de relacionarse de la juventud en España:

- “Estar solo” es una rareza, casi una patología, opuesta por principio a uno de los valores más arraigados socialmente, que es “estar relacionado y ser popular”. No sólo es necesario relacionarse con otras personas para sentirse afectivamente cubierto o arropado sino que es, sobre todo, útil.
- Para la gente joven además, tener buenos amigos es fundamental y lograrlo funciona como motor de impulso de sus relaciones grupales e interpersonales.
- Las relaciones juveniles distinguen entre “lo que es y lo que no es amistad”, pues la realidad social impone unos ritmos y requisitos que dificultan y hacen muy escasas las posibilidades de mantener “amistades verdaderas”. La amistad se basa en la perdurabilidad, la confianza, la fidelidad y el equilibrio, lo que marca la diferencia entre las relaciones dentro de un grupo, entre “amigos y conocidos”.
- Los contextos espacio-temporales definen las estructuras grupales distinguiendo entre dos grandes espacios: el de la intimidad, definido por el “hablar” respecto a las relaciones íntimas y afectivas que se comparten con los amigos de verdad, y el espacio instrumental o utilitario, el “hacer”, en el que se identifican dos grupos: el de la escuela, donde se desarrollan actividades propias de la semana lectiva y que se comparte con conocidos que son compañeros; y el de la marcha, el grupo con el que se “sale” fundamentalmente los fines de semana, compuesto por conocidos y amigos, pero con el objetivo único de la diversión.
- Durante la semana se buscan relaciones más cercanas a la amistad íntima mediante los grupos pequeños, durante el tiempo de la marcha lo que se pretende es que las redes sean lo más grandes y numerosas posible. Cada grupo tiene sentido en su contexto y para sus objetivos, y aunque varios miembros puedan compartir grupos distintos, en cada uno de ellos mantendrá comportamientos diferentes y propios, respondiendo al sentido del grupo del que se trate.

- Chicos y chicas reconocen formalmente que son distintos entre sí a la hora de entablar relaciones personales y grupales: de los discursos se desprende que las chicas buscan relaciones de contenido más genérico y mayor implicación emotiva, mientras que los chicos buscan menor grado de emotividad centrando las relaciones en contenidos más concretos y “superficiales”. La edad marca también resultados diferentes, especialmente en la medida en que se suavizan o concretan las expectativas hacia las relaciones.

9.2. JÓVENES Y RELACIONES SEXUALES:

TABLA 9.1. Lugar que ocupa la sexualidad en la vida de la gente joven (%).

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDAD		
		hombre	mujer	15-19	20-24	25-29
Muy importante	15,5	18,0	12,8	11,9	14,6	18,5
Bastante importante	57,7	60,0	55,3	41,7	61,1	65,4
Poco importante	19,3	15,9	22,8	32,1	17,7	11,9
Nada importante	5,0	3,9	6,2	11,1	3,1	2,4
N.S.	1,6	1,4	1,9	2,6	2,0	0,7
N.C.	0,9	0,8	1,0	0,5	1,1	1,0
TOTAL	100% N=1411	100% N=717	100% N=694	100% N=386	100% N=453	100% N=572

Fuente: Sondeo de opinión Jóvenes y diversidad sexual. Injuve 2010.

TABLA 9.2. Edad de la primera relación sexual completa. Jóvenes de 15 a 29 años (%).

	2004	2012
Media (años)	17,6	17,3
% 15 ó menos	5,2	12,3
% 16-18	44,6	36,5
N	2.564	3.198

Fuente: Informe Juventud en España, Injuve 2004 y 2012.

ASPECTOS CUALITATIVOS:

La investigación *Jóvenes y sexo* (FAD-Injuve 2005), a partir de entrevistas y grupos de discusión con chicos y chicas entre los 16 y 19 años, mostró datos de tipo cualitativo relevantes:

- Los chicos y las chicas cuentan cosas diferentes y a interlocutores diferentes, refieren distintas expectativas, temen cosas distintas, y dicen comportarse de una manera diversa los unos de las otras. Ellos hablan más del deseo (“son más sexuales”) y ellas de las emociones y los miedos que las acompañan (“más comedidas”), y manejan el estereotipo de que “ellos siempre quieren y ellas siempre pueden”.
- Los chicos expresan que lo que esperan es básicamente la satisfacción del propio deseo y, sobre todo, el reconocimiento y la institucionalización, casi la celebración, de ese deseo. Las chicas esperan encontrar pareja, entendida como aquella que ofrece la posibilidad de culminación de las propias necesidades emocionales, afectivas y, finalmente, sexuales.

- Los temores de los varones tiene más que ver con el quedar mal, con el no “dar la talla” (no lograr la satisfacción sexual, no culminar un encuentro,...). Los temores de las chicas están más relacionados con no ser suficientemente atractivas y, sobre todo, con el verse frustradas en su expectativa de relación emocional (inestabilidad, infidelidad del varón). Y esto condiciona sus comportamientos: ellos han de estar siempre “al ataque”; ellas muestran una postura intermedia, entre no ser “estrechas” y no exponerse excesivamente, moviéndose en el plano de la seducción.
- Las posturas parecen confirmar los estereotipos de género, pero ellas apuntan cierta tendencia al cambio, a la visión crítica de las mismas, más que ellos. Ser una mujer más libre, más “como pueden ser los hombres”, tal y como lo expresan, es un proyecto que las chicas casi siempre refieren al futuro; son las jóvenes más “maduras” las que pueden mantener ese comportamiento en el que el sexo aparece más desmitificado y falto de compromiso. Pero esa postura parece tener un cierto tinte negativo: se podrá ser más libre para el comportamiento sexual cuando el proyecto de pareja haya fracasado.
- El momento de la iniciación sexual se vive como algo muy significativo y muy marcado por lo que se supone que es “normal”, por lo que los demás esperan, en definitiva, por el grupo de pares. En lo referente al sexo, quien marca, y finalmente dictamina lo que hay que hacer, es ese grupo: perder la virginidad, un momento ansiado y temido, es un elemento que modifica el estatus personal ante el grupo, un elemento que no sólo te convierte en alguien diferente ante ti mismo, sino que supone la asunción de esa transformación por los demás.
- En la representación de los y las jóvenes, el sexo que corresponde a su edad y a sus circunstancias es básicamente el sexo ocasional, el que aparece en espacios de ocio como fin en sí mismo y el que, lejos de agotar el deseo, parece retroalimentarlo en una espiral continua de búsqueda.

