



- ◆ Trabajo realizado por el equipo de la Biblioteca Digital de la Fundación Universitaria San Pablo-CEU
- ◆ Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de investigación y docencia, de acuerdo con el art. 37 del T.R.L.P.I. (Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 12 abril 1996)

1

Sensibilidades sociales

PEDRO GONZÁLEZ BLASCO

CONTENIDO

- 1 Introducción
- 2 Jóvenes y adultos: sus intercambios
 - 2.1 *Intercambio en el plano económico*
 - *Equipamiento personal y del hogar*
 - *Situación ocupacional de la juventud española*
 - 2.2 *Intercambio en el plano político*
 - 2.3 *Intercambio en el plano cultural*
 - *Grupos de jóvenes según estilos de vida*
 - *Participación y «movida» cultural*
- 3 Estilos y sensibilidades sociales
 - 3.1 *Contexto ambiental*
 - 3.2 *Información sexual*
 - 3.3 *Algunas actitudes de la juventud española ante el Mercado Común*
 - 3.4 *Actividades preferidas en el tiempo libre*
 - 3.5 *Exposición y uso de los MCS*
 - 3.6 *Los jóvenes ante el sistema económico*
 - 3.7 *Apreciación de las instituciones*
 - 3.8 *Tolerancia y permisividad*
 - 3.9 *Actitudes ante los movimientos ecologistas*
 - 3.10 *Actitudes ante los movimientos pacifistas*
 - 3.11 *Actitudes ante los movimientos antimilitaristas*

1 Introducción

Si se quisiera resumir en una frase lo que en pocas décadas ha sucedido entre la sociedad adulta y la juventud, se podría expresar así: «La juventud, de esperanza a problema». Ése es el cambio valorativo más importante y significativo que, en nuestra opinión, ha ido produciéndose poco a poco. Tradicionalmente, la juventud era, sobre todo, esperanza. Para un país constituía su capital humano más valioso de cara al futuro, la continuidad de lo ya alcanzado y sus posibilidades de mejora para el porvenir. Los padres cristalizaban en sus hijos sus mejores logros. Éstos significaban el posible apoyo a su vejez, la realidad más firme de perpetuarse ellos y «lo suyo», una vez que físicamente desaparecieran. Los hijos jóvenes eran la extensión de lo propio en algo querido que se proyectaba hacia el futuro, más allá de lo que los podían abarcar. No es extraño, pues, que un poeta calificara a la juventud con el conocido título de «divino tesoro». En los últimos tiempos, sin embargo, esta perspectiva se ha ido nublando y sólo se habla de problemas juveniles. Y, lo que es más importante, la juventud como tal se considera «un problema» en sí misma. Para algunos, el mayor problema de las sociedades actuales¹.

En las relaciones de los jóvenes con los

adultos, la «distancia social» es grande al confiar poco unos en otros, especialmente los jóvenes en los más adultos. Por otra parte, preocupa la inestabilidad que muestran los jóvenes y que, a veces, se traduce en violencia. Parece que cuando España era pobre económicamente (década de los cuarenta, cincuenta y primeros sesenta), había numerosos jóvenes socialmente más estables e integrados en el entramado social, y se consideraban como algo valioso y positivo. Eran vistos como esperanza de un futuro mejor. Posteriormente, al crecer el nivel de vida, y tras el despegue económico, al acercarnos a los países ricos, desciende paulatinamente el número de jóvenes, que se hacen más inestables y no se integran bien en la sociedad, siendo considerados cada vez más problemáticos. Los jóvenes de hoy pesan casi como una carga en la sensibilidad social. ¿Qué ha pasado? ¿Por qué este cambio de valoración social de la juventud? Los muchos aspectos positivos que nuestra situación actual tiene, ¿no son un aliciente para los jóvenes?

Intentar aclarar esta aparente paradoja exige utilizar un cierto marco conceptual y, entre los muchos vigentes, pienso que la teoría del «intercambio social» puede servir bien para comprender mejor la vida cotidiana de nuestros jóvenes de hoy. Cualquier marco referencial ideativo es un tanto abstracto en sí mismo, pero creo que su breve exposición puede ayu-

¹ Ver EMMANUEL, P.: *Discurso de recepción en la Academia francesa*, 5-6, 1969; FABBRI, E. E.: «Joven y familia: un desafío para el futuro», en *Rev. del CIAS*, nov. 1975, año XXIV, n.º 248, Buenos Aires; DOCUMENTACIÓN SOCIAL: *La juventud española en la década de los ochenta*, marzo, n.º 46, Madrid,

1982; LÓPEZ QUINTÁS, A.: *La juventud actual entre el vértigo y el éxtasis: creatividad y educación*, Narcea, Madrid, 1982; MONCADA, A.: *La adolescencia forzada*, Dopesa, Barcelona, 1979; ESCUELA DE ASISTENTES SOCIALES (Pamplona): *El riesgo de la delincuencia juvenil en la sociedad actual*, Universidad de Navarra, 1973.

darnos en el análisis de algunos hechos del panorama juvenil y servirá para justificar lo que hemos querido investigar. Por ello vamos a exponer, de la forma más resumida y clara que pueda, ese marco conceptual y procuraré luego ir acercándolo consecuentemente a la realidad de los jóvenes, objeto de este trabajo².

Desde la perspectiva del intercambio, en toda sociedad existen grupos que se constituyen como partes de unos procesos de intercambio activo; es decir, una parte quiere obtener algo de la otra y viceversa. Ambas fracciones tienen también algo que ofrecer, y cada una trata de que ese intercambio le produzca beneficios. En esa interacción rige una cierta ley que podríamos enunciar así: la gente tratará siempre de minimizar los costes de ese intercambio y maximizar el provecho propio. Ésta es, según G. HOMANS, la forma más obvia de considerar la conducta de los hombres, solos o integrados en grupos sociales. Es el «juego» en una situación normal entre partes que mutuamente dan y reciben bienes y servicios de todo tipo, ajustándose en la partida a la ley del «mínimo coste y máximo beneficio propio». Sin embargo, en algunos casos, ocurre que una de las partes no puede ofertar, en un momento dado, más que bienes «futuros», algo que no tiene aún tangiblemente, pero que poseerá más adelante. En este caso, ofrece «futuro» y una cierta sumisión presente a la otra parte, a cambio de algunos beneficios inmediatos que necesita ahora. Si la situación se plantea así, la parte que da beneficios concretos a cambio de los «futuros» se constituye en poder respecto a la otra parte, que a su vez concede su sumisión temporal hasta que varíe esa si-

² Ver BLAU, P. M.: *Exchange and Power in Social Life*, New York, John Wiley, 1964; *Contrasting theoretical perspectives*, en «The Micro-Macro Link», Ed. Jeffrey C. Alexander et al., Berkeley, University of California Press, 1987.

tuación de desigual intercambio. La parte constituida en «poder» —porque en un momento dado aporta algo a cambio de nada— cuenta, siempre que la situación persista, con un elemento coactivo en su mano: el de retirar el beneficio al otro grupo si éste no le da su obediencia presente.

En el intercambio desigual entre dos partes existen unas relaciones de poder-sumisión y un juego de sanciones que van, fundamentalmente, desde una parte a la otra. En cualquier sociedad podemos así distinguir dos partes claramente diferenciables: el *centro* y la *periferia*. El llamado *centro* social lo forman no sólo las organizaciones, grupos y personas que ejercen más poder, sino también el sistema de valores y símbolos de ese «centro». La *periferia* se compone, a su vez, de los grupos, organismos y personas que tienen que adoptar una posición de subordinación. En toda sociedad se establecerá un intercambio entre centro y periferia, un proceso de transferencia de recursos. El poder que se halla en el centro comprende tanto el poder económico y político como el social y cultural, y se refiere no sólo al tipo y cuantía del poder, sino también a la distribución de los distintos medios que concretan esos poderes y que representan su *substratum*. En el intercambio o transferencia de recursos puede producirse un desequilibrio en detrimento de una de las partes. Ese desequilibrio puede traducirse en una pérdida de control de un individuo o grupo respecto a los medios y su distribución, lo que originará una inconsistencia en el sistema global. La inconsistencia llevada a unos ciertos límites (es decir, cuando una parte pierde casi totalmente su capacidad de influir y acceder a la distribución de algunos de los bienes), conduce a la marginalidad de esa parte social. Nos resta señalar que, generalmente, lo que la periferia social aporta en el proceso de intercambio al

centro controlador del poder y los valores vigentes es: su trabajo (aportación a lo económico); su obediencia (aportación a lo político); su diferencia a la distribución social (aportación a la estructura social), y su motivación creativa (aportación a lo cultural).

Si en una sociedad se producen algunas experiencias inesperadas y frustrantes, o bien, si una parte del «centro-poder» social se margina y desarrolla una crítica eficaz de los supuestos que sustentan ese centro, o si la periferia desarrolla un conjunto de valores antagónicos respecto del sistema central de valores vigentes, entonces se producirá un cambio real en el conjunto social.

Hasta aquí, algunas de las ideas que sobre «intercambio» han ido acuñando hombres como HOMANS, GOULDNER y especialmente BLAU, y que otros como BURNS, MEEKER, KUNKEL y NAGASAWA, junto con ELLIS, HAMBLIN y muchos otros han extendido y aplicado a diferentes campos del quehacer humano. No faltan tampoco críticos importantes a esa teoría del intercambio social (ABRAHAMSON, MULLINS, ABBOTT, BAUMGARTNER, FRIEDERICH), pero no es nuestro papel aquí seguir las peripecias de este enfoque, sino aplicarlo en lo posible al caso de nuestra juventud.

2 *Jóvenes y adultos: sus intercambios*

Los dos grupos que podemos considerar en este estudio son, obviamente, «los jóvenes», definidos como las personas de ambos sexos en edades comprendidas entre los 15 y 19 años y, por otra parte, «los adultos» o resto de la población de 30 años y más, a lo que denominaremos «sociedad». Ambos, juventud y sociedad,

se constituyen en partes que, en principio, pueden intercambiar bienes y servicios en un proceso mutuo de relaciones. Pero una de esas partes, la juventud, por su propia definición, no suele ofertar más que bienes y servicios «futuros», necesitando en cambio una serie de beneficios inmediatos de los adultos.

La juventud, en general, espera siempre obtener de la sociedad a la que pertenece: sostenimiento económico, cobertura a sus necesidades físicas (alimento, vestido, vivienda), seguridad y cuidados sanitarios, cobijo afectivo y formación cultural, entre otros. Por su parte, y en principio, la juventud ofrece, en el plano económico, el trabajo que invierte en el proceso formativo, el esfuerzo que emplea en capacitarse para rendir el día de mañana. En el plano político brinda una cierta sumisión a sus mayores, a los que reconoce como autoridad con poder. En el plano social, cada joven se encuentra situado a un determinado nivel de la escala social vigente (generalmente, el de sus padres) y, colectivamente, como «juventud», acepta su situación social de relativa dependencia de los adultos. Por fin, en el plano cultural, la juventud ofrece su capacidad de aprendizaje, su creatividad y especialmente su futura creación cultural.

Naturalmente, al transcurrir el tiempo, esas ofertas de futuro rendimiento van variando. Pero lo que aquí interesa destacar es que, en general, los intercambios entre la juventud y la sociedad adulta son desiguales por los tipos de beneficios y ofertas que unos y otros se hacen. Consecuencia de ese desequilibrio en el intercambio es que los «adultos» se constituyen en situación de poder y los «jóvenes» en situación de sumisión. Los adultos son «centro», es decir, tienen y controlan los medios que rigen la economía, la política, el otorgamiento de posiciones sociales y la determinación de los valores culturales

vigentes en toda la sociedad. La «juventud» es la «periferia» del sistema social y, mientras sea tal juventud, dependerá de ese centro adulto del que, lógicamente, esperará que le otorgue los beneficios que éste «debe» darle en un sistema social así concebido. La sociedad adulta aporta a la juventud los bienes y servicios que ésta necesita a través de los llamados «agentes socializadores»: familia, escuela, instituciones religiosas y civiles y, actualmente, también a través de los medios de comunicación social.

Si en este esquema de «intercambio» juventud y adultos aportaran lo que les corresponde, aun existiendo desigualdad entre las partes, no habría conflicto de fondo, aunque siempre existirían controversias superficiales. Pero si los adultos no son capaces de dar lo que los jóvenes esperan de una situación normal de intercambio, o bien, si los adultos dan a la juventud, por ejemplo, desamparo económico, menosprecio social, confusión y vaguedad en lo ideativo o ambigüedad en los valores, entonces la juventud se sentirá estafada por no recibir los beneficios esperados y «será legítimo» no corresponder en el presente y, sobre todo, en el futuro. No será, pues, «esperanza de futuro» y le recriminará a esa sociedad adulta su falta de aportación, se distanciará de ella más y más y creará un sistema alternativo de ideas, hábitos, creencias y costumbres, un sistema de valores diferente al de los adultos, para los que se convertirá en «problema».

Las preguntas que desde esta perspectiva podemos ahora hacernos son: ¿Qué da hoy la sociedad adulta a la juventud? Los adultos, en proceso de intercambio con los jóvenes, ¿aportan lo que normalmente se podía esperar de ellos? ¿Están convencidos de las ofertas que proponen a los jóvenes?

Analizar estos interrogantes nos puede permitir clarificar algunas actitudes de los

jóvenes y, en parte, sus relaciones de «intercambio» con los adultos, a la vez que nos facilitará el contestar si verdaderamente los jóvenes representan un problema o una esperanza. Es posible que sus problemas no sean más que reflejo de los problemas de los adultos.

Siguiendo el esquema de la teoría, ya citada, del intercambio, veamos qué es lo que nuestra sociedad adulta aporta a los jóvenes en los cuatro aspectos ya indicados: el económico, el del poder, el social y el cultural.