10-ASPECTOS CULTURALES

Tal y como han mostrado investigaciones como *Jóvenes y medios de comunicación* (FAD-Injuve 2001), *Jóvenes y videojuegos* (FAD-Injuve 2002), *Jóvenes entre sonidos* (FAD-Injuve 2003), *Jóvenes y estilos de vida* (FAD-Injuve 2003), *Jóvenes y publicidad* (FAD-Injuve 2004), *Jóvenes y cultura Messenger* (FAD-Injuve 2006) o *Consumo televisivo, serie e Internet* (FAD 2012), el universo cultural de la población joven y adolescente española se configura alrededor de una serie de elementos.

La sociedad espera que todos los jóvenes sean espontáneos, divertidos, disfrutadores del presente, atrevidos, arriesgados, etc., y esas expectativas sociales son transmitidas de una forma u otra. Los jóvenes, por su parte, captan y asumen esas exigencias estereotipadas y se creen en la obligación de ser tal como se espera de ellos. Los medios de comunicación por su parte, reflejan y comunican esa “forma de ser de los jóvenes”, la refuerzan al convertirla en prototipo, la transmiten y la socializan, la convierten en algo deseable y terminan por cerrar el círculo del convencimiento de los adultos (que creen que los jóvenes son así) y de los jóvenes (que sienten que es eso lo que se les pide y que es eso lo que ellos mismos desean): si eres joven, por ejemplo, te gusta salir por la noche, no te interesa la política, practicas sexo, no tienes más responsabilidades que el estudio.

Teniendo en cuenta que jóvenes y adolescentes no constituyen un grupo homogéneo de gustos, hábitos y tendencias, sino que existen pluralidad de posturas y perfiles, sí podemos mencionar sin embargo, ciertos rasgos comunes, más presentes y definitorios de estos grupos de edad:

- La “normalidad”, lo establecido por el grupo de pares como tal, como requisito para la integración social. La aceptación de la norma, por tanto, de lo comúnmente aceptado, de forma que no se destaque o se permita el etiquetaje en un estereotipo peculiar (ser “raro”). Puede ser normal algo que sea claramente antisocial, siempre que se suponga esperable en un joven (como el consumo de drogas, por ejemplo).
- La edad es, probablemente, la variable más significativa en lo que a cambios y diferenciaciones se refiere. Los gustos, prioridades, percepciones y expectativas, evolucionan a medida que aumenta la edad. La adolescencia y juventud se constituyen en un tiempo de paso en el que cada pequeño escalón determinará la posición que se ocupa en el proceso de madurez: siempre se atribuye a los más jóvenes un mayor conjunto de rarezas, de descontrol, de desconocimiento y de falta de criterios.

- El estilo de vida de la gente joven se caracteriza a partir de la dualización de los tiempos (diferenciación meridiana entre el tiempo de entre semana y el fin de semana) y el aumento de la importancia del ocio como tiempo dedicado a construir la identidad personal y la significación social.
- En cuanto al uso y consumo de medios de comunicación, la televisión sigue siendo el medio de comunicación elegido por la mayoría de la población para entretenerse, aunque Internet parece estar empezando a ocupar un puesto importante como medio de entretenimiento. La tendencia general apunta a que las nuevas generaciones están modificando sus hábitos de consumo mediático, manifestando sus preferencias por dispositivos portables que les permiten compartir gustos, contenidos y experiencias con su entorno próximo.
- Los y las jóvenes españoles perciben que la televisión es, principalmente, un medio de entretenimiento, opinión que resulta coherente con el tipo de contenidos que consumen: entre los primeros puestos se sitúan claramente las películas y las series de humor españolas, seguidas por el 89% y el 84% respectivamente, y las series de animación satíricas (79,8%) y los programas deportivos (61,8%).
- Una importante mayoría de jóvenes españoles (aproximadamente el 60%) juega a los videojuegos en la actualidad. El perfil de los usuarios varía en función del tipo de juego, pero en términos mayoritarios, se trata de usuarios varones y jóvenes (14-15 años), y se juega menos frecuentemente a medida que aumenta la edad. La incidencia de los juegos en red (jugar en tiempo real, con más jugadores, a través de Internet) es aún minoritaria en nuestro país. Un alto porcentaje de jugadores admite experimentar algún tipo de problema como consecuencia de su afición por los videojuegos (casi el 44%), como desatender las tareas escolares, tener discusiones con los padres y perder horas de sueño.
- Existe una importante presencia de la música en el ocio y la vida cotidiana de la gente joven (casi un 80% afirma escuchar música todos o casi todos los días): la música se convierte en vehículo indispensable para la diversión y en un lazo de unión entre personas, y actúa como elemento que acompaña y evoca sensaciones y recuerdos. La gran mayoría se siente influida en sus gustos musicales por sus amigos, que además son sus principales fuentes de información y con los que suelen compartir gran parte de esos gustos.
- El estilo que copa el mercado y las listas de éxitos, el pop y pop-rock, es el único que aceptan la mayoría de los jóvenes (el 50%), seguido de lejos por otros estilos de éxito (dance, latina, cantautores, electrónica, canción melódica). Los estilos musicales que menos gustan y son más rechazados, son los minoritarios y, sobre todo, con una fuerte carga simbólica, ideológica o estética. Es decir, los estilos a partir de los cuales funcionan estereotipos muy concretos y alejados de "la norma" (jazz, punk, clásica, heavy).

11-TIPOLOGÍAS

En diversas investigaciones realizadas desde el Centro se han establecido categorías o clasificaciones de la población joven en función de las temáticas que se han analizado sobre ella, con la intención de mostrar un perfil sociológico de la juventud española actual en relación a sus estilos de vida, sus formas de ocio, o las percepciones del riesgo asociado al uso del tiempo libre y el consumo de sustancias. Es lo que se conoce como la construcción de “tipos ideales” para analizar fenómenos concretos, y lo que permite agrupar y comparar variables que son comunes y diferentes entre cada sujeto. En este sentido, hay tantas clasificaciones como elementos se utilicen para construirlas. Y es este apartado queremos destacar algunas de ellas:

-Jóvenes y estilos de vida. Valores y riesgos en los jóvenes urbanos. FAD-INJUVE 2003:

Esta investigación analiza el comportamiento de jóvenes urbanos españoles entre 15 y 24 años (N= 1.700, en poblaciones de más de 20.000 habitantes), a partir de su **conducta formal respecto al uso del tiempo** a lo largo de cuatro días estándar (jueves, viernes, sábado y domingo) con dos objetivos: relacionar ese uso del tiempo con sus **valores** y con **comportamientos de riesgo** (el consumo de alcohol y tabaco, el fracaso escolar, los accidentes con vehículos, la victimización, los comportamientos delictivos y vandálicos, el consumo de drogas y el comportamiento sexual).

A partir de los datos obtenidos respecto a sus estilos de vida, la investigación determina la siguiente tipología o clasificación de jóvenes:

- **Estudiosos: 42%, fundamentalmente adolescentes.**
- **Trabajadores: 23%, predominando entre los más adultos.**
- **Marchosos: 17%, predominio entre los 18 y los 22 años.**
- **Consumistas: 12%, todas las edades, destacando los chicos.**
- **Hogareños: 6%, fundamentalmente mujeres, más cuanto más adultas.**

La edad resulta ser la variable que establece la auténtica diferencia, por encima de otro tipo de divisiones o desigualdades basadas en la clase social o el género. La relación entre estilos de vida y valores parece poco consistente según los datos.

TABLA 11.1. Perfil demográfico de los 5 tipos de jóvenes identificados.

	ESTUDIOSOS	MARCHOSOS	HOGAREÑOS	CONSUMISTAS	TRABAJADORES
Hombre	50,1	48,6	39,8	55,9	51,1
Mujer	49,9	51,4	60,2	44,1	48,9
15-16	26,6	6,3	14,6	23,0	0,0
17-18	24,6	17,8	13,6	19,6	8,7
19-20	19,0	29,7	13,6	19,1	18,3
21-22	17,6	24,8	27,2	18,1	29,3
23-24	12,0	21,3	31,3	20,1	42,2

Fuente: Jóvenes y estilos de vida, p. 242. FAD-INJUVE 2003.

-Jóvenes y política, FAD-Injuve 2006:

Jóvenes españoles entre 15 y 24 años, clasificados según cinco grupos de posicionamientos diferenciados en relación con la **implicación en las cuestiones sociales y/o políticas**, las tendencias hacia la participación y las percepciones sobre los asuntos y agentes políticos y sociales:

- Indiferentes: 29%, es el grupo más numeroso: caracterizados por una total y absoluta indiferencia hacia todo lo que suponga e implique la realidad sociopolítica.
- Escépticos: 21% del total de los casos se integran en este segundo grupo: cierto pesimismo receloso, tanto hacia los agentes sociales como hacia las posibilidades de resolver los problemas globales que condicionan la realidad sociopolítica.
- “De partido”: 21%, este grupo sostiene la defensa y apuesta por las instituciones partidistas en todos sus términos.
- Proactivos: 18%, este grupo hace una contundente defensa de la necesidad de implicarse en las cuestiones sociales y políticas, y considera que lo que ocurre en la actualidad forma parte de su realidad cotidiana.
- Apolíticos: el 11% restante, compone el grupo menos numeroso: consideran la política como algo ajeno a sí mismos, por lo que, en primer término, destacan su rechazo a la necesidad de participar en cuestiones sociales y su negativa de que se pueda y deban cambiar las cosas.

-Jóvenes, valores, drogas. FAD, 2006:

Estudio basado en una entrevista a 1.200 jóvenes representativos de la población española de entre 15 y 24 años, con el objetivo de construir una tipología en función de su **horizonte de valores**. En primer lugar, se les pidió que identificaran qué iconos representaban a su generación, así como que se definieran a sí mismos, para continuar con el análisis de su universo de valores. En función de los resultados de este análisis, se establece una tipología de los jóvenes a través de 5 grandes grupos:

- Integrado/normativo: 32,67%, integrados socialmente, aceptan las normas, se consideran altruistas y comprometidos, y un 59% de este grupo lo forman mujeres.
- Retraído: 21,42%, grupo que se define más por lo que no le caracteriza, que por lo que le caracteriza, que se define negando. Son socialmente retraídos, desimplicados, aunque integrados socialmente.
- Ventajista/disfrutador: 19,75%, piensan en la jerga, el disfrute del fin de semana, consumen drogas y no tienen reparos en practicar conductas de riesgo.
- Alternativo: 15,25%, particularmente implicados con lo público, concienciados con temas sociales y políticos aunque no al modo tradicional, y los de mayor edad media de todos los grupos.
- Incívico/desadaptado: 10,91%, se posicionan fuera de las normas sociales, legitiman la violencia y muestran rechazo hacia la familia, el trabajo o el futuro profesional.

-Ocio (y riesgos) de los jóvenes madrileños. FAD, 2009:

Este estudio realiza un acercamiento en profundidad a la realidad del **ocio juvenil**, a las características que lo configuran y, específicamente, a qué **tipo de riesgos** se perciben asociados a ese tiempo y a los comportamientos que en él realizan. La combinación de la metodología cuantitativa (1.200 entrevistas) y cualitativa (11 grupos de discusión), ofrece un panorama global sobre las relaciones entre riesgo y ocio entre los y las jóvenes madrileños de entre 15 y 24 años. La investigación identifica cuatro tipos básicos de posiciones ante el riesgo en el tiempo de ocio:

- Adaptativos: 8%, rechazo del riesgo como postura vital pero aceptación de sus manifestaciones concretas en el tiempo de ocio, como peaje para la integración.
- (Cuasi) Experimentadores: 56%, aceptación de riesgo como postura vital y en sus manifestaciones concretas, pero desde posturas precavidas.
- Prudentes: 30%, aceptación del riesgo sólo como constructo teórico o como ideal, con claro rechazo de las expresiones operativas del mismo.
- Confusos: 6%, cierta mitificación del riesgo teórico, enfatizando los peligros concretos, todo ello desde una cierta mala integración con los iguales.

- *Tipologías de consumidores de drogas*. FAD, 2013:

Estudio que se refiere a un sector muy concreto de la población juvenil entre los 18 y 25 (N= 750), que indudablemente resulta minoritario: las personas que protagonizan los consumos habituales de las sustancias, más allá de posibles experiencias puntuales. Analiza los **consumos**, los principales **valores e intereses de las personas muy consumidoras**, así como los **riesgos** atribuidos a su propio consumo, al consumo de drogas en general, y también el grado de sus posibles beneficios.

La investigación identifica tres grupos o tipos ideales entre jóvenes consumidores/as intensos de, al menos, dos sustancias, y su relación con diferentes posturas a la hora de afrontar el riesgo. Son los siguientes:

-Despreocupados/as de prácticamente todo y aplazando responsabilidades: 29,5%, indiferentes, “pasotas” con lo público y en la esfera privada, banalizan los riesgos de las drogas y consumen con más regularidad las drogas menos normalizadas.

-Por la experimentación, la normalización de la relación con las drogas, y el disfrute: 32,0%, aceptan el riesgo en la vida en general, priman valores de experimentación y libertad, y realizan un consumo variado de las drogas, de “picoteo”.

-Desde la precaución y el temor, hacia la problematización del consumo: 38,4%, precavidos, más críticos con los consumos, realizan un uso habitual de alcohol y cannabis, las sustancias más normalizadas.