2.1 *Intercambio en el plano económico*

Una primera aportación básica que la sociedad adulta hace a su juventud es la determinación del marco en que se mueve la economía del país. La sociedad española, constitucional y operativamente, se ha instalado en un sistema que se denomina de «economía social de mercado». Dicho emplazamiento se ha producido dentro de un ámbito capitalista euro-occidental, con más o menos intervencionismo estatal y acentuaciones de uno y otro matiz, según los respectivos gobiernos. Si indagamos la legitimidad y eficacia que los propios adultos otorgan al sistema establecido, nos encontraremos

TABLA 1

Valoración del sistema económico, por grupos de edad (Porcentajes 1984)

<i>Valoración del sistema capitalista</i>	<i>Adultos</i>	<i>Jóvenes</i>
Legítimo y eficaz	30,2	26,4
Legítimo e ineficaz	18,3	21,1
Ilegítimo y eficaz	4,0	5,0
Ilegítimo e ineficaz	47,5	47,5
	100	100

TABLA 2

Posicionamiento de los jóvenes y los adultos ante la empresa pública, privada y la economía mixta

	Jóvenes 1989		Jóvenes 1984		Adultos 1984	
	15-25 años	15-25 años	Más de 25 años	Más de 25 años	Más de 25 años	Más de 25 años
<i>Funcionamiento económico</i>						
Empresa privada	54	46	44			
Economía mixta	29	28	37			
Empresa pública	12	12	11			
NS/NC	5	13	10			

con un dato significativo: el marco económico tiene una débil aceptación entre las personas adultas (30 años y más) de nuestra sociedad. Ya en el estudio de 1984 se obtenía que casi la mitad de las personas adultas consideraban «ilegítimo e ineficaz» el sistema económico vigente. Así pues, la oferta de los adultos, en cuanto al marco de referencia básico para las relaciones económicas, era una oferta poco consistente. Ellos mismos no creían excesivamente en el sistema económico en el que se habían ubicado y, por tanto, en el que habían situado a su propia juventud. No puede extrañar, entonces, que una buena parte de los jóvenes no creyera tampoco ni en la legitimidad ni en la eficacia de ese marco económico planteado.

Prácticamente, las posturas de los adultos y los jóvenes, en los aspectos de

TABLA 3

Juicio sobre el sistema capitalista. Jóvenes (15-25 años)

	Jóvenes 1989		Jóvenes 1984	
	Sí	No	Sí	No
El sistema capitalista es el mejor sistema económico para nuestro país	55	36	40	43
El sistema capitalista permite solucionar los problemas económicos	44	47	26	56

legitimidad y eficacia del sistema económico vigente, coincidían hace cinco años. En la actualidad esas posturas se han ido desplazando bastante claramente. En los jóvenes se percibe una mayor aceptación del sistema, lo que posiblemente también haya ocurrido entre los adultos. Efectivamente, si comparamos los datos obtenidos en 1984 y en 1989, vemos que han crecido los porcentajes de jóvenes que enjuician positivamente el sistema capitalista, tanto como tal sistema económico como por su capacidad para solucionar los problemas económicos españoles. (Ver *Tabla 3*.) Asimismo, esta tendencia puede apreciarse si consideramos el funcionamiento económico al preferir las empresas privadas a las públicas. De hecho, se aprecia un cierto desplazamiento de la confianza de los jóvenes hacia la empresa privada. Básicamente, dicho fenómeno se debe a que un conjunto de jóvenes, antes indecisos, han ido posicionándose, mientras que permanece invariable el grupo de los partidarios de la economía mixta (28 %) y de la «solamente pública» (12 %). (Ver *Tabla 2*.)

Más adelante se analizan con mayor detalle las opiniones de los jóvenes respecto al sistema económico, su funcionamiento y su visión respecto a la propiedad y organización de las empresas. Ahora sólo nos interesa destacar que las actitudes de los jóvenes van desplazándose hacia una mayor aceptación del marco referencial económico —sistema capitalista de economía de libre mercado—, aunque también se mantienen porcentajes significativos de jóvenes que lo rechazan (y, por tanto, optan por uno distinto o buscan otro), y que no lo consideran operativo para resolver nuestros problemas económicos. Las cifras nos dicen que casi uno de cada tres jóvenes (36 %) no lo considera el mejor y casi uno de cada dos jóvenes (47 %) no espera que sea eficaz para resolver nuestros

asuntos económicos. Por lo que conocemos, la mayoría de los adultos no tienen gran confianza en el vigente sistema económico y los jóvenes, aunque van modificando sus posturas, constituyen todavía un importante sector para el que el sistema no es ni aceptable ni útil. Así pues, no puede decirse que la aportación de la sociedad adulta favorezca el equilibrio de la juventud. Los adultos los acomodan en un sistema económico no consolidado desde el punto de vista de la aprobación social. Esta situación representa ya un primero e importante factor de ambigüedad e incoherencia del mundo juvenil ante el sistema económico vigente. Ciertamente, parece que se tiende a un cambio de actitudes, pero la ambigüedad aún persiste. (Ver *Tabla 3*.)

Una segunda aportación del mundo adulto consiste en la presentación, práctica y testimonial, de unos modelos económico-sociales que la juventud ve, capta y quizá sigue. En este sentido se puede señalar, basándose en estudios publicados y en sondeos de opinión³, que el mundo de los adultos tiende, como pauta de comportamiento cada vez más en ascenso, hacia el hedonismo, un hedonismo polisensual, somatizado al máximo y que se extiende a todos los campos. O, en otras palabras, propone, por la vía de los comportamientos cotidianos, un modelo de «disfrute de todo lo posible lo más inmediatamente que se pueda». Se exalta el consumo, se incita a «tener» y se mitifica la figura de los «ganadores» en la conquista de las grandes riquezas. La sociedad adulta, en general, incita a los jóvenes a poseer, gastar, figurar y disfrutar, y cuanto antes mejor, sin dejar pasar placer alguno. Como simple muestra de lo dicho, puede servir un reciente análisis que DE-

³ Ver DEL PINO MERINO, A.: *Los nuevos consumidores españoles*. Ed. Deusto, Bilbao, 1988; Revista TRIBUNA DE ACTUALIDAD, 24 mayo 1989, n.º 57. Madrid, año 2; L'EXPRESS: *Le fin du Prêt-à-Penser*; 5-11 octubre 1984, pág. 25.

MOSCOPIA ha realizado para el diario *El País* y que pone de manifiesto lo siguiente: una considerable mayoría de españoles opina que en nuestra sociedad prevalece una búsqueda de enriquecimiento rápido, de supervaloración del dinero y de deseo de disfrute. Así, al 88 % de los españoles le parece que la gente «hoy sólo piensa en vivir mejor y en ganar como sea el mayor dinero posible»; el 64 % coincide en que «la mayor parte de la gente, si se le presentara la ocasión, haría cualquier cosa por dinero», y el 70 % concuerda en que «nuestra sociedad actual valora y admira más a quienes triunfan y logran ganar mucho que a quienes se esfuerzan por vivir con valores y principios morales». Parece, pues, que estamos en una sociedad que se percibe como lanzada al «tener como sea» y al «triunfar», aunque no esté bien visto que esto suceda⁴.

Los adultos, de hecho, consideran que el modelo socioeconómico que se plantea es el descrito. Entonces, ¿qué juventud puede moverse ahí? ¿Con qué medios económicos puede una juventud seguir esa pauta de placer que marcan los adultos?

Para poder seguir ese ritmo de vida placentero, los jóvenes, que son dependientes en su «intercambio» con los adultos, lo que hacen es presionar más y más para tener el dinero que les facilite sus placeres. Así, en el normal apoyo económico que «vía familia» le llega a cada joven, éstos presionarán para obtener «dinero de bolsillo», aparatos, vestidos, motos y un largo etcétera que cualquier padre podría describir bien. Ese apoyo económico individual es otro de los factores que, en el intercambio adultos-jóvenes, estos últimos esperan recibir.

Vamos a concretar ahora el intercam-

⁴ Instituto DEMOSCOPIA. Ver *El País*, 16 octubre 1988, pág. 14.

bio en dos facetas: el «dinero de bolsillo» (lo que pueden gastar personalmente) y el «equipamiento» que se procura a los jóvenes (objetos de los que pueden disponer). No pretendemos analizar a fondo ambas facetas. Sólo lo haremos en la medida en que estos aspectos nos indiquen que los jóvenes reciben una aportación adecuada en sus relaciones de intercambio económico con los adultos.

En relación al apoyo económico individual que los jóvenes reciben del mundo adulto, en forma de «dinero para sus gastos», «paga familiar semanal» o «dinero de bolsillo», contamos ya con varios estudios recientes que han considerado este tema. Una primera aportación nos señala que para la juventud el dinero es un factor muy importante para ser feliz. Hay, pues, una alta valoración general del dinero como elemento capital en el entramado de nuestra sociedad. En el sondeo que SIGMA-2 realizó para el diario *Ya* (noviembre de 1987), se nos ofrecen los datos que avalan esta afirmación: un 72,8 % de los jóvenes españoles (entre 14 y 30 años) lo considera un factor «esencial» o «muy importante», y un 27 % «relativamente importante». Los chicos otorgan más importancia al dinero que las chicas jóvenes, y le conceden tanto más valor cuanto más avanza la edad. En el caso de los jóvenes parados, la valoración del dinero para ser feliz alcanza hasta el 80 % de los mismos ⁵.

En segundo lugar podemos tratar de conocer las disponibilidades económicas de los jóvenes. En un trabajo realizado por la Juventud de Estudiantes Católicos (JEC), entre una amplia muestra de jóvenes (14 a 18 años), estudiantes españoles de BUP-COU y FP, se indica que «una cuarta parte (25 %) recibe una cantidad

que oscila entre 500 y 800 pesetas a la semana, y el resto, más de 800 pesetas semanales. Tan sólo un 6 % dispone de más de 1.500 pesetas». Lo que lleva a indicar a los autores del estudio que, «con estos datos a la vista, habría que decir que la capacidad de consumo juvenil es relativamente escasa». Más adelante apuntan también que, aun en esas edades —los más jóvenes de los jóvenes—, el dinero del que disponen es «progresivamente mayor, conforme se avanza en edad» ⁶. Si consideramos una gama más amplia de jóvenes (16-25 años), y no sólo los estudiantes de Enseñanzas Medias, más dependientes del ambiente familiar y escolar, podemos tantear el tema de la disponibilidad de dinero entre los jóvenes, utilizando un estudio realizado recientemente por Mary Pepa GARCÍA MAS para el Ayuntamiento de Las Rozas ⁷. La muestra del estudio está compuesta por un conjunto de 2.855 jóvenes de ambos sexos de ese municipio, en los alrededores de Madrid. De acuerdo con los resultados, «la mayoría de los jóvenes entre 16 y 17 años dispone de 2.000 a 3.000 pesetas (semanales), mientras que los de mayor edad (22-25 años) superan las 3.000 pesetas semanales. Asimismo, los que superan los 20 años disponen en su mayoría de esta última cantidad (39 %), principalmente procediendo de los ingresos de sus padres, condicionando... la clase social a la cual pertenecen —si no trabajan o, si lo hacen, el nivel profesional que desempeñan». A lo que añaden los autores de este trabajo una deducción interesante: entre esos jóvenes, «en el dinero disponible... no influye el nivel socioeconómico (de las zonas de residencia), sino la distinta situación personal

⁵ SIGMA-2: *Estudio sobre profesión y familia en la juventud*. Estudio realizado para el diario *Ya* (ver *Ya*, 1 y 9 de noviembre de 1987). Queremos agradecer a SIGMA-2 su deferencia en facilitarnos los datos de este estudio.

⁶ JEC: *Estudiantes 1987*. BUP-COU-FP. Edit. Popular, Madrid, 1987.

⁷ GARCÍA MAS, M. P.: *Informe sociológico sobre la juventud del Municipio de Las Rozas*. Dpto. de Servicios a la Juventud del Ayuntamiento de Las Rozas. Artek, Madrid, 1988.

TABLA 4

Dinero del que se dispone

Estudio JEC (1)	Informe juventud municipio Las Rozas (2)		
	Estudiantes Enseñanzas Medias (1986-87)	Pesetas semanales	Jóvenes (16-25 años)
Menos de 500	45 (3)	Hasta 500	4
500-800	25	501-1.000	16
800-1.500	14	1.001-2.000	31
Más de 1.500	6	2.001-3.000	19
NS/NC	10	Más de 3.000	29
	100 (5.300)	NS/NC	100 (2.855)

(1) JEC: *Estudiantes 1987 SUP-COU-PP*. Edit. Popular, 1987, Madrid, pág. 42.

(2) GARCIA MAS, Mary Pepa. *Informe sociológico sobre juventud*. Ayuntamiento de Las Rozas. Artek, Madrid, 1988, pág. 186.

(3) Se indica «menos de 100 pesetas diarias».

que tengan los jóvenes entrevistados»⁸. Es decir, si trabajan o no trabajan. Ciertamente, estos datos, dado su reducido ámbito y las características del mismo, sólo nos aportan una aproximación, pero son por sí mismos significativos.

Con esos niveles de disponibilidad no nos extraña que en la citada encuesta de SIGMA-2, la muestra representativa de jóvenes entre 14 y 30 años, «a la hora de opinar sobre la manera en que les preocupa el dinero de que disponen, la mayoría de los adolescentes (14-18 años) y jóvenes (19-24 años) responde que «poco», mientras que el 29,8 % de la misma población en paro dice que «mucho»⁹.

De lo anterior, y considerando a la juventud en un sentido amplio (15-25-29 años), podemos deducir que, en general, ésta no carece de lo que hemos llamado «dinero disponible» para gastos personales; que la cuantía de esos recursos eco-

⁸ ÍDEM, págs. 186-187.