12-LOS JÓVENES VISTOS DESDE LOS ADULTOS

El trabajo de campo realizado en el marco de sucesivas investigaciones aporta información relativa también a la visión que las personas adultas tienen sobre la adolescencia y la juventud actual, sobre la imagen juvenil que plasman los medios de comunicación, así como sobre los retos que afrontan las generaciones venideras y las preocupaciones que familiares o educadores tienen respecto a la socialización de los menores a su cargo.

La sociedad maneja una serie de estereotipos sobre la juventud y la adolescencia que parecen asumirse como ciertos y generalizables y que los califica en muchas ocasiones de inmaduros, despreocupados, apáticos o irresponsables. Una imagen que tiene mucho que ver con la que reflejan los medios y la publicidad, que contribuye a generar una visión crítica y alarmante de la juventud y adolescencia española: protagonistas de consumos de riesgo y conductas incívicas, irresponsables, desmotivados o “pasotas”, hedonistas...

¿Es eso lo que dicen los datos de los estudios? ¿Cuál es la visión que los adultos tienen de ellos? De los datos que se desprenden de investigaciones como *Jóvenes en los medios*, FAD-Injuve 2007; *Jóvenes y política*, FAD-Injuve 2006; *Docentes o maestros*, FAD 2009; *Bienestar en España*, FAD 2011; *Consumo televisivo, series e Internet*, FAD 2012, se extraen los siguientes datos:

- Los estudios muestran que existe una suerte de pacto social implícito sustentado en un sistema de valores común, que atribuye a jóvenes y adultos unas características determinadas, que diferencian ambos universos simbólicos. Ser joven implicaría hacer “cosas de jóvenes” (salir, estudiar, divertirse, rebelarse...), cosas que se dejarán de hacer al asumir las responsabilidades de la vida adulta (trabajo, vivienda, familia). Mientras tanto, cumplir con las obligaciones propias de la condición juvenil (estudiar, obedecer en casa) parece bastar para asumir que se cumple con la parte del “trato” que les corresponde.
- La juventud tiende a ser interpretada como un camino hacia la vida adulta, una suerte de tiempo de espera en el que cada joven ocupa una posición que le conducirá a integrarse, antes o después, en el universo simbólico de las responsabilidades y la madurez.

- Lo joven se vincula con determinados temas y patrones de consumo: el interés por la música, la moda, las nuevas tecnologías y el ocio, así como con valores sociales positivos y negativos: por un lado, con el aprovechamiento de una etapa vital que supone estar en la “flor de la vida”, la falta de responsabilidades (exceptuando los estudios y la integración familiar), grandes dosis de libertad y experimentación, solidaridad y tolerancia. Y por otro, con la rebeldía, la inmadurez, el hedonismo, el consumismo o el presentismo.
- En general, los jóvenes comparten la idea de que los medios de comunicación realizan un análisis estandarizado y estereotipado de las actitudes y comportamientos juveniles, poniendo énfasis en aquellas más negativas o conflictivas, que la juventud reconoce protagonizar pero que considera minoritarias, y cuya presencia en estos medios sólo contribuye a generar “mala prensa” al conjunto de la gente joven: jóvenes rebeldes e imprudentes, que sólo piensan en salir de fiesta.
- En cuanto a la publicidad, existen diferencias en los valores que incorpora la publicidad dirigida a jóvenes, según el tramo de edad concreta de quienes son el objetivo principal del producto que se publicita. La dirigida a menores de 25 años enfatiza el disfrute, el presente, la diversión, la amistad, el grupo, el tiempo libre, el dinamismo, la vitalidad, la independencia, la rebeldía, la autenticidad. Superada esa edad, las claves son otras: identificación con los adultos, formación y preparación, proyección de futuro, éxito profesional, social y económico, afirmación individual frente al grupo, bienestar, cuidado de la salud, etc.

La visión de padres y madres:

- Padres y madres consideran que se está creando una generación de menores incapacitados estructuralmente para enfrentarse al mundo exterior por sus propios medios, y hablan de adolescentes y jóvenes “inmaduros, dependientes, mimados e incapaces”. Esto se debe a la consagración de un modelo de relación educativa basada en acomodar a los hijos e hijas en una burbuja hiperprotectora e hiperdotada de medios, en la que éstos no perciben, ni experimentan, necesidad alguna para esforzarse y adquirir sus propias responsabilidades.
- La familia actual plantea una relación entre padres e hijos más cercana de la que nunca ha existido, algo que, esencialmente, se vive como enriquecedor y muy positivo. Pero tiene su contrapartida: la mayor confianza va ligada a una pérdida de autoridad que les resta capacidad para establecer las normas. La escena que describen es la siguiente: hijos irrespetuosos, convencidos de tener muchos derechos y ninguna obligación, campando a sus anchas por una casa que parece más una pensión que el seno de una familia. Los docentes también aluden a esta pérdida de autoridad y a una excesiva protección del menor.

- Desde el discurso de los progenitores, el trabajo es la primera condición necesaria del bienestar y, en lo que atañe a sus hijos, hablar de trabajo remite fundamentalmente a los estudios, entendiendo la inversión formativa como la única alternativa viable para poder optar a un espacio adecuado en el mercado laboral, y siendo el logro de titulaciones universitarias su máxima aspiración.
- Padres y madres siguen viviendo la relación con la tecnología como algo ajeno, que en cambio resulta natural para sus hijos e hijas, que les superan permanentemente en la capacidad de manejo y comprensión de estas tecnologías, y en cuyo ámbito les resulta prácticamente inasequible la posibilidad de control sobre los usos y los contenidos que éstos realizan y consumen.

13-INDICADORES OPINÁTICOS

La investigación *Bienestar en España* (FAD, 2011), un estudio en base al análisis de diversos grupos de discusión con padres, madres y adolescentes, mostró que, más allá de la crisis actual, lo que preocupa en el diseño de un espacio de bienestar son una serie de asunciones y convicciones:

- que el trabajo fijo y estable se ha terminado;
- que el acceso al empleo ya no está relacionado directamente con el nivel de capacitación y especialización adquiridas mediante la formación sino, sobre todo, con la enorme competencia para acceder a empleos bien remunerados y que cumplan ciertas expectativas de estatus socioeconómico;
- que la inestabilidad laboral unida al incremento del precio de la vivienda hace muy difícil imaginar procesos de emancipación que no rompan la tendencia a mantener y/o incrementar el estatus adquirido;
- que, todo ello, conjuntamente, hace percibir a la actual generación de adolescentes y jóvenes en un permanente *stand by*.