⁹ SIGMA-2: *Estudio...* Ver *Ya*, 1-9 noviembre 1987.

nómicos «de bolsillo» aumenta con sus edades; que los chicos disponen de algo más que las chicas y que, más que de la clase social, la cuantía disponible depende de la situación —trabajando o en paro— en que se encuentren. Para mejor conformar nuestra información sobre este punto, hemos acudido al testimonio público de algunos jóvenes que, revisando las actitudes propias de la juventud actual y enfrentándose a algunas situaciones que se dan en la misma, se atreven a afirmar lo que sigue:

Si aterrizamos en el aeródromo de la realidad, encontraremos que, en buena parte, nuestra generación está anestesiada, superprotegida, anclada en el *me apeetece* e indigestada de relativismo. Así vive el ocio como vértigo. Aspira a *montárselo bien* y no conecta fines individuales con objetivos sociales¹⁰.

Ese testimonio es personal, no tiene un carácter de generalización y puede contener alguna dosis de radicalidad, pero no deja de expresar el sentir de algunos sectores juveniles. Es destacable que la misma juventud, cuando se autocritica, califica a parte de ella como «superprotegida», y éste es el aspecto que queríamos señalar como un apoyo más a los datos antes indicados. Así pues, parece que, en términos generales, los jóvenes sí reciben una «cobertura económica» en cuanto a gastos individuales de bolsillo.

Equipamiento personal y del hogar

Otro aspecto a considerar se refiere al equipamiento de que disponen los jóvenes, cosas o aparatos de los que pueden disfrutar, ya sea para su formación o principalmente para su goce y sus despla-

¹⁰ DE AREILZA Y CARVAJAL, J. M.: *Los héroes del ocio*, en «Papeles para la libertad». Ver *Ya*, 1 noviembre 1988. Suplemento.

zamientos. En muchas ocasiones se oye comentar sobre la «cosificación» a que se entrega la juventud. No es raro, por ejemplo, verlos caminar con sus casetes portátiles, sus cascos de música puestos o rodando sobre sus patines. Los jóvenes al consumir van poco a poco disponiendo de más y más «cosas»; se van rodeando de «equipos»; se van, casi inconscientemente, «cosificando»; van siendo atrapados por el deseo de poseer «sus» propias «cosas». Es un deseo normal en cualquier persona, pero incentivado por los estímulos de una sociedad lanzada al consumo.

En los últimos años se va detectando, por otra parte, que el consumidor joven va siendo cada vez más un «consumidor de marcas». Como se indica en un reciente artículo aparecido en *La Vanguardia*, «esta fiebre de marcas afecta a chicos y chicas, en gran parte adolescentes, que gozan de un cierto poder adquisitivo y de una mayor libertad a la hora de realizar sus compras. Son jóvenes que tienen asumidos valores propios de la sociedad de consumo». Esta tendencia juvenil afecta, evidentemente, a los adultos, especialmente a los padres, que, en general, cubren los gastos de los jóvenes y que, como se indica en el artículo citado, «se ven a menudo impotentes ante la creciente demanda de sus hijos. Los padres realizan verdaderos esfuerzos por conseguir para sus hijos todas aquellas cosas que puedan significar su felicidad, en su intento por no defraudarlos»¹¹.

¿Por qué en nuestra sociedad se da esta tendencia hacia el consumo juvenil de «cosas», incluso de ciertas marcas? Sería prolija la explicación, pero, brevemente, se pueden apuntar algunas causas:

— El deseo de los padres de que a sus hijos «no les falte de nada». Puede que

aquí opere también un factor de «compensación», en el sentido de que los padres quieren que sus hijos tengan algo que ellos, cuando eran jóvenes, no pudieron tener. Esto se conjuga con la duda de los padres de que actuar así sea «lo mejor». Parece que, al final, «condescienden» con ese consumismo y la duda se queda en sólo duda.

— La presión social de las apariencias, del «no ser menos».

— Prevalece la pauta social del tener y el aparentar sobre el ser, la exterioridad sobre la interioridad.

— El nivel medio de vida alcanzado, que impulsa y posibilita, en muchos casos, poder «vivir mejor» materialmente.

— La presión de una propaganda que se muestra eficaz.

— El interés que despierta un mercado de jóvenes entre 16 y 24 años, constituido en España por casi seis millones de potenciales consumidores, mercado muy estudiado y cuidado en función de la oferta y los incentivos.

— El clima de hedonismo social imperante y los modelos consumistas que plantean los mundos adultos.

— La calidad y utilidad (necesidad aparte) de los mismos productos ofertados, cuya caducidad es cada vez mayor, al ser productos superados rápidamente por otros «mejores».

— El sentido de símbolo que su posesión o uso procura, y la función que muchos jóvenes, consciente o inconscientemente, otorgan a «cosas», a ese «equipamiento», como afirmadores de su propia personalidad.

Ésas, entre otras, son algunas de las causas de la «cosificación» juvenil. Hay que considerar, además, que hoy son jóvenes la generación nacida en los albores de los años setenta en un país ya desarrollado; ellos, por tanto, son integrantes de una joven generación en una sociedad consumista.

¹¹ FRUCTUOSO, M., y LAMADRID, G.: *Una generación con marca* (ver *La Vanguardia*, 10 junio 1988).

TABLA 5*Equipamiento familiar y bienes que poseen personalmente los jóvenes (Porcentajes 1984-1989)*

	POSEEN					
	En la familia			Personalmente		
	1989	1984	Difer.	1989	1984	Difer.
Televisión en color	88	70	+ 8	4	3	+ 1
Coche	73	69	+ 4	9	8	+ 1
Teléfono	67	64	+ 3	2	2	—
Radiocasete	67	84 (*)	-17	41 (*)	41	—
Cámara fotográfica	67	65	+ 2	37	32	+ 5
Calculadora de bolsillo	52	48	+ 4	55	40	+15
Máquina de escribir	51	47	+ 4	22	20	+ 2
Equipo de bricolaje	47	42	+ 5	3	4	- 1
Vídeo	39	13	+26	3	1	+ 2
Bicicleta	37	35	+ 2	33	29	+ 4
Tocadiscos	33	34	+ 1	8	11	- 3
Magnetófono	31	51 (*)	-20	13	23	-10
Equipo alta fidelidad	24	18	+ 6	6	5	+ 1
Ordenador personal	23	4	+19	13	3	+10
Motocicleta	21	21	—	15	13	+ 2
Guitarra	18	21	- 2	14	18	- 4
Cámara de vídeo	6	7	- 1	1	1	—
Ninguno	1	1	—	5	18	-13

(*) El estudio de 1984 contemplaba separadamente radio y casete, mientras que el estudio de 1989 los contempla unidos.

Siguiendo con este aspecto, incluimos en nuestro estudio dos cuestiones directamente relacionadas con el equipamiento. La primera de ellas se refiere al «equipamiento de los hogares» en que vive la gran mayoría de los jóvenes. Se trata aquí de bienes que, si no se poseen privadamente, puesto que se comparten con el resto de la familia, sí están al uso de los jóvenes que pueden disponer de ellos cotidianamente. Ese equipamiento familiar nos da ya una primera aproximación directa del equipamiento juvenil. Los resultados nos muestran un nivel de equipamiento relativamente importante. (Ver *Tabla 5.*)

Altos porcentajes de familias se encuentran equipados en aspectos relativos al tiempo libre (el 88 % posee televisión

en color y el 67 % posee radiocasete y cámara fotográfica) y relativos a la locomoción (el 73 % de las familias posee al menos un coche), así como en el aspecto de comunicación: un 67 % de las familias tiene teléfono. En un segundo nivel porcentual, cercano a la mitad de las familias, encontramos un tipo de equipamiento que podemos denominar formativo: aproximadamente un 51 % posee calculadora de bolsillo y máquina de escribir, contando también con un «equipo de bricolaje» (47 %). En una tercera categoría, entre el 30-40 % de las familias, se encuentra un equipamiento básicamente utilizado para cubrir el ocio: vídeo, magnetófonos y tocadiscos, junto a algo «antiguo» que lo ecológico está revitalizando como objeto actual de consumo en el área

de la locomoción: nos referimos a la bicicleta (37 %). En un cuarto plano, que afecta a una de cada cuatro o cinco familias (entre el 20-25 %), hallamos los equipos de «alta fidelidad» y las motos. Curiosamente, se encuentra aquí también en un porcentaje significativo (23 %), dada su relativa carestía y la formación que exige su uso, la equipación de los ordenadores, evidenciando el éxito y penetración de las campañas de propaganda y comercialización en el mercado del consumo privado. Parece claro, a la vista de estos datos, que el nivel de equipamiento familiar es bastante amplio.

En segundo lugar, si consideramos el equipamiento de los jóvenes, es decir, aquel que poseen y usan individualmente, además del que se posee en el conjunto familiar, vemos que, en general, en casi todos los «objetos» ha subido el porcentaje de jóvenes que los poseen hoy (1989) comparado con hace cinco años (1984). Así pues, parece que los jóvenes han seguido aumentando su «parque de cosas» disponibles, han seguido «cosificándose».

La calculadora de bolsillo, que ha experimentado un aumento importante (+15) en cuanto a poseedores jóvenes, ha pasado a ser uno de los objetos más comúnmente poseídos (55 %). Le siguen, en tasas de posesión, la radio (con o sin casete), la cámara fotográfica (37 %) y la bicicleta (33 %).

La máquina de escribir se sigue manteniendo, incluso ha aumentado algo su posesión (22 % y +2 de incremento) entre los jóvenes, siendo el único objeto que tienen más las chicas que los chicos, reiterando el carácter que ya se detectaba en 1984.

El ordenador personal, que hace cinco años tenían muy pocos jóvenes, ha experimentado un gran crecimiento (+10), convirtiéndose en algo que posee y utiliza el 15 % de los jóvenes. Si consideramos además que el aumento de ordenadores

en los hogares es significativo, estamos ante una «informatización» creciente de la familia y, sobre todo, de la juventud, pues por las características de estos «objetos», que precisan de un aprendizaje no fácil para su manejo, podemos suponer que son los más jóvenes de la familia los que más los usan, si exceptuamos el empleo que hagan de los mismos el padre o la madre para su trabajo profesional. Este hecho, el aumento de posesión de ordenadores personales, puede señalar una tendencia clara de los jóvenes hacia lo útil y lo eficaz, a la vez que puede reflejar el éxito de una propaganda y una comercialización que ha sabido captar el mercado juvenil.

Por otra parte, el aumento del número de jóvenes poseedores de ordenadores personales y calculadoras no deja de plantear interrogantes de cierto relieve. El uso de esos aparatos con sus programas desarrollados en «lenguajes propios», útiles y condensados, pero escasamente expresivos, puede estar empobreciendo el léxico y uso del lenguaje humano, puede estar haciendo que el «hablar con la máquina» absorba y limite la capacidad de algunos jóvenes para hablar con otros seres humanos. Puede también estar disciplinando el modo de razonar de los jóvenes usuarios e incluso afinando y procurando sintetizar su forma de pensar, pero también puede estar estrechando en un sistema binario de *sí/no* su capacidad de reflexionar. Su incorporación al sistema práctico de la enseñanza no siempre ha llevado pareja una adecuada pedagogía de su uso.

Lo anterior adquiere significado mayor si añadimos la baja experimentada en estos cinco últimos años por objetos tales como la guitarra (-4), el tocadiscos (-3) y el equipo de bricolaje (-1). Parece que emergen unas pautas de equipamiento, reflejo en parte de un sesgo de actitudes posibles, que apuntan hacia una mayor

valoración de lo funcional, lo formativo, lo utilitario y lo actual en detrimento de lo artístico, más lúdico y tradicional, lo que induce a pensar que nuestra juventud va «desencantándose» y va adaptándose pragmáticamente, cada vez con mayor claridad, a una realidad adulta en la que le es difícil entrar. Puede ser que se vaya polarizando en el sentido de su trabajo y competencia (para lo que le es necesario saber de ordenadores), pero va abandonando paulatinamente aquellos ocios recreativos que le exijan cierto esfuerzo de atención y aprendizaje, que le aporten una cultura más reposada. Aquí sólo podemos apuntarlo, pero sería conveniente profundizar sobre esta sugerencia. Señalemos, finalmente, que casi uno de cada cuatro jóvenes posee coche o moto propia (9 %, 15 %), lo que facilita e independiza sus viajes.

Volviendo al hilo de nuestra exposición, y ante los datos indicados, podemos señalar lo siguiente:

— Pese a haber sido unos años (1984-1989) de nulo o, más bien, escaso incremento de los ingresos familiares, el nivel de equipamiento familiar y personal de los jóvenes ha aumentado significativamente.

— Los adultos, generalmente los padres, no han cesado de procurar bienes a sus familias y dotar de más y mejores medios a sus hijos. Posiblemente en este quinquenio, como ya comentaba AMANDO DE MIGUEL refiriéndose a nuestro estudio de 1984 en relación con el período anterior, «la crisis económica no lo ha sido tanto para el grupo de los jóvenes, sino más bien para sus sacrificados padres».

— El nivel de equipamiento indica que, de hecho, los jóvenes constituyen un importante conjunto de consumidores directos (gastadores individualizados) e indirectos (incitadores al equipamiento familiar del que también disfrutan). Una industria y una propaganda bien organizada parecen estar al tanto de ello.

— En términos generales, se mantiene

bastante semejante la gama de objetos que demandan y poseen los jóvenes. Sin embargo, lo que podríamos llamar la consistencia del tipo de equipamiento juvenil y después de analizar las variaciones habidas en los distintos objetos concretos, parece estar emergiendo una tendencia hacia el mayor consumo de bienes más funcionales, formativos y actuales con proyección en el futuro trabajo, en detrimento de los bienes más artísticos y tradicionales, manteniéndose en incrementos menores los bienes relacionados con el ocio (en casa) y la locomoción.

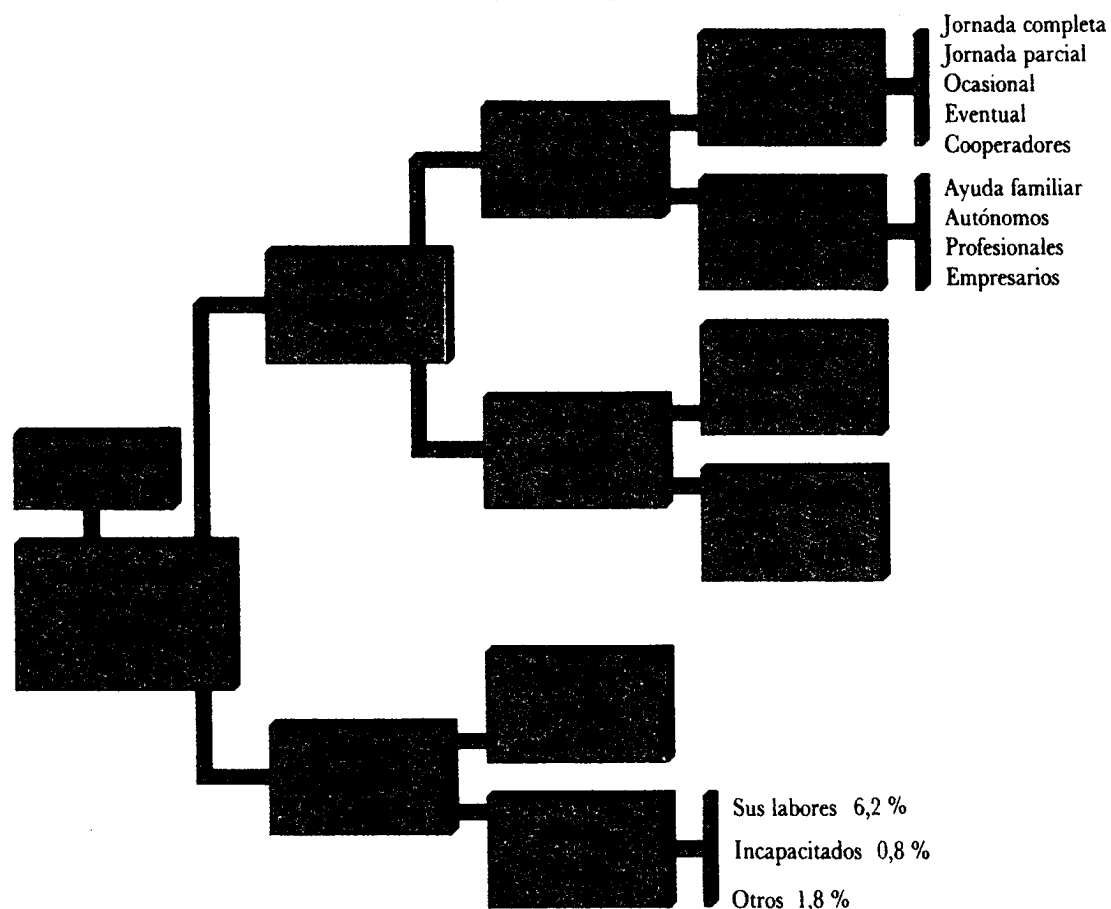
Parece, pues, que los jóvenes españoles, en general, no están desprotegidos, no sólo en cuanto a la cobertura de lo esencial, sino también en referencia a la disponibilidad de algunos medios económicos para poder atender a los gastos personales «corrientes» o «de bolsillo» que, básicamente, se consumen en bares, discotecas, pubs y espectáculos¹². Respecto al «equipamiento», tampoco parece que el mundo de los adultos españoles se muestre reticente en cumplir con sus «deberes» en el intercambio con los jóvenes, a juzgar por la cantidad de cosas de que éstos disponen, tanto en sus hogares como en aquellos bienes de cuya propiedad disfrutan más individualmente.

Situación ocupacional de la juventud española

En tercer lugar, el mundo de los adultos debe aportar empleo al mundo juvenil. Puestos de trabajo por medio de los cuales los jóvenes se inserten definitivamente en su sociedad, y en los que los jóvenes encuentren su vía normal de automantenimiento, de expresión personal y de verdadero servicio a la sociedad. El puesto de trabajo estable es el medio básico de

¹² Ver *Tabla 28*.

Estructura ocupacional de la población juvenil (16-24 años)



Fuente: INE-EPA. Marzo 1988 (Elaboración propia).

los jóvenes para dejar la etapa juvenil y poder proyectar su futuro.

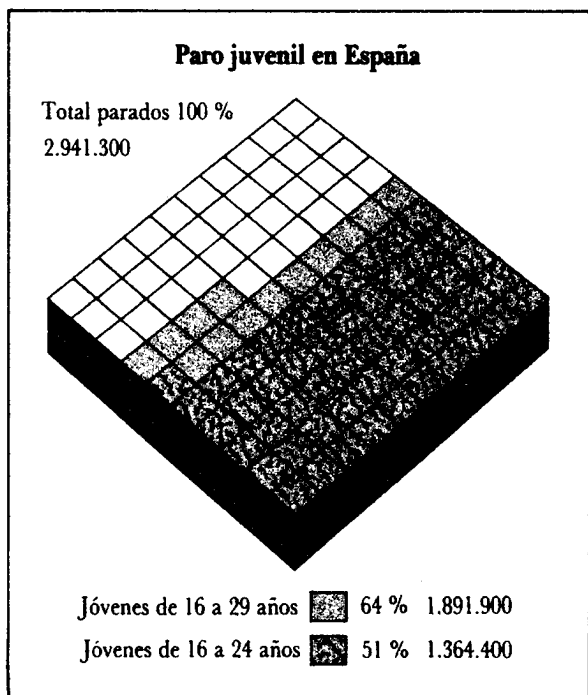
¿Cómo cumple nuestra sociedad actual este punto crucial para ella misma y para los jóvenes? Aunque más adelante analizaremos con detalle este punto, veamos ahora algunos datos globales que nos permiten describir la actual situación ocupacional de la juventud española¹³.

Acudiendo a datos oficiales y, más concretamente, elaborando los datos que se aportan en la *Encuesta de población activa* para el primer trimestre de 1988, podemos ver que los jóvenes españoles entre 16 y 24 años son un conjunto cercano a

los seis millones de ciudadanos. De ellos, algo más de la mitad (54,1 %) están en situación de activos, siendo los inactivos el 41,8 %. Quedan como población «contada aparte», mayoritariamente cumpliendo servicio militar, el 4,1 % restante, unos 243.300 jóvenes. Si tomamos ahora el grupo de jóvenes considerados activos, cerca de la mitad (42 %) están en situación de parados, lo que representa el 22,7 % sobre el total de jóvenes (aproximadamente, uno de cada cuatro o cinco jóvenes), mientras que el 58 % de los activos tiene trabajo y representa el 31,4 % del total de jóvenes (ver *Gráfico 1*).

Entre los jóvenes que tienen trabajo o están ocupados (31 %), la gran mayoría,

¹³ *Encuesta de población activa*. EPA, marzo 1988.



Fuente: INE-EPA. Marzo 1988 (Elaboración propia).

el 79 %, trabaja por «cuenta ajena»; es decir, son asalariados. Así pues, uno de cada cuatro jóvenes españoles tenía un trabajo asalariado el primer trimestre de 1988, y otros 384.000 jóvenes de ambos sexos (6,4 %) lo hacían «por cuenta propia». Considerando ahora los que se encuentran «en paro» (22,7 % del total), la mayoría de los jóvenes de 16 a 24 años (58 %) está en busca de su primer empleo, en tanto que el 48 % de jóvenes parados lo está por haber perdido su empleo anterior. Pero, desde una perspectiva global, donde se ubica la mayoría de los jóvenes de esas edades es en los «estudios», donde está el 33 % del total.

A la vista de estos datos, se puede decir que hay tres grupos de jóvenes, de acuerdo con su estructura ocupacional: un primer grupo, que representa el 33 % del total, estudia; un segundo grupo (31,4 %) trabaja, y un tercero (aproximadamente, un 23 %) está «en paro». El paro es un fenómeno socioeconómico que afecta prácticamente a casi uno de cada cuatro jóvenes. Para ver si este fenómeno

del paro laboral incide de forma similar en el mundo adulto y en el juvenil hemos de considerar el total de parados que hay en España y su distribución por edades:

100 %	→	2.941.300	←	Total parados en España
64 %	→	1.891.900	←	Jóvenes de 16 a 29 años
51 %	→	1.364.400	←	Jóvenes de 16 a 24 años

Si nos fijamos en los jóvenes entre 16 y 24 años, de cada dos personas paradas en España, una es joven; pero si tomamos como población juvenil hasta los 29 años, casi dos de cada tres parados son jóvenes. Parece claro, entonces, que el fenómeno del paro afecta especialmente a los jóvenes. Esta «aportación» del mundo adulto al mundo juvenil es una oferta «envenenada» que, lógicamente, sienten negativamente los jóvenes. En este punto se sienten frustrados y, sobre todo, atemorizados ante un futuro incierto, muy problemático. Y, ciertamente, desde este punto de vista, nuestros jóvenes no son «jóvenes europeos». Dos notas hay que reseñar aquí que alivian esta situación de paro juvenil y que analizaremos más adelante: por una parte, las cifras «oficiales» de paro no coinciden con las cifras que se obtienen al autoposicionarse los jóvenes españoles en 1989. Respecto a 1984, las cosas han mejorado algo¹⁴. De cualquier manera, el problema del paro juvenil sigue siendo grave.

En resumen, considerando de nuevo la perspectiva del intercambio de bienes y servicios, es decir, la relación adultos-jóvenes en el aspecto económico, encontramos que la aportación adulta del «marco económico general» es algo aún poco consolidado y que genera desconfianza entre bastantes jóvenes y adultos. Sin embargo,

¹⁴ Ver ELZO, J.; ORIZO, F. A.; AYESTARÁN, S.; AZURMENDI, M.ª J.; GONZÁLEZ AUDICANA, M.; GONZÁLEZ BLASCO, P.; JIMÉNEZ BLANCO, J., y TOHARIA, J. J.: *Juventud vasca 1986*. Victoria, 1987, págs. 25 y ss.

la aportación «apoyo económico y de equipamiento» que los adultos dan a los jóvenes es bastante suficiente. Por último, la aportación de empleo, de trabajo estable que la sociedad adulta ofrece a la juventud, tiene claras insuficiencias y «produce» un paro que sobre todo soportan los jóvenes. Así pues, en el aspecto económico, las pautas de intercambio adultos-jóvenes parecen ser: ambigüedad en el marco referencial (sistema económico) y claras deficiencias en lo referente a las perspectivas de futuro que abre el empleo. Mientras tanto, se «mantiene» a la juventud en un nivel de gasto y equipamiento relativamente alto. El consumo que se facilita en un determinado período no puede ciertamente paliar la falta de base ni la incertidumbre hacia el futuro en la que se sitúa a la juventud. En el aspecto del intercambio económico, parece que los adultos aportan más ambigüedad e incertidumbre al mundo juvenil que cobertura, proyección y seguridad. En ese clima, el apoyo a los «gastos individuales corrientes», «de bolsillo» y el equipar de «cosas» a los jóvenes no pasa de ser un sustitutivo temporal de carácter transitorio que no aleja la incertidumbre de los jóvenes, quienes demandan soluciones estables para su futuro. Un 68 % dice que no aceptaría un trabajo con salario inferior al mínimo, y un 55 % de los jóvenes no lo aceptaría «sin seguridad social»; pese a soportar la mayoría del paro existente, muchos jóvenes no están dispuestos a trabajar en situaciones precarias. No se aceptan, en principio, soluciones transitorias.

2.2 *Intercambio en el plano político*

Fijando ahora nuestra atención en el plano político, dentro del campo más amplio que Daniel BELL llamó «ámbito de poder», nos podemos hacer la siguiente pre-

gunta: en este aspecto, ¿qué ofrece el mundo de los adultos al mundo juvenil? Para concretar, vamos a ceñirnos a las siguientes ofertas:

- Un sistema político: LA DEMOCRACIA.
- Una forma de Estado: EL DE LAS AUTONOMÍAS.
- Un elenco de libertades.
- Un conjunto de instituciones, canales y garantías de lo anterior.

Lo primero que el mundo adulto ofrece a los jóvenes, en este ámbito, es un sistema democrático, entendiendo por tal un sistema político en el que la soberanía descansa básicamente en el pueblo. Los ciudadanos tienen libertad real para crear asociaciones y partidos, para optar al poder y, cada cierto tiempo (en nuestro caso, cuatro años), el poder retorna al pueblo para que, en elecciones, elija a la persona y grupos que, en su representación, van a ejercer el poder político por otro período de tiempo. Una serie de libertades (de expresión, de asociación, etcétera) completan el sistema democrático como parte del mismo y expresión de unos derechos individuales y colectivos reconocidos y operantes.

En España, éste es el sistema político que los jóvenes han recibido. En 1978 se aprobó por los ciudadanos (mayores de 18 años) la vigente Constitución, que es la aportación básica de los adultos a los jóvenes de hoy. Pues bien, los jóvenes se muestran mayoritariamente (87 %) de acuerdo con que «la democracia es el mejor sistema político para un país como el nuestro». Sin embargo, no son tan unánimes (58 %) en que la democracia permita que se solucionen los problemas que tenemos, y se muestran críticos con la función de los partidos políticos, pues un 39 % de jóvenes (más un 30 % de dudosos) considera que éstos «tienden a crear conflictos donde no los hay». Incluso un porcentaje significativo de jóvenes

afirma que los partidos «no sirven para nada». Así pues, parece que aceptan claramente el sistema democrático, pero tienen reticencias con su funcionamiento y con la operatividad del sistema y la función de alguno de sus órganos básicos, como son los partidos políticos. No es extraño que, considerando un nivel aceptable de la democracia vigente (una media de 6,1 de cada 10), los jóvenes piensen que éste no es aún el nivel que el sistema político «debería tener» en España (media de 9,31). Todas estas opiniones se desarrollan, por otra parte, en medio de una gran apatía por todo lo que sea política: un 50 % de jóvenes afirma no tener «ningún» interés por la misma, a lo que podemos añadir otro 31 % de jóvenes sin «interés mayor en la política», siendo tan sólo un 2 % los que manifiestan un interés activo y un 1 % los que pertenecen a algún partido.