Y, ¿qué dicen los datos cuantitativos? ¿Qué opina la población joven sobre sus perspectivas de futuro, sus retos y oportunidades?

TABLA 13.1. Respuestas a la pregunta ¿cuál es, a tu juicio, el principal problema que tienen los jóvenes actualmente en España? ¿Y el segundo? (RESPUESTAS AGREGADAS). Datos de 2012.

	TOTAL	SEXO		GRUPOS DE EDADES		
		HOMBRES	MUJERES	15-19	20-24	25-29
Paro	72,1%	74,1%	70,0%	51,9%	76,1%	82,7%
Drogas	7,9%	8,7%	7,1%	14,6%	5,9%	5,0%
Inseguridad ciudadana	1,0%	0,5%	1,6%	1,3%	,9%	1,0%
Alcohol, "botellón"	4,2%	3,4%	5,1%	8,1%	2,8%	2,7%

Infraestructuras (tráfico, transporte)	0,2%	0,3%	0,1%	0%	0,4%	0,2%
Violencia, peleas, bandas	0,4%	0,1%	0,7%	1,0%	0,4%	0%
Vivienda, carestía, dificultad acceso	10,3%	9,3%	11,4%	1,5%	10,1%	16,5%
Problemas económicos, crisis económica	16,1%	16,6%	15,6%	13,1%	17,3%	17,3%
Salarios bajos	1,3%	1,5%	1,0%	0,3%	1,5%	1,7%
Calidad del empleo, precariedad, salarios bajos	2,9%	2,7%	3,1%	1,3%	3,7%	3,4%
Dificultad para emanciparse, falta de ayudas	4,6%	4,0%	5,3%	2,3%	3,9%	6,7%
Incertidumbre ante el futuro	2,6%	2,7%	2,6%	2,8%	3,5%	1,9%
Falta de oferta cultural, falta de espacios de ocio	1,2%	1,1%	1,3%	2,0%	1,1%	0,7%
El Gobierno, el Presidente	1,2%	1,6%	0,7%	0,8%	1,1%	1,5%
La clase política, la corrupción política	1,7%	2,9%	0,6%	2,0%	,9%	2,2%
Falta de interés por trabajo y estudios	5,2%	4,4%	6,1%	8,8%	4,2%	3,6%
Dificultad para encontrar trabajo relacionado con los estudios	1,5%	1,6%	1,4%	1,8%	1,8%	1,2%
Problemas sociales	0,6%	0,8%	0,3%	0,5%	0,4%	0,7%
Racismo	0,1%	0%	0,1%	0,3%	0%	0%
Inmigración	0,6%	0,8%	0,3%	0,05%	1,1%	0,2%
Terrorismo	0,1%	0%	0,1%	0%	0,2%	0%
Violencia contra la mujer	0,4%	0,3%	0,6%	0,8%	0%	0,5%
Falta de educación cívica	0,4%	0,7%	0,1%	0,3%	0,4%	0,5%
Falta de valores ético morales	1,3%	1,2%	1,4%	1,5%	1,5%	1,0%

Sistema educativo, planes de estudio	13,8%	13,9%	13,8%	20,9%	13,1%	9,6%
Excesiva libertad, permisividad	0,9%	0,8%	1,0%	1,0%	1,1%	0,7%
Incomprensión de la sociedad	0,7%	0,5%	0,9%	1,5%	0,2%	0,5%
Relaciones con los padres, falta de comunicación	0,7%	0,8%	0,6%	1,5%	0,7%	0,2%
Malas compañías/influencias	0,2%	0,4%	0%	0,5%	0,2%	0,9%
Inmadurez, infantilismo	0,5%	0,8%	0,1%	0,8%	0,2%	0,5%
Problemas personales y afectivos	0,2%	0,3%	0,1%	0,3%	0%	0,3%
Reforma laboral	0,3%	0,3%	0,3%	0%	0%	0,7%
Los "recortes"	0,3%	0,4%	0,1%	0,3%	0,4%	0,2%
Otros	1,6%	1,9%	1,3%	1,0%	2,6%	1,2%
Ninguno	0,1%	0,1%	0%	0%	0,2%	0%
No sabe	4,1%	3,4%	4,8%	10,1%	2,8%	1,0%
No contesta	0,5%	0,5%	0,4%	0,8%	0,4%	0,3%
TOTALES	161,9% N=1437	163,7% N=733	160,1% N=704	155,7% N=397	161,5% N=457	166,6% N=583

Fuente: Sondeo de Opinión. Jóvenes y emprendimiento, INJUVE 2012

Como puede apreciarse en los datos de la tabla, el **paro** (72,1%) se identifica como el principal problema que tienen los y las jóvenes actualmente en España, a una enorme distancia de los otros, que por orden de mayor nº de respuestas nombran problemas relacionados con aquél: **problemas económicos** (16,1%) y **sistema educativo/planes de estudio** (13,8%). Le siguen la **vivienda** (carestía, dificultad de acceso, con un 10,3%) y los consumos de sustancias (**drogas**, con un 7,9%).

Estos datos, coinciden con los que apunta la investigación *Crisis y contrato social* (FAD, 2013). A partir de una encuesta nacional a jóvenes entre 18 y 24 años (N= 1000), que analiza el impacto de la crisis en la percepción de la juventud sobre su futuro en diferentes ámbitos (trayectoria formativa y laboral, expectativas de futuro, etc.), las respuestas apuntan a la existencia de una enorme incertidumbre sobre el presente y el futuro, causada por la crisis y sus impactos en la destrucción y precarización del empleo y, como consecuencia, a un temor por la enorme dificultad percibida para construir una vida independiente y normalizada a corto y medio plazo.

TABLA 13.2. Valoración de la situación actual y perspectivas de la situación futura. Jóvenes de 18 a 24 años. Datos de 2012.

VALORACIÓN SITUACIÓN ACTUAL	ESPAÑA		PROPIA	
	N	%	N	%
Muy buena	9	0,9	35	3,5
Buena	36	3,6	321	32,0
Regular	116	11,6	391	38,9
Mala	441	43,9	152	15,1
Muy mala	377	37,5	67	6,7
Ns/Nc	25	2,5	38	3,8
Total	1.004	100,0	1.004	100,0

PROSPECTIVA SITUACIÓN FUTURA	ESPAÑA		PROPIA	
	N	%	N	%
Mejor	109	10,9	221	22,0
Igual	474	47,2	493	49,1

Peor	355	35,4	191	19,0
Ns/Nc	66	6,6	99	9,9
Total	1.004	100,0	1.004	100,0

Fuente: Crisis y contrato social, FAD 2013.

TABLA 13.3. Medidas que consideras necesario implementar para mejorar la situación de los y las jóvenes. Jóvenes de 18 a 24 años. Datos de 2012.

MEDIDAS NECESARIAS PARA MEJORAR LA SITUACIÓN DE LOS JÓVENES	N (respuestas)	% respuestas	% casos
Mejorar las ayudas a la emancipación	222	8,1%	22,5%
Aumentar ayudas para la compra de vivienda	132	4,8%	13,4%
Aumento de ayudas para el alquiler de viviendas	114	4,2%	11,6%
Más ayudas para encontrar empleo	552	20,2%	55,9%
Más ayudas para los estudios	340	12,4%	34,4%
Mejorar la formación, la calidad de los estudios	271	9,9%	27,5%
Más ayudas a los jóvenes emprendedores	348	12,7%	35,3%
Leyes para mejorar las condiciones laborales de los jóvenes	353	12,9%	35,8%
Más incentivos a las empresas para que contraten jóvenes	387	14,2%	39,2%
Otros	12	,4%	1,2%
Total	2731	100,0%	276,7%

Fuente: Crisis y contrato social, FAD 2013.

TABLA 13.4. Grado de empeoramiento de los aspectos de la situación vital mencionados, como resultado de la crisis. Jóvenes de 18 a 24 años. Datos de 2012.

GRADO DE EMPEORAMIENTO POR LA CRISIS DE...	N	Media	S Desviación
El trabajo o las perspectivas de tenerlo en el futuro	999	7,31	2,242
Tu situación económica	1003	6,46	2,367
La posibilidad de alcanzar tus metas, de realizar tus planes	999	6,59	2,260
Tu confianza en el futuro	998	6,71	2,192
Tu sensación de felicidad	1.002	5,47	2,458
Tu sensación de seguridad	1.003	6,14	2,309

Fuente: Crisis y contrato social, FAD 2013.

Pese a todo, la gran mayoría de entrevistados afirma que tendrá una buena vida en el futuro, un **60,9%** frente a un **16,4%** que asegura no creer que será así, aunque es algo menos optimista respecto a la situación de la juventud en general:

TABLA 13.5. Grado de acuerdo/desacuerdo. Jóvenes de 18 a 24 años. Datos de 2012.

INDEPENDIENTEMENTE DE LA SITUACIÓN ACTUAL, EXISTE UN FUTURO PROMETEDOR PARA LOS JÓVENES	N	%
Totalmente de acuerdo	158	15,7
De acuerdo	417	41,5
En desacuerdo	338	33,7

Totalmente en desacuerdo	75	7,5
Ns/Nc	16	1,6
Total	1.004	100,0

Fuente: Crisis y contrato social, FAD 2013.

El análisis del discurso de esta población joven (18-24 años) subraya una serie de elementos:

- La incertidumbre ante el futuro y el alargamiento de estados de dependencia: las dificultades que trae consigo la crisis dificultan enormemente el diseño de trayectorias, de itinerarios propios, y dibujan un horizonte poco esperanzador de mejora en el medio plazo.
- Hay una tendencia generalizada hacia afirmaciones que apuntan a una necesidad de cambio en algunos parámetros del sistema social y económico, pero se percibe un importante escepticismo sobre la posibilidad de transformaciones reales y profundas que modifiquen de manera sustancial comportamientos sociales e individuales como la corrupción, el egoísmo, o la falta de aprendizaje desde la experiencia negativa.
- Así mismo, se habla de una ruptura real de la correlación educación/esfuerzo y trabajo, pues el paro y la crisis tienden a igualar las estrategias de incorporación al mundo adulto entre quienes han estudiado y quienes no lo han hecho. La adaptación, la flexibilidad (trabajar en lo que sea, en cualquier condición) y la experiencia laboral previa, parecen erigirse como las nuevas herramientas que aseguran la preparación “práctica” que valoran los empleadores.
- Sin embargo, la formación sigue siendo una estrategia que otorga beneficios claros y tangibles y donde se proyectan las estrategias de una futura mejora, pues la situación se interpreta como coyuntural: en función de la formación de cada cual, vemos discursos encaminados a la realización de ciclos formativos superiores o el planteamiento de un retorno a los estudios.
- Quienes trabajan, han de lidiar con trabajos precarios, mal pagados y/o claramente de supervivencia, su capacidad de independencia es reducida y sus perspectivas de futuro inmediato, tan malas como las del resto.

- Las estrategias y decisiones sobre trabajos o estudios se tomaron en tiempos absolutamente distintos, con unas expectativas sobre el futuro radicalmente diferentes a la situación actual. Sin embargo, no encontramos personas que se “arrepientan” totalmente de las decisiones tomadas, puesto que eran coherentes con el tiempo y las circunstancias de entonces. Aunque sí se apuntan algunos matices que aplicarían a las decisiones adoptadas: como haber acumulado algo de experiencia laboral entre quienes no la tienen, o haber cursado algún módulo más de formación, entre quienes no han cursado estudios o los dejaron “a medias”.
- El estatus de referencia marca diferencias sobre las expectativas de futuro: entre las personas de estatus alto o medio, impera el deseo de mantener el conseguido por sus progenitores; deseo de difícil consecución, pero al que se orientan todas las estrategias y esfuerzos (elección de estudios que lo aseguren, sobrecualificación). Entre aquellos de menor estatus de clase, las expectativas parecen ser, en este momento, de estricta supervivencia, lo que deriva en estrategias más adaptativas.

14-LA JUVENTUD EN LOS MEDIOS

Los y las jóvenes utilizan y consumen contenidos y formatos diversos a través de los medios de comunicación y los datos muestran que tienen una visión crítica de su fiabilidad. El Barómetro del CIS de marzo de 2013 (Estudio nº 2.981) incide en la recogida de datos relativa al uso y la percepción de los medios de comunicación, y aporta las siguientes cifras:

TABLA 14.1. En una escala donde 0 significa que “no confía en absoluto” y 10 que “confía totalmente”, ¿en qué medida confía usted en la información que recibe a través de los medios de comunicación?

	TOTAL todas las edades	EDAD	
		18-24	25-34
0 No confía en absoluto	4,2	2,3	4,9
1	1,9	,9	3,4
2	4,1	4,5	4,5
3	7,4	7,7	8,5
4	10,0	11,8	7,9
5	28,2	25,0	29,8
6	18,2	22,7	17,4
7	13,5	15,0	13,0
8	8,2	7,7	7,9
9	1,8	2,3	1,7
10 Confía totalmente	0,9	0	0,6
N.S.	1,3	0	0,4

N.C.	0,3	0	0
(N)	2.477	220	470

Fuente: CIS, barómetro marzo 2013

TABLA 14.2. En una escala donde 0 significa que “no confía en absoluto” y 10 que “confía totalmente”, ¿en qué medida confía usted en los siguientes medios?