Una segunda aportación del mundo adulto a los jóvenes, en el plano político, es la forma de Estado que el pueblo español se ha dado: un Estado de Autonomías¹⁵. El proceso está en marcha desde que constitucionalmente se optó por esta forma (ciertamente peculiar, al no tratarse de un Estado federal, como puede serlo el alemán o el suizo, ni de un Estado regional, como, después de bastantes años, se estableció en Italia). Si

¹⁵ Ver CAVERO LATAILLADE, I.: *El Estado autonómico y la reforma del Senado*, en «Diez cuestiones del panorama español 1967-77». Edit. Encuentro, pág. 35.

nos fijamos en el papel del Senado, teóricamente la «Cámara de la territorialidad», o si consideramos los contenciosos que por parte de las Autonomías y el Estado se han planteado (recuérdese la LOAPA) y, sobre todo, si tenemos en cuenta las diferentes «mentalidades», forjar este nuevo Estado no está resultando fácil. Es, por tanto, una propuesta política que el mundo adulto ha hecho, desde el enfoque de la Constitución, realizándose en la práctica lenta y trabajosamente.

Según nuestros datos, el mundo juvenil refleja eso mismo al pronunciarse respecto a lo «español» y lo «autonómico». Un 44 % de jóvenes vascos se manifiesta «sólo vasco»; un 21 %, «sólo catalán»; un 36 %, «sólo gallego»; un 58 %, «sólo navarro», y encontramos ya un 17 % de «sólo andaluz» y un 8 % de «sólo valenciano». En este aspecto, la oferta de los adultos, constitucional y oficialmente, es clara, pero en la práctica parece estar aún lejos su consolidación en zonas importantes del territorio español. (En la *Tabla 6 se insertan los porcentajes*).

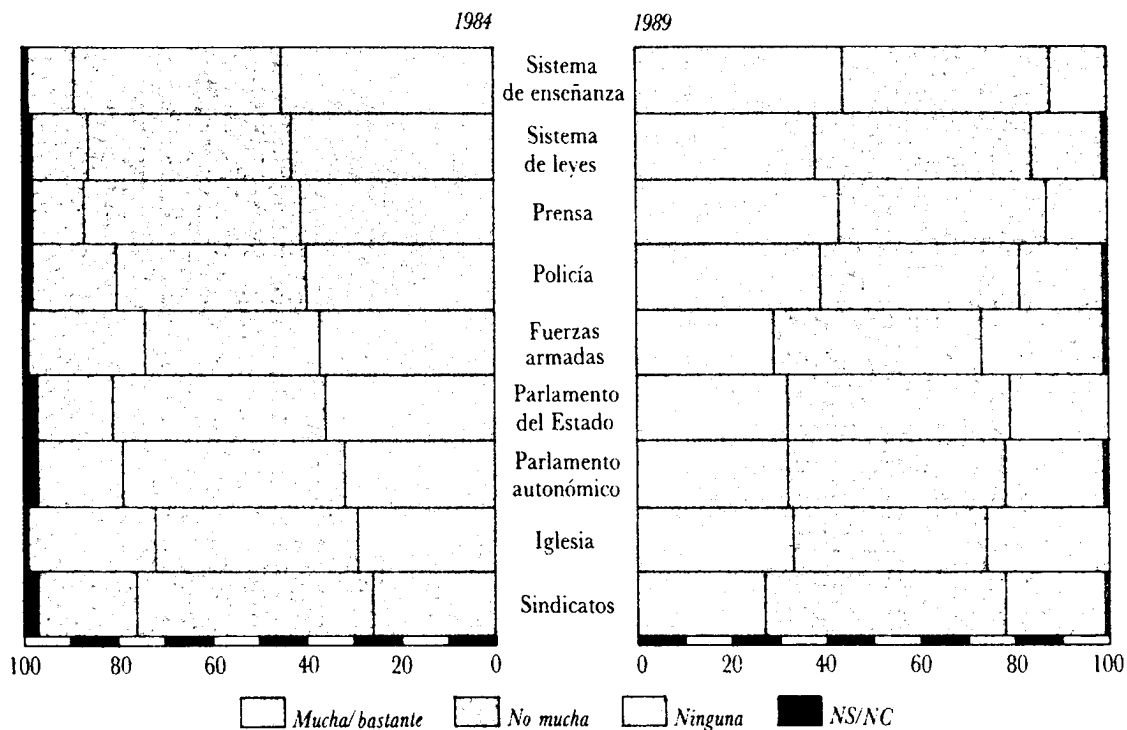
Un tercer aspecto que cabe reseñar es el de las libertades concretas que los jóvenes disfrutan. En nuestro estudio incluimos una serie de dimensiones relacionadas con estas libertades, y de las respuestas de los jóvenes podemos, en una primera aproximación, deducir algunas conclusiones. En primer lugar, puede decirse que hay un relativo nivel de aceptación sobre la existencia de libertad de expresión (6,2 sobre 10), de tolerancia so-

TABLA 6

Sentimientos autonómicos de los jóvenes españoles

<i>Dirías que te sientes</i>	Jóvenes (16-24 años)					
	Vascos	Catalanes	Gallegos	Navarros	Valencianos	Andaluces
Español o más español que X	5	27	16	4	49	22
Igual de español que X	26	29	37	13	33	48
Más X que español o sólo X	69	40	46	76	17	28

Grado de confianza en una serie de instituciones en 1984 y en 1989. (Jóvenes 15-24 años)



Fuente: Tabla 44.

cial (5,04) y algo menos sobre el respeto a la ley y el orden (4,7). En segundo lugar, se detecta que las expectativas sobre estas libertades son superiores a las que se considera que hay actualmente. Por tanto, aunque el nivel existente es aceptable, el que se desea es mayor. En conjunto, los jóvenes reconocen esta aportación que les viene del mundo creado por los adultos, pero demandan mayores cotas de libertad y tolerancia y, a la vez, de respeto a la ley y el orden, planteando a la sociedad un arduo problema: el de equilibrar mayores cotas de libertad con mayor nivel de seguridad social y ciudadana.

Un cuarto aspecto, en el plano político-social, surge al considerar el nivel de aceptación de los jóvenes hacia una serie de instituciones que reflejan, canalizan y garantizan el sistema político y las liber-

tades ciudadanas que comporta. Llama la atención que el porcentaje de jóvenes que dicen confiar (mucho o bastante) en al-

Fuente: Tabla 43



guna institución no supera, en ningún caso, el 50 %. El grado de confianza de los jóvenes en las diferentes instituciones básicas del país parece bajo. Esto, que ya se detectó en el estudio de 1984, se mantiene actualmente con algunas variaciones. La mayor confianza la inspiran el sistema de enseñanza, la prensa, el sistema de leyes y la policía; a continuación, la Iglesia y los Parlamentos, tanto del Estado como de las Autonomías. Ocupan los lugares más bajos los sindicatos y las Fuerzas armadas. Dados los grados de confianza, más bien bajos, y su «distribución», podemos decir que las instituciones básicas españolas no gozan en general de la confianza de los jóvenes, lo que pone un matiz de inquietud a la masiva aceptación del sistema político vigente planteado por el mundo de los adultos.

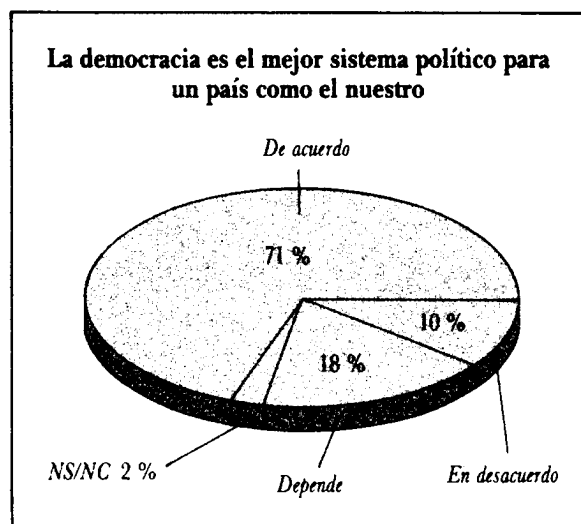
Finalmente, para analizar las ofertas del mundo adulto a los jóvenes en el plano político y detectar su mayor o menor aprobación, podemos fijarnos en un indicador —la participación en asociaciones—, que es especialmente significativo para entender la implantación y profundización de la democracia. Pues bien, el 69 % de los jóvenes no pertenece a nin-

TABLA 7

Grado de confianza de los jóvenes (15-24 años) en una serie de instituciones.

<i>Instituciones</i>	Índice de confianza
Sistema de enseñanza	46
Prensa	45
Sistema de leyes	42
Policía	42
Iglesia	39
Parlamento del Estado	38
Parlamento autonómico	38
Sindicatos	36
Fuerzas armadas	35

Máximo: 100 Mínimo: 0 $A\% \times 3 + B\% \times 2 + C\%$



Fuente: Tabla 4 (cap. 4).

gún tipo de asociación, ni tan siquiera deportiva. Y sólo un 1 % de jóvenes forma parte de algún partido político, el mismo porcentaje que presta «algún trabajo gratis» en las pocas asociaciones a las que pertenecen.

En resumen, en los intercambios adultos-jóvenes, en el aspecto del poder político, las tendencias de los jóvenes parecen ser:

- Aceptación mayoritaria del sistema democrático.
- Ambivalente valoración del Estado de las Autonomías, con significativos porcentajes de jóvenes más identificados con su sentido autonómico que con el conjunto español, lo que plantea dudas sobre la puesta en práctica de la forma de Estado propuesta por el mundo adulto (no ajeno, en algunas zonas, a esa ambivalencia).
- Aceptación de las libertades existentes, pero deseos de que éstas se amplíen, ya que no cubren aún las expectativas juveniles.
- Baja valoración de las instituciones, especialmente de las que tienen más claro matiz político. Paralelamente, se constata una mínima participación asociativa.

Por tanto, en el aspecto poder-político, parece haber un cierto nivel de aceptación de lo que el mundo de los adultos

ha construido para los jóvenes, pero éstos se muestran un tanto escépticos en cuanto al funcionamiento y operatividad actual del sistema, y desde luego participan muy poco en el engranaje del mismo.

2.3 Intercambio en el plano cultural

En el ámbito cultural podemos considerar el intercambio de bienes y servicios entre el mundo de los adultos y el de los jóvenes desde varios aspectos. Aquí nos vamos a fijar únicamente en tres de ellos:

- El nivel cultural que hoy se da en nuestra sociedad.
- Las instituciones que, normalmente, aportan marcos referenciales ideativos.
- Algunas ofertas culturales recientes que se hacen a los jóvenes desde instancias y organismos oficiales.

Encarando el primero de estos aspectos, cabe preguntarse: ¿Qué ambiente cultural se vive en nuestra sociedad? ¿Qué clima cultural planteamos los adultos a los jóvenes españoles?

Desde la perspectiva de este estudio,

no se trata de plantear si existe o no una cultura predominante o hegemónica, o si se trata de un entramado de subculturas. Tampoco hace al caso entrar ahora en la existencia o no de la llamada «cultura juvenil» (aunque hagamos alguna mención de ella) o inmiscuirnos en la polémica modernidad-posmodernidad. Lo que vamos a explicitar, como introducción al análisis de algunos de los datos primarios obtenidos, son reflexiones sobre el clima cultural que, creemos, se vive en nuestra sociedad y que es el que los jóvenes se encuentran como aportación de los adultos.

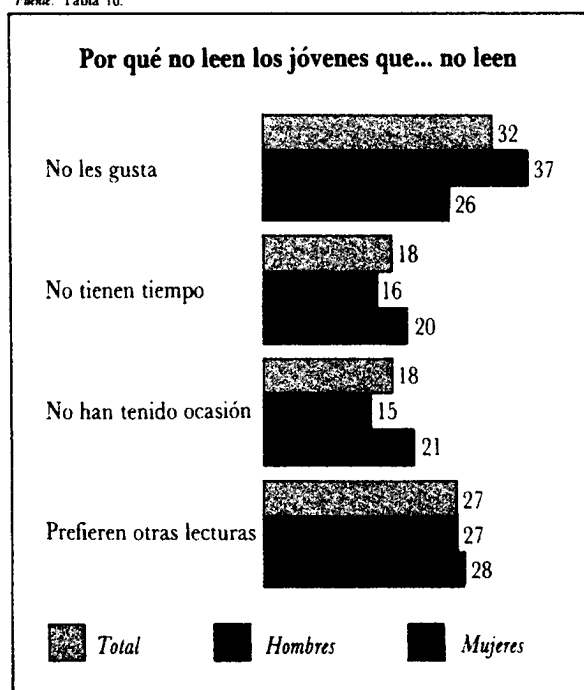
En este sentido, consideramos que un rasgo importante y significativo en el entramado de nuestra sociedad es lo que podría llamarse su «debilidad cultural». Ciertamente ya no existe casi el analfabetismo, y la escolarización en los niveles de enseñanza general y básica es casi completa. Los jóvenes acceden a las aulas universitarias en número creciente y nuestras editoriales imprimen gran número de títulos por año. Pero lo que puede considerarse «vida cultural» dinámica,

TABLA 8

Pertenencia y prestaciones a distintos tipos de asociaciones. Jóvenes 15-24 años. (Porcentajes 1989)

	Pertenecen	Prestan colaboración gratuita
A ninguna	69	74
Deportivas	16	8
Iglesia u organ. religiosas	5	4
Grupos educativos	5	4
Grupos juveniles	5	5
Partidos políticos	1	1
Sindicatos	1	1
Otras	5	5
NS/NC	3	6

Fuente: Tabla 16.



creación de pensamiento, interés y vivencia intelectual de las distintas corrientes, inquietud activa por el «mundo de las ideas», existencia de interrelaciones intelectuales fecundas y actividad de esas instituciones, es aún bastante escaso. Hay todavía una considerable pobreza de vida cultural. Así, por ejemplo, España es un país donde se editan muchos libros, pero el nivel de lectura no se corresponde con la labor de las editoriales, siendo pequeñas las tiradas que también se consumen en el amplio mercado hispanoparlante. Pero si aquí se compran pocos libros, menos aún se leen. Y, menos aún, se comentan una vez leídos, aportando a su autor los comentarios que suscitan, haciendo casi nulo el intercambio fecundo de opiniones y, en definitiva, la densidad cultural de una sociedad.

Hay, sí, un cierto nivel de «actos culturales» que pueden encontrarse anunciados en cualquier periódico o revista; nivel, sin embargo, que en la mayoría de los casos muestra escaso contenido. Se diría que muchos de esos «actos culturales» son un fin en sí mismos, no provocan continuidad y nuevas reflexiones; no engendran más vida ideativa. Así, existen «actividades culturales» que se quedan en meros «actos sociales», que no traspasan el umbral de lo superficial, que se agotan en sí mismos sin más pena ni gloria. Todo esto hace que, aparentemente, se «mueva la vida cultural» española, pero, como ya hemos dicho, no se crea profundidad de pensamiento, reflexión de fondo o intercambios culturales fecundos. Los problemas del país, de nuestro pasado más o menos reciente, y los retos que el futuro nos plantea se analizan o debaten hasta el límite que exigiría mayor profundización, densidad de reflexiones y comunicación más eficaz entre pensadores o grupos interesados. No es, pues, que falten entre nosotros intelectuales activos y un cierto grado de vida cultural; lo que

sucede es que el conjunto de ésta es poco relevante, carente de la necesaria profundidad y con escasa influencia en el entramado social amplio. No abordan con la intensidad necesaria nuestro crítico momento histórico, los problemas que nos afectan en una situación de cambio e incertidumbre notable¹⁶.

La crisis de marcos referenciales de pensamiento, propia de toda la vida intelectual de los países occidentales de nuestro entorno ideativo, también influye en nosotros, aumentando y en parte justificando la situación descrita.

Los continuos cambios en el sistema de enseñanza (a veces, necesarios; otras, no tanto) no contribuyen a un asentamiento del nivel de fondo cultural del país. Es tópicamente el clamor del profesorado y de las autoridades respectivas por lograr una calidad de enseñanza. Parece que, más que aprender, realmente lo que interesa a la mayoría de los alumnos y padres es que se «aprueben» los exámenes necesarios para obtener los certificados convenientes. Poco a poco, se ha ido optando socialmente por una universidad masificada y de dudosa calidad, lo que acentúa la superficialidad de nuestro nivel cultural, la endeblez de nuestra vida pensante y hace difícil la «búsqueda de la excelencia», que será más una tarea de individuos aislados que la alcanzarán complementando su propio sistema de formación. No puede negarse que, en el área de investigación y desarrollo (I + D), donde nuestro retraso era palpable, se está haciendo un esfuerzo significativo cuyos resultados deberán verse pronto. Esto hace que las instituciones formales encar-

¹⁶ Ver DELIBES, M.: *El juicio del camino*, en «Heraldo de Aragón», 16 enero 1989, pág. 8; MARIAS, J.: *España inteligible. Razón histórica de las Españas*, Alianza Editorial, Madrid, 1985, pág. 408; GONZÁLEZ DE CARDEDAL, O.: *España por pensar*, Edit. Pontificia, Salamanca, 1984, pág. 55; ABELLÁN, J. L.: *El futuro de la cultura española*, en «España, un presente para el futuro», vol. I. Estudios Económicos, Madrid, 1984, págs. 299 y ss.

TABLA 9

Opiniones de los jóvenes españoles respecto a dónde se dicen las cosas de interés referidas a distintos aspectos de la vida

Lugares/grupos que las aportan	COSAS IMPORTANTES				Índice conjunto
	En general	Respecto a ideas e interpretaciones del mundo	Respecto a estudios y trabajo	Respecto a la vida cotidiana	
En casa, en la familia	57	23	28	48	39
Entre los amigos	41	31	26	44	35,5
En los libros	20	28	12	9	17,5
En televisión, radio y prensa	21	34	14	12	20,3
Centros de enseñanza	14	14	47	5	20
Partidos políticos	7	16	4	4	7,8
En la Iglesia	7	16	2	7	8
En ningún sitio	9	8	7	8	8
En otros	0	0	0	0	0
NS/NC	3	4	5	8	—
	(4.548)	(4.548)	(4.548)	(4.548)	(4.548)

gadas de la acumulación, investigación y transmisión de conocimientos se encuentren en una fase de reforma y adaptación que las centra mucho en sí mismas, a lo que hay que unir la incertidumbre de los resultados reales, fruto de esas formas. Por ello, esas instituciones no contribuyen aún a asentar y dar profundidad al mundo intelectual español, ni aportan tampoco a la corriente cultural lo que pudieran hacer de no encontrarse en esa fase de cambios.

Dentro de este contexto, hay que reseñar un hecho significativo acaecido, en especial, en la última década. Nos referimos a los actos culturales promovidos desde instancias oficiales, principalmente locales, con un sentido lúdico y tendente a atraer al público general, así como a lo que se ha dado en llamar las «movidas» culturales, de las que más adelante nos ocuparemos.

En síntesis, podríamos decir que, existiendo un cierto nivel de vida cultural e instituciones educativas con raigambre social, el ambiente cultural español es un

tanto débil y poco influyente en el conjunto de la sociedad. Junto a ello se ha tratado de lanzar una cierta activación cultural más popular y *sui generis*. Los jóvenes españoles se mueven en ese ambiente global, a la vez que participan en diferente grado en esos intentos oficiales de acercar ciertos productos culturales a los jóvenes. Nuestra juventud habita un clima cultural relativo, con más fachada que cimientos, más aparente que profundo, huérfano de muchos marcos ideativos que aporten significados globales donde poder analizar los hechos cotidianos, un clima un tanto pluriforme y ambiguo. ¿Qué actitudes toman los jóvenes? ¿Qué leen? ¿Qué ven? ¿Cómo valoran algunos agentes y medios culturales? ¿Participan en los actos que en muchos casos se organizan pensando en ellos? A tratar de contestar algunas de esas cuestiones vamos a dedicar las páginas siguientes.

Una primera aproximación la podemos centrar en la existencia o no, y en el nivel de aceptación de los marcos referenciales de significado y de los agentes sociales

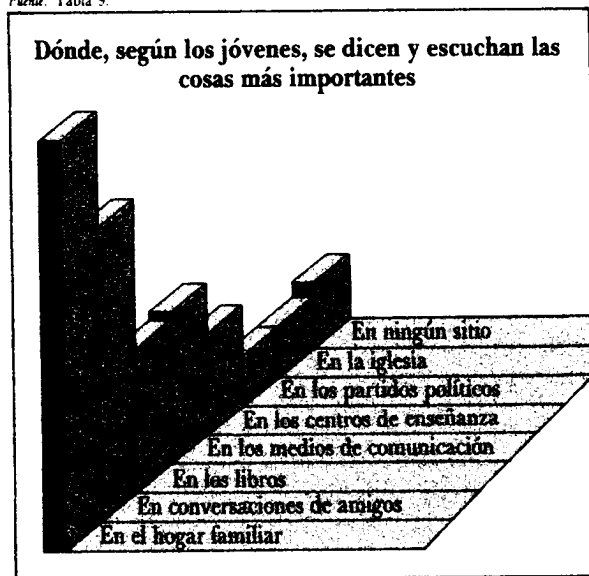
que pueden ofrecer estos marcos a los jóvenes. En general, los jóvenes miran al mundo de los adultos esperando obtener cierta orientación para sus vidas. Esa orientación puede referirse tanto a lo general como a aspectos más específicos, tales como el «estudio o trabajo». También puede referirse a «ideas e interpretaciones del mundo», a las *Weltanschauungen* o a la vida cotidiana.

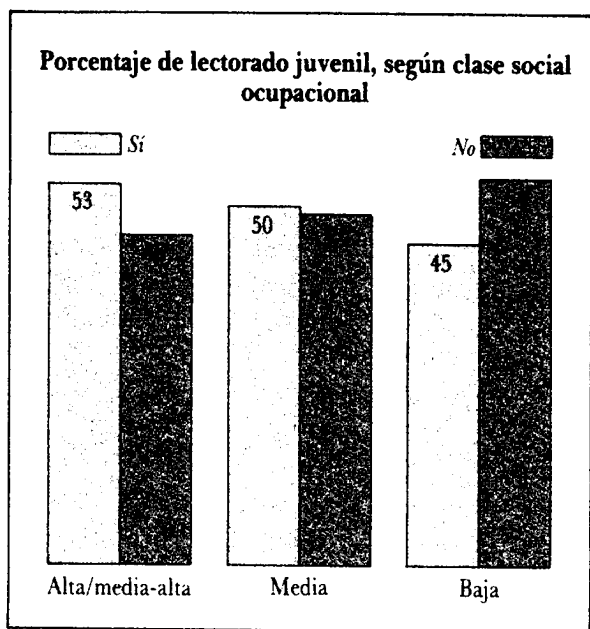
En el cuestionario hemos incluido una pregunta que intenta cubrir esos aspectos: «¿En dónde piensas tú que se dicen las cosas más importantes para orientarse uno en esta vida?» Considerando un índice conjunto (ver *Tabla 9*), constatamos, en primer lugar, la debilidad de los agentes sociales dadores de significados y capaces por tanto de orientar a los jóvenes. Ningún grupo o agente supera un índice de 40 sobre un total posible de 100. Los dos más valorados por los jóvenes, familia y amigos, no llegan ni a un 40 %. El segundo grupo lo forman los medios de comunicación: televisión, radio y prensa (20,3 %); los centros de enseñanza (20 %) y los libros (17,5 %). Bastante más distantes en la apreciación de los jóvenes se sitúan la Iglesia (8) y los partidos políticos (7,8). Finalmente, con un

índice de 8, se encuentra la negación de que exista centro alguno orientador de los jóvenes.

De los tres agentes tradicionales, familia, escuela e Iglesia, el primero de ellos mantiene cierta fuerza como referencia orientadora de los jóvenes españoles, confirmando que sigue siendo aún una de las instituciones sociales básicas para los jóvenes, lo que refrenda otros resultados obtenidos en este estudio (ver *Capítulo 3*). Los centros (tanto de enseñanza media como de universidad) tienen todavía un poder muy moderado para orientar a los jóvenes: sólo uno de cada cinco jóvenes (20 %) considera la escuela como el lugar donde, en conjunto, se puede encontrar orientación. Por otra parte, se constata la casi desaparición de la Iglesia católica como foco orientador para los jóvenes, que no la consideran ya útil para conseguir criterios para sus vidas. Los medios de comunicación social se sitúan como el tercer agente en importancia al que atienden los jóvenes para formar sus criterios vitales. El grupo de amigos, los «pares», se constituye como el segundo lugar de referencia juvenil, confirmando una tendencia general que también se da en otras sociedades. Hay que destacar la falta de confianza de los jóvenes en los partidos políticos, lo que no es extraño, debido a la baja valoración que los partidos tienen entre la juventud y la muy escasa atracción que despiertan como para incorporar jóvenes a sus filas. Lo que se refleja aquí es la escasa credibilidad de todos los partidos políticos que, en general, parecen haber defraudado a los jóvenes. Por otra parte, hay que destacar que casi uno de cada diez jóvenes señalan que en nuestra sociedad no existe institución o grupo alguno que le dé significados orientadores. Es un grupo que dice vivir su vida sin contar para nada con lo que la sociedad adulta aporta. Son los jóvenes netamente desconectados.

Fuente: *Tabla 9*.





Fuente: Tabla 16.

Las lecturas y lo que los libros pueden representar como focos de orientación para la vida de los jóvenes es muy moderado. Sólo uno de cada casi cinco jóvenes consideran esto como un medio de referencia significativo, lo que confirma lo que anteriormente hemos señalado como «debilidad» de nuestra cultura, que tiene escaso poder de penetración entre la juventud.

Si consideramos ahora los aspectos revisados, encontramos que la importancia otorgada por los jóvenes a los diferentes agentes reseñados se distribuye entre ellos de forma dispersa, lo que confirma la debilidad de los mismos agentes, ya que ninguno predomina como dador de sentido en todos los aspectos. Así, la familia que se presenta como primordial en cuanto a orientar la vida «cotidiana» y «en general», alcanza sin embargo escasa importancia en cuanto orientadora del «estudio y trabajo» y de las «ideas e interpretaciones del mundo». Los centros de enseñanza media y las universidades son considerados por los jóvenes como los agentes básicos para orientar en los «estudios y trabajo», pero tienen escasa importancia para otros aspectos significati-

vos. Es llamativo que esos centros de enseñanza no supongan casi nada (14 %) en cuanto a servir de orientación respecto a las «ideas e interpretaciones del mundo», lo que relativiza mucho el valor que los jóvenes dan a la enseñanza actual.

Parece que los jóvenes consideran los centros de enseñanza con un sentido muy utilitarista, como fuentes de información técnica y como entidades donde se consiguen unas determinadas habilidades profesionales, pero no como verdaderos centros educativos, ya que no se valora casi su papel como donadores de ideas, lo que parecería propio. El carácter instrumental con que se entiende la enseñanza parece bastante claro a la vista de estos datos. Por otra parte, lo recibido en los centros de enseñanza tiene una valoración casi nula para orientar «en la vida cotidiana» (índice de 5 sobre 100), lo que de nuevo refuerza el carácter utilitario-profesional al que hacíamos referencia.

Un agente con relativa fuerza, dentro del panorama general descrito, es el de «los amigos». El grupo de «pares», tanto «en general» (índice 41 sobre 100) como respecto a la «vida cotidiana» (índice 48), es un importante agente de orientación para los jóvenes. Muy importante en este sentido es el papel que los «amigos» representan para orientar las «ideas y las interpretaciones del mundo» de otros jóvenes (índice 31 sobre 100). Estamos aquí ante una especie de auto-orientación de jóvenes por otros jóvenes en aspectos esenciales. Ese hecho pone de manifiesto por otra parte una carencia de liderazgo del mundo de los adultos para muchos jóvenes.