(Medias)	TOTAL Todas las edades	EDAD	
		18-24	25-34
Televisión	5,33	5,43	5,13
(N)	(2.442)	(218)	(466)
Radio	5,85	5,91	5,58
(N)	(2.052)	(177)	(401)
Prensa escrita (periódicos editados en papel, o en papel e Internet a la vez)	5,59	5,98	5,46
(N)	(2.105)	(199)	(435)
Prensa únicamente digital	5,53	5,90	5,51
(N)	(1.354)	(183)	(363)
Blogs	4,65	5,11	4,56
(N)	(1.096)	(174)	(320)
Redes sociales	4,56	5,15	4,39
(N)	(1.119)	(191)	(351)

Fuente: CIS, barómetro marzo 2013

La visión crítica que la gente joven muestra hacia los medios de comunicación no es exclusiva de este grupo, como puede apreciarse en las medias correspondientes a todos los grupos de edad. Pero sí difiere en los formatos que consumen por encima de la media (los vinculados a Internet), y no impide su adhesión a ciertos contenidos vinculados principalmente al entretenimiento, con la televisión en el primer lugar como medio más consumido.

Tabla 14.3. ¿Cuál de los siguientes medios prefiere para informarse?

Medio	TOTAL todas las edades	EDAD	
		18-24	25-34
Televisión	56,8	52,7	54,3
Periódicos en papel	9,0	5,9	6,2
Periódicos digitales (por Internet)	11,9	20,9	18,3
Revistas	0,2	0	0,4
Radio	13,7	2,7	9,1
Blogs	0,6	1,4	1,5
Redes sociales	3,6	10,5	5,7
Otros	0,4	0,9	1,1
Todos por igual	1,7	1,8	1,5
Ninguno	1,9	2,7	1,9
N.S.	0,1	0,5	0,0
N.C.	0,2	0	0
N	2.477	220	470

Fuente: CIS, barómetro marzo 2013.

Tabla 14.4. Contenidos que se suele ver en televisión. Respuesta múltiple. Jóvenes 14-18 años, Madrid.

	N (respuestas)	% respuestas	% personas
Películas	714	7,8%	89,1%
Series humor españolas	673	7,4%	84,0%
Series Animación humor y sátira	639	7,0%	79,8%
Programas deportivos	495	5,4%	61,8%
Magazines humor	480	5,3%	59,9%
Series ficción juvenil española	468	5,1%	58,4%
Concursos	466	5,1%	58,2%
Series policiacas y acción	463	5,1%	57,8%
Programas viajes y reportajes	417	4,6%	52,1%
Informativos, documentales, debates	414	4,5%	51,7%
Series humor extranjeras	398	4,4%	49,7%
Series ficción dramática extranjeras	382	4,2%	47,7%
Programas musicales	363	4,0%	45,3%
Programas coach	336	3,7%	41,9%
Series ficción dramática españolas	331	3,6%	41,3%
<i>Reality shows</i>	288	3,2%	36,0%
Programas para relacionarse	280	3,1%	35,0%
<i>Talent shows</i>	275	3,0%	34,3%
Series fantásticas	258	2,8%	32,2%
Series animación no humor	235	2,6%	29,3%

Series ficción juvenil extranjeras	227	2,5%	28,3%
<i>Talk shows</i>	218	2,4%	27,2%
Programas del corazón	187	2,0%	23,3%
Series ficción infantiles	128	1,4%	16,0%
Total	9.135	100,0%	1.140,4%

Fuente: Consumo televisivo, series e Internet, FAD 2012

La investigación *Consumo televisivo, series e Internet* (FAD, 2012) analiza los hábitos, intereses percepciones y valoraciones alrededor de la televisión de los adolescentes madrileños (14-18 años), de las familias y de los diferentes agentes del sector. Los resultados arrojan diferentes hallazgos que confirman una escasa confianza en los medios de comunicación, en su imparcialidad, y un rechazo a la imagen que ofrecen de la juventud en general.

ASPECTOS CUALITATIVOS:

Del discurso de los y las jóvenes se extraen una serie de elementos en relación a su percepción sobre los medios y al tratamiento de la juventud, especialmente en el caso de las series televisivas de ficción:

- No existen muchos contenidos exclusivamente dirigidos a un público “juvenil”, sino que éstos tienden a ser amplios y genéricos en busca de una audiencia lo más amplia posible.
- En esa indefinición, la imagen de los y las jóvenes queda reducida a estereotipos, funcionales para el entretenimiento del público, pero simplificadores y alejados de la heterogeneidad de la juventud. Se tiende a mostrar una imagen distorsionada de la gente joven, una visión parcial e interesada desde un punto de vista comercial: a través de la recreación de los modelos juveniles se buscan nuevos nichos de mercado, no sólo entre los propios jóvenes, sino en el conjunto de la sociedad, que consumirá una manera concreta de “ser joven”.
- Sin embargo, esa imagen simplificada no implica que no reconozcan que las cosas que se muestran sobre los y las jóvenes en los medios responden a hechos que realmente ocurren, pero que, en su conjunto, tienden a desvirtuar la verdad, a generalizar cuestiones minoritarias y establecer una mirada perversa sobre ellos (sobre drogas, sexo, violencia, etc.). No niegan que los modelos juveniles que aparecen en los medios no existan, pero remarcan que “no todos somos así” (son otros, la minoría).

- Esas perspectivas parciales contribuyen a determinar lo que socialmente se interpreta por “ser joven”, construyen una “cultura juvenil”, crean o consolidan claves de comunicación, e institucionalizan modelos aspiracionales. Y en este sentido, las personas entrevistadas se sitúan por encima de la media (6,03%) en la afirmación de que “las series juveniles muestran en muchos casos cómo me gustaría llegar a ser”, y en un 6,13% “las series juveniles cuentan historias que me gustaría que me pasaran”.
- Se detecta una postura despreocupada, cínica, respecto a la forma de funcionar de los medios (en busca de audiencia a toda costa, con necesidad de publicidad, en connivencia con el poder...): *no nos preocupa que no nos conozcan, e incluso que den mala imagen de nosotros, porque sabemos cómo somos, sabemos cuáles son las reglas del juego mediático, y con eso nos basta.*
- Atribuyen a los medios la tendencia a asociarles en exclusividad modelos negativos de comportamiento: la juventud carga con el lastre de encarnar buena parte de las actitudes, valores y comportamientos que la sociedad considera de riesgo, asociales, inmaduras y exentas de responsabilidad.
- Pese a las críticas, los contenidos que transmiten los medios, y en particular, las series de ficción que más consumen, influyen en la gente joven. Reconocen sólo un nivel de condicionamiento bajo de su comportamiento o de su identidad motivado por las series, pero cuando la capacidad de modelaje se traslada del ámbito personal al colectivo, el discurso de adolescentes y jóvenes reconoce una influencia mucho mayor que cuando se trata de uno mismo.
- El mecanismo de modelización que ejercen los medios parece funcionar como profecía autocumplida: las cosas son así, tenemos que ser así, somos así. Y entre los y las jóvenes resulta complicado escapar es este influjo, que se materializa en modelos de género, juicios de valor en torno a los gustos o expectativas vitales. Y esto es así especialmente al hablar de adolescentes, una edad en la que el consumo de determinados contenidos comunicacionales y determinados medios de comunicación o incluso soportes, proporcionan importantes lazos de integración grupal.

-FUENTES CONSULTADAS

DATOS EUROPEOS:

EUROSTAT 2013.

Youth on the move. Eurobarometro, mayo 2011.

INE:

INEbase, INE 2013.

Encuesta de Población Activa (EPA), INE 2013.

Censos de Población y Viviendas 2011, INE 2012.

Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, INE 2012.

INJUVE:

Juventud en Cifras, Jóvenes en la EPA, segundo trimestre 2013, INJUVE.

Juventud en Cifras. Población, enero 2011, INJUVE.

Juventud en Cifras. Jóvenes, actitudes sociales y políticas. INJUVE 2011.

Estudio de Juventud 152, Injuve 2011.

Juventud en Cifras. Ocupaciones. Abril 2011, INJUVE.

Informe Juventud en España, Injuve 2012.

Informe Juventud en España, Injuve 2008.

Informe Juventud en España, Injuve 2004.

Sondeo de Opinión Jóvenes y vivienda. Injuve 2010.

Sondeo de opinión Jóvenes y diversidad sexual. Injuve 2010.

CONSEJO DE LA JUVENTUD DE ESPAÑA

OBJOVI:

Observatorio Joven de Vivienda en España 38, primer trimestre de 2012

Observatorio Joven de Vivienda en España 37, cuarto trimestre de 2011

OBSERVATORIO DE EMANCIPACIÓN:

Observatorio de Emancipación nº1, primer trimestre 2013

OTROS:

Encuesta domiciliaria sobre alcohol y drogas en España (EDADES), 2011, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Encuesta Nacional de Salud 2011-2012, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Barómetro de marzo de 2013 (Estudio nº 2.981). CIS 2013

Jóvenes Españoles 2010. Fundación SM.

Uso y riesgo de adicciones a las nuevas tecnologías entre adolescentes y jóvenes andaluces, Oliva, et. al 2012, Aguaclara Editorial. Universidad de Sevilla.

La sociedad de la Información en España 2012, Fundación Telefónica.

INVESTIGACIONES PROPIAS (CRS):

Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro. (FAD, 2013 en prensa).

Mismas drogas, distintos riesgos. Un ensayo de tipología de jóvenes consumidores, Ignacio Megías Quirós, Juan Carlos Ballesteros Guerra - Madrid: FAD, 2013.

Consumo televisivo, series e Internet, E. Rodríguez San Julián, I. Megías Quirós y T. Menéndez Hevia - Madrid: FAD, 2012.

Jóvenes y emancipación en España, J. C. Ballesteros Guerra, I. Megías Quirós y E. Rodríguez San Julián - Madrid: FAD, 2012.

Bienestar en España, E. Rodríguez San Julián, J. C. Ballesteros Guerra e I. Megías Quirós.- Madrid: FAD, 2011.

Valores sociales y drogas, J. Elzo Imaz, I. Megías Quirós, E. Rodríguez San Julián, J. C. Ballesteros Guerra, M.A. Rodríguez Felipe, FAD 2010.

Ocio (y riesgos) de los jóvenes madrileños, J. C. Ballesteros Guerra, F. A. Babín Vich, M. A. Rodríguez Felipe y E. Megías Valenzuela. – Madrid: FAD, 2009.

La lectura juvenil de los riesgos de las drogas, E. Rodríguez San Julián, J. C. Ballesteros Guerra, I. Megías Quirós, M. A. Rodríguez Felipe. – Madrid: FAD, 2008.

Jóvenes en los medios, E. Rodríguez San Julián, I. Megías Quirós. – Madrid: FAD, INJUVE, 2007.

Jóvenes y cultura Messenger, A. J. Gordo López (coord.). A. J. Gordo López; I. Megías Quirós – Madrid: FAD, INJUVE, 2006.

Jóvenes, valores, drogas, E. Megías Valenzuela y J. Elzo Imaz (codirs). – Madrid: FAD, 2006.

Jóvenes y sexo, I. Megías Quirós, E. Rodríguez San Julián, S. Méndez Gago y J. Pallarés Gómez. – Madrid: FAD, INJUVE, 2005.

Jóvenes y política, E. Megías Valenzuela (coord.). E. Rodríguez San Julián; I. Megías Quirós; J. Navarro Botella – Madrid: FAD, INJUVE, 2005.

Jóvenes y publicidad, L. Sánchez Pardo, I. Megías Quirós, E. Rodríguez San Julián. – Madrid: FAD, INJUVE, 2004.

Jóvenes y estilos de vida, D. Comas (coord.). J. Aguinaga Roustan, F. Andrés Orizo, A. Espinosa, E. Ochaita Alderete – Madrid: FAD, INJUVE, 2003.

Jóvenes entre sonidos, I. Megías Quirós, E. Rodríguez San Julián. – Madrid: FAD, INJUVE, 2003.

Jóvenes y relaciones grupales, E. Rodríguez San Julián, I. Megías Quirós, E. Sánchez Moreno. Madrid: FAD, INJUVE, 2002.

Jóvenes y videojuegos, E. Rodríguez San Julián (coord.). I. Megías Quirós, A. Calvo Sastre, E. Sánchez Moreno, J. Navarro Botella. – Madrid: FAD, INJUVE, 2002.

Jóvenes y medios de comunicación, E. Rodríguez San Julián, J. Navarro Botella, I. Megías Quirós. Madrid: FAD, INJUVE, 2001.

Cómo citar este texto:

Sanmartin, A.(2013) Indicadores Básicos de Juventud.

Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad.

DOI: 10.5281/zenodo.3669977

©FAD, 2013

Edita: FAD

Fundación de Ayuda contra la Drogadicción / Av. Burgos, 1.

28036 Madrid

Teléfono: 91 302 40 47

Fax: 91 302 69 79

Autora: Anna Sanmartín Ortí

Diseño: Estudio Chimeno

Maquetación: Fco. García-Gasco