Un agente que podemos calificar de más directamente cultural, «los libros», ocupa una moderada y relativa posición como orientador de la juventud (17,5). Son más importantes respecto a «ideas e interpretaciones del mundo» (índice 28 sobre 100), y se muestran escasamente

útiles, al parecer, para otros aspectos de la vida. Si leer libros es una actividad sólo valorada por un 45 % de los jóvenes, la importancia que se otorga a éstos como dadores de orientación para los jóvenes es aún más escasa. Estamos, pues, ante unos jóvenes que distan de apreciar este modo cultural, y cuya sensibilidad hacia «el libro» y lo que éste representa es restringida. Vemos que los jóvenes, en buena medida, también participan de esa debilidad cultural española a la que antes hemos aludido. Sus intereses y capacidad de acción están más dirigidos hacia otros lugares relacionados con gente y viajar, y menos hacia el «leer».

La Iglesia ha perdido claramente el papel que tradicionalmente se le otorgaba como aportadora de sentido, de marco referencial para las conductas de las personas. En el caso de los jóvenes españoles, ya no cumple ese cometido. Sólo un índice entre 7 y 8 (sobre 100) le reconocen los jóvenes en cuanto a orientar aspectos de la «vida cotidiana» o «general», lo que muestra que consideran a la Iglesia al margen de sus acontecimientos diarios, incapaz de dar sentido a su cotidianidad vital juvenil. Aún más alejada e inexistente la perciben respecto a sus «estudios o trabajo» (índice 2), e incluso la consideran muy poco (índice 16) en un aspecto en que podría esperarse que el papel de la Iglesia fuera más preponderante por parecer más propio de su naturaleza y funciones: el orientador en cuanto a las «ideas e interpretaciones del mundo». Posiblemente, la ciencia ha suplido ese rol orientador entre los jóvenes. Es claro que el descenso de la Iglesia en este aspecto se puede casi calificar de derrumbe, y que la secularización de los jóvenes españoles es más profunda de lo que a veces se piensa, aunque una buena mayoría de esos jóvenes se sigan autocalificando como católicos más o menos practicantes. (Ver *Tabla 9*.)

Por sexos, hay una ligera tendencia entre las chicas a valorar el papel de la familia como lugar de referencia orientativa, no habiendo prácticamente diferencia con los chicos en relación con las demás instituciones o grupos considerados. De nuevo, aquí se manifiesta una reiterada pauta que se da en los últimos años, en el sentido de irse anulando las diferencias por sexo.

El nivel de estudios no marca tampoco diferencias significativas en cuanto a la valoración de los marcos referenciales ideativos. Aun así, cabe anotar que, en la etapa de estudios primarios, los más jóvenes confían algo más en la familia y menos en los amigos, mientras que, al ir avanzando en los estudios, el grupo de amigos va adquiriendo más fuerza como centro orientador. En los libros, como hemos indicado, encuentran poca fuente de referencia. La tendencia parece que crece algo hasta el primer ciclo universitario (18 a 20 años...). Luego baja la confianza de los estudiantes en los mismos.

En conjunto, a mayor nivel religioso existe mayor confianza en la familia como marco de referencia ideativo, al igual que ocurre según se sitúen los jóvenes más hacia el centro y la derecha. Lo mismo sucede en el caso de los jóvenes de clase alta o media alta. No se aprecian diferencias notables en relación con los otros agentes referenciales ideativos (amigos, libros, medios de comunicación, escuelas, partidos políticos e Iglesia). En resumen, se detecta que, aun dentro de una relativa debilidad, la familia es el principal punto de referencia para la juventud, especialmente para los que se muestran religiosos y, políticamente, de centro o centro derecha. (Ver *Tabla 10*).

Grupos de jóvenes según estilos de vida

Lo dicho en general para la juventud no puede hacernos olvidar que hoy, cada vez

TABLA 10

Opinión de los jóvenes españoles respecto a dónde se dicen las cosas de interés referidas a distintos aspectos de la vida, según distintas variables de sexo, nivel de estudios, autopercepciones religiosas y político y clase social subjetiva

	En casa (familia)	Entre amigos	En los libros	En TV, prensa y radio	En centros de enseñanza	En los partidos políticos	En la iglesia	En ningún sitio
Total	39	36	18	20	20	8	8	8
• Sexo								
Hombre	38	35	16	19	19	8	7	8
Mujer	41	36	19	21	21	8	9	8
• Nivel de estudios								
Primarios (EGB-FP)	42	30	15	18	19	7	8	7
Secundarios (BUP-COU)	39	35	18	20	23	8	7	6
1.º ciclo universitario	36	36	23	23	21	9	9	7
2.º ciclo universitario	38	40	21	22	23	8	9	9
• Autopercepción religiosa								
Católico muy practicante	45	34	18	20	22	7	11	6
Católico no muy practicante	40	35	18	22	21	9	9	6
Católico no practicante	40	36	17	21	19	8	7	8
Indiferente	35	36	18	19	19	8	7	11
Ateo	29	38	15	18	19	7	7	13
• Autopercepción política								
Extrema izquierda	32	39	17	20	18	8	6	9
Izquierda	38	37	18	19	19	7	7	10
Centro-izquierda	40	35	19	22	20	8	7	7
Centro-derecha	41	37	19	22	22	9	9	7
Derecha	42	35	17	19	21	9	10	7
Extrema derecha	40	30	15	20	19	10	11	7
• Clase social (subjetiva)								
Alta/Media-alta	41	35	19	21	22	9	9	8
Media-baja	37	36	18	20	21	8	8	9
Trabajadora	39	34	16	20	18	8	7	7

más, los jóvenes se diferencian unos de otros. Las tendencias que se pueden enunciar para el conjunto de jóvenes españoles no deberían hacernos tampoco olvidar que el grado de participación o seguimiento puede ser muy distinto según el grupo de jóvenes. Para tratar de diferenciar algunos tipos dentro del conjunto de la juventud, hemos identificado, por

medio de una serie de técnicas socio-estadísticas adecuadas (análisis factorial, análisis de correspondencias y un *cluster*)¹⁷ una serie de grupos de jóvenes según los «estilos de vida» que adoptan. Las razones que nos han llevado a ello han sido de dos tipos: en primer lugar,

¹⁷ Ver la descripción y análisis de los grupos en el *Capítulo 2*.

que en la compleja sociedad española actual están perdiendo poder diferenciador variables sociales que anteriormente señalaban actitudes más nítidamente; por ejemplo, sexo, clase social o nivel económico, entre otras. La mentalidad con que se toma uno la vida, el estilo de vivirla y la actitud ante una serie de valores podría ser más diferenciadora dentro de los jóvenes. Por otra parte, hablar de la «juventud» como un todo dejaba a la sombra la existencia de «los jóvenes» como tales, jóvenes que podían separarse o adherirse más o menos a lo que el conjunto de la juventud mostraba como grupo social indiferenciado.

Ocho tipologías de jóvenes

Según su participación en una serie de valores y actitudes de diverso tipo, expresadas en 38 frases significativas, a las que han mostrado su mayor o menor grado de conformidad los 4.548 encuestados, hemos diferenciado ocho tipos, a los que hemos denominado de acuerdo con las características básicas de su estilo de vida o formas en que, en general, se enfrentan

con lo que ven, observan y valoran en la sociedad española actual. Esas agrupaciones de jóvenes o tipos se forman en relación a las actitudes, opciones y valores que se les presentaron. Por medio de un método estadístico (*cluster*) que analiza similitudes y diferencias entre las respuestas dadas, llegamos a distinguir y separar una serie de grupos más homogéneos interiormente, pero que difieren al máximo entre sí. Los ocho grupos básicos detectados, que describiremos brevemente, son los siguientes:

1 Los jóvenes «conformados»

Constituyen aproximadamente el 12 % del total de jóvenes y se identifican, fundamentalmente, por aceptar cierta dependencia, ser relativamente restrictivos en los temas sexuales y bastante sacrificados en su estudio o trabajo, al preocuparles su futuro. No son muy dinámicos y buscan la comodidad de lo ya conocido; creen relativamente en algunos principios y en cierta trascendencia, sabiendo acatar el orden y gustando de una estabilidad social.

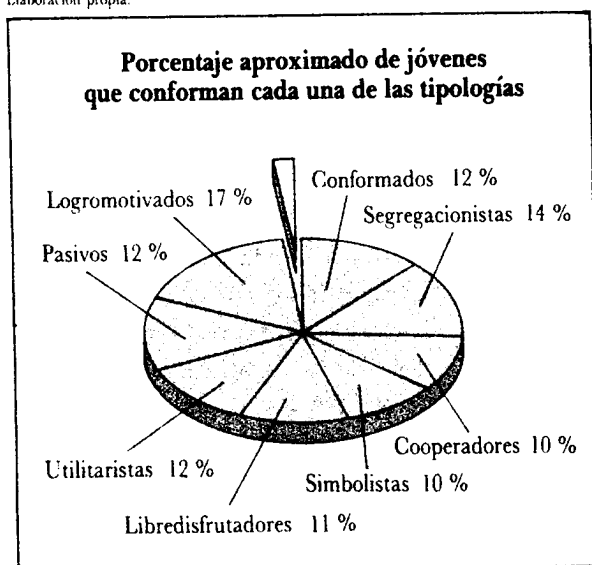
2 Los jóvenes «segregacionistas»

Representan un 14 % de la juventud y se caracterizan por cierto autoritarismo, fruto de su carácter algo antiigualitario. Creen en las elites sociales y, por tanto, valoran lo jerárquico, aunque son bastante escépticos respecto al valor del trabajo como mejor medio para situarse en la sociedad. En cambio, valoran el dinero como medida de cosas y personas. Suelen adaptarse, en lo posible, a la sociedad, para así conseguir ese dinero que les dará éxito y les procurará el poseer cosas, que es lo que, sobre todo, desean.

3 Los jóvenes «cooperadores»

Vienen a ser un 10 % de los jóvenes actuales y su rasgo más característico es su

Elaboración propia.



solidaridad para con los demás. Valoran el bien común, buscan el «ser alguien» más que el tener cosas y conservan una cierta dosis de idealismo. Tienden a trabajar y hacerlo en equipo. No persiguen tanto las satisfacciones inmediatas, y esperan un futuro mejor para ellos, basándose en sus esfuerzos.

4 *Los jóvenes «simbolistas»*

Son un grupo de aproximadamente un 10 %. Nos atreveríamos a llamarles los «yuppies celtibéricos», pues les interesan los negocios. Aunque sean esteticistas en su presencia y busquen lo estético en lo que los rodea vitalmente, les atraen los empresarios y no los artistas. Intentan actuar libremente, no aceptando normas jerárquicas. Desean arriesgarse y no eluden aventurarse; al revés, eso les gusta, no sintiéndose vinculados a trascendencias ni a raíces de tipo alguno. Movibles, no les atrae lo permanente y les interesa «ser alguien», incluso más que tener cosas.

5 *Los jóvenes «libredisfrutadores»*

Estamos ahora ante casi un 11 % de jóvenes. Su factor más definitorio es buscar y obtener placer, si es posible aquí y ahora, sin dejarlo para mañana. Hedonistas, poseen un «yo» fuerte y egoísta, que tratan de «alimentar» día a día, pues les importa lo cotidiano, lo presente, y muy poco el futuro. Diríamos que se «instalan en lo efímero y placentero de cada hoy», emocional y vitalmente, por lo que chocan, incluso de manera en ocasiones violenta, con las normas o jerarquías sociales, mostrando su inconformismo con todo lo que crean limita sus objetivos de pasarlo lo mejor posible.

6 *Los jóvenes «utilitaristas»*

Representan algo más del 12 % de los jóvenes españoles y se definen básicamente

por su individualismo y su pragmatismo funcional. Les importa lo útil, las personas y cosas por las funciones que pueden hacer, lo que les hace tender al autoritarismo y a atrincherarse en su propio provecho personal, atendiendo en lo posible al momento presente y a cierto hedonismo fruto de lo que logran, no tanto porque confíen en el trabajo duro para conseguirlo, sino más por los medios posibles y prácticos que puedan encontrar.

7 *Los jóvenes «pasivos»*

Son, aproximadamente, un 12 %. Indecisos, poco pensadores y no disciplinados interiormente, ni se solidarizan con algo o alguien ni quieren comprometerse. Su personalidad los lleva a buscar lo superficial, lo más inmediato que pueden encontrar, sin proponerse lograr algo sustancial para el futuro. Se acomodan a un presente que más bien les lleva o «arrastra».

8 *Los jóvenes «logromotivados»*

Son numéricamente el grupo más importante: representan el 17 % de los jóvenes españoles. Se identifican sobre todo porque desean y buscan hacer y conseguir cosas en la vida. Valoran que existan y se respeten, en general, las normas y leyes del «juego» social. Trabajadores y prudentes, no eluden aceptar ciertos riesgos, pero prefieren, en esta etapa joven de sus vidas, sacrificar algunos disfrutes para irse labrando un porvenir más estable.

Actitudes vitales de los diferentes grupos

A continuación vamos a utilizar estos ocho tipos de jóvenes descritos para estudiar sus posturas ante las variables que estamos analizando.

Así, volviendo a las instituciones que

TABLA 11

Marcos de referencia que tienen los jóvenes en cuanto a orientaciones generales

	Confor- mistas	Segrega- cionistas	Coopera- dores	Simbolis- tas	Libre- disfruta- dores	Utilitaristas	Pasivos	Logromo- tivados	Total
Total	598	602	446	483	478	561	587	794	4.548
<i>Dónde crees que se dicen las cosas más importantes, en general</i>									
En casa/familia	68	58	62	48	49				
Entre los amigos	41	37	42	47	50	36	37	39	41
En los libros	23	15	22	22	23	18	13	21	20
En televisión/radio/prensa	21	18	20	23	24	22	14	23	21
En centros de enseñanza	16	11	16	15	11	17	9	16	14
En los partidos políticos	7	8	7	11	4	9	3	8	7
En la Iglesia	10	8	8	8	4	8	4	8	7
En ningún sitio	7	10	8	13	8	6	6	11	9
En otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	2	3	4	3	2	5	1	2	3

pueden servir de marco conceptual para la juventud, podemos ahora preguntarnos: ¿Cómo ven esos diferentes tipos de jóvenes las instituciones o medios que les pueden servir de referencia? Según la localización de cada grupo, ¿dónde se dicen las cosas importantes para su vida coti-

diana, su trabajo y su visión del mundo?

Como podía esperarse, en cuanto a la orientación «en general», el grupo de los *conformados* es el que más ampliamente confían en la familia (68 %). Los llamados jóvenes *segregacionistas* tienden a esperar menos orientación de los amigos y

TABLA 12

Marcos de referencia que tienen los jóvenes en cuanto a ideas e interpretaciones del mundo

	Confor- mistas	Segrega- cionistas	Coopera- dores	Simbolis- tas	Libre- disfruta- dores	Utilitaristas	Pasivos	Logromo- tivados	Total
Total	598	602	446	483	478	561	587	794	4.548
<i>Y en cuanto a ideas e interpretaciones del mundo</i>									
En casa/familia	32	25	25	20	19	20	25	19	23
Entre los amigos	36	28	32	34	30	31	32	27	31
En los libros	36	27	32	28	27	22	24	31	28
En televisión/radio/prensa	32	33	37	28	33	36	26	41	34
En centros de enseñanza	18	13	13	9	13	13	13	15	14
En los partidos políticos	16	19	20	8	17	19	11	19	16
En la Iglesia	18	15	20	14	15	16	10	18	16
En ningún sitio	5	9	9	8	9	7	7	9	8
En otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	2	3	5	5	6	5	3	4	4

de los libros, pues su individualismo y su escepticismo ante el estudio les impulsan a ello. Asimismo, valoran menos que el conjunto de la juventud la capacidad orientativa de los centros de enseñanza. Los *cooperadores* y los *logromotivados* tienen en la familia una referencia que valoran, para la orientación general, algo más que el conjunto de la juventud, mientras que los *utilitaristas* consideran menos a la familia y a los amigos. Los *simbolistas* y los *libredisfrutadores* son los que menos consideran la familia y más las «amistades», en lógica con sus estilos vitales. También tiene su lógica que sean los *libredisfrutadores* los que menos ven en la Iglesia (4 %) una fuente de orientación. (Ver *Tabla 11.*)

En relación al «lugar» donde los distintos tipos de jóvenes forjan sus «ideas e interpretaciones del mundo», son los *conformados* los que superan al conjunto de la juventud en su valoración de la familia, amigos y libros. Incluso los centros de enseñanza son las fuentes de sus ideas y cosmovisión del mundo. Por otra parte, es el grupo que parece contar con mayor número de instancias de referencia para su orientación. El grupo de los jóvenes *cooperadores* supera los porcentajes generales en cuanto a su confianza en la Iglesia y en lo intelectual-libros como focos orientadores de su visión del mundo.

Los *simbolistas* se sitúan en concordancia

con el conjunto de los jóvenes en cuanto a familia, amigos y libros, como fuente de orientación de su visión del mundo, pero son más bien desconfiados en lo que respecta a la televisión/radio/prensa, centros de enseñanza y políticos, lo que ratifica su posición de pragmatismo, autoindependencia e individualismo. Curiosamente, es uno de los grupos que concede a la Iglesia un papel relativo como institución que ofrece principios orientativos de la visión del mundo y de las ideas, semejantes al conjunto de los jóvenes.

En el caso de los jóvenes *logromotivados*, encontramos una actitud ambigua. Por una parte, confían menos que el conjunto de la juventud en el papel de la familia y de los amigos o pares y, por otra parte, parecen confiar más en la televisión/radio/prensa y en los políticos. Quizá el deseo de lograr sus fines propios les hace acercarse o dar relevancia a lo que consideran más operante e influyente, de hecho, en el mundo actual.

Los *pasivos* otorgan poca relevancia a los medios de comunicación social, a la enseñanza, a los políticos y a la Iglesia. En realidad, no confían en casi nada, porque todo «les da igual». (Ver *Tabla 12.*)

En relación con la orientación respecto al «trabajo o estudios», son los jóvenes *conformados* y *cooperadores* los que mayor papel que el conjunto otorgan a la familia, y los *simbolistas* los que menos preponderancia le dan. Son también los jóvenes *conformados* y *cooperadores* los que más valoran el papel orientador de los centros de enseñanza, en este punto. Los jóvenes *utilitaristas* y *pasivos* otorgan poca relevancia a escuelas y universidades, quizá por enfoques diferentes: unos (*utilitaristas*) porque las consideran poco útiles, y otros (*pasivos*) porque no se interesan por ellas o las consideran «pasotamente» como algo más, existente pero sin relevancia.

Fuente: *Tabla 7* cap. 21.



TABLA 13

Marcos de referencia que tienen los jóvenes en cuanto a estudios y trabajo

	Conformistas	Segregacionistas	Cooperadores	Simbolistas	Libre-disfrutadores	Utilitaristas	Pasivos	Logromotivados	Total
Total	598	602	446	483	478	561	587	794	4.548
En casa/familia	32	26	32	23	27	25	30	29	28
Entre los amigos	28	24	27	27	26	30	27	23	26
En los libros	17	11	15	9	12	12	11	13	12
En televisión/radio/prensa	16	16	16	13	12	11	12	14	16
En centros de enseñanza	56	41	55	49	50	39	35	51	47
En los partidos políticos	4	5	4	2	1	4	5	4	6
En la Iglesia	2	3	2	0	1	2	4	2	2
En ningún sitio	6	9	4	6	6	7	5	7	7
En otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	3	5	6	6	5	5	4	6	5

Los jóvenes *logromotivados* conceden importancia al valor de los centros de enseñanza en cuanto a «trabajo y estudios», pero son bastante escépticos ante el papel de donadores de cosmovisiones de las instituciones educativas. Quizá sus expectativas respecto a ellas se ven un tanto frustradas, y de ahí su baja valoración de las mismas. (Ver *Tabla 13*.)

Respecto a las instituciones o grupos que aportan marcos referenciales significativos a la «vida cotidiana» de los jóvenes españoles, de nuevo son los *conformistas* y los jóvenes *logromotivados* los que más consideran el papel de la familia. Los *cooperadores* valoran más positivamente que el conjunto el papel de los centros de enseñanza, libros e Iglesia en cuanto orien-

TABLA 14

Marcos de referencia que tienen los jóvenes con respecto a la vida cotidiana

	Conformistas	Segregacionistas	Cooperadores	Simbolistas	Libre-disfrutadores	Utilitaristas	Pasivos	Logromotivados	Total
Total	598	602	446	483	478	561	587	794	4.548
En casa/familia	56	45	49	44	46	47	47	51	48
Entre los amigos	49	34	42	50	50	43	38	46	44
En los libros	13	6	12	7	7	9	8	9	9
En televisión/radio/prensa	15	11	14	11	10	13	8	13	12
En centros de enseñanza	7	5	8	2	4	7	3	6	5
En los partidos políticos	3	6	5	2	4	5	4	4	4
En la Iglesia	8	6	10	4	6	6	5	8	7
En ningún sitio	5	10	8	9	8	7	6	9	8
En otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	6	12	9	8	8	6	8	8	8

tadores o marcos de referencia para la vida cotidiana, mientras que los *simbolistas* y los *libredisfrutadores* se alzan por encima del conjunto de los jóvenes en la preponderancia que otorgan a los amigos. Significativamente, los *simbolistas* consideran muy bajo (2 %) el papel de los centros educativos y de los políticos en las cuestiones que afectan a la vida diaria. (Ver *Tabla 14*.)

En general, los tipos de jóvenes que hemos diferenciado, en sus actitudes ante las instituciones o grupos de referencia que marcan directrices o pautas, responden con bastante coherencia a las características de los grupos referidos. Podemos incluso distinguir tres tipos más amplios de comportamientos. Por un lado, los que hemos denominado *simbolistas* y *libredisfrutadores* forman un conjunto que aun dentro de sus diferencias muestra una cierta unidad. Por otra parte, encontramos cierta identidad de opiniones entre los llamados *cooperadores*, los *conformados* y los *logromotivados*. Finalmente, hallamos una relativa afinidad entre los que hemos considerado como *pasivos*, *utilitaristas* y *segregacionistas*. Más adelante se analizan los ocho grupos de jóvenes aquí apuntados con mayor concreción, así como su relación con otras variables.

Lo que leen los jóvenes

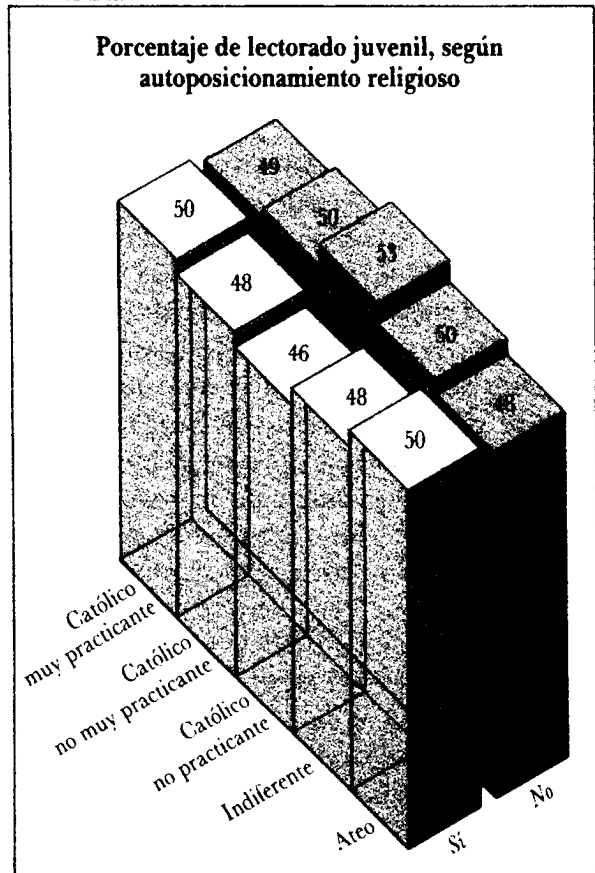
Retornando de nuevo a nuestro esquema inicial de análisis —ofertas de los adultos y respuestas de los jóvenes en el plano cultural que ahora consideramos—, podemos cuestionarnos en qué medida leen los jóvenes, siendo el de los libros un campo a través del cual la juventud capta la cultura vigente en la sociedad que se la ofrece¹⁸.

¹⁸ Ver *Cambio 16*, 6 marzo 1989, pág. 52; *El País*, 1 octubre 1987, págs. 12-13; *El País*, 28 mayo 1989, pág. 24; *Alacena*, n.º 7, invierno 1977-1978, pág. 4, año 4, Madrid, 1989; Ya, Luis VADILLO, mayo 1989.

En nuestro estudio hemos incluido varias preguntas sobre este aspecto, como son: si han leído algún tipo de literatura juvenil, los motivos que les llevan a leerla o no, y la cantidad de dinero que suelen emplear anualmente en este capítulo. Esto nos puede dar noticia de su interés práctico sobre este tema.

Pues bien, en conjunto, la mitad de los jóvenes españoles no han leído «algo» de literatura juvenil (51 %). Suponemos, entonces, que se limitan a sus libros de texto, y no leen libros fuera de lo que les obligan sus deberes estudiantiles. Los chicos parecen ser menos dados a esas lecturas que las chicas y, a medida que crece su edad, van alejándose de esa literatura, aunque es cierto que en la etapa universitaria suben los porcentajes de los que dicen leer «otro tipo de libros». Por niveles religiosos, parece apuntarse una ligera tendencia a ser más «lectores» los

Fuente: *Tabla 15*.



católicos muy practicantes y los ateos. Políticamente, no se detectan diferencias significativas en cuanto a lecturas, aunque se apunta una menor tendencia en el sector de jóvenes que se sitúan en la extrema derecha, no así en los autopoicionados en la derecha sin más (el 51 % dicen leer). La clase social sí parece influir en los hábitos de lectura: se reduce el porcentaje de lectores de libros juveniles al descender la clase social. Por el contrario, jóvenes con más capacidad de liderazgo son los que aparecen como más gastadores de los libros. (Ver *Tabla 15*.)

Los jóvenes que se identifican como no-lectores de literatura juvenil alegan «razones» que no parecen circunstanciales, sino meras disculpas o afirmación rotunda de que «no les gusta leer». Así, de ese grupo de no-lectores, en conjunto el 32 % afirma no gustarle leer y un 36 % adicional aduce «no tener tiempo u ocasión». Los hombres no-lectores se muestran más explícitos en confesar su no gusto por esas lecturas (37 %) frente a las mujeres (26 %), que se justifican por otras razones-disculpas. Es alentador contrastar que al ir avanzando en la edad, aun dentro del período de juventud que comentamos, la razón de «no gustar leer» va perdiendo fuerza, y aumenta el porcentaje de los jóvenes que dicen «preferir otras lecturas», lo que puede también detectarse, lógicamente, al ir avanzando en el nivel de estudio. Los jóvenes católicos no-practicantes y los que se autocalifican como indiferentes afirman en mayor porcentaje que «no les gusta leer», mientras son los católicos muy o no muy practicantes los que en mayor porcentaje (aproximadamente, 40 %) parecen esgrimir evasivas de no tener «tiempo u ocasión» para leer. Los jóvenes de extrema izquierda y centro-derecha son los que afirman más claramente su no gusto por la lectura de literatura juvenil, aunque tampoco se muestran inclinados a otro

TABLA 15

Porcentaje de jóvenes que dicen haber leído algo de literatura juvenil, según distintas variables (sexo, edad, nivel de estudios, autopoicionamientos religioso y político, clase social ocupacional y calidad de liderazgo)

	Si	No	NS/NC
Total	48	51	1
• Sexo			
Hombre	45	54	1
Mujer	51	47	2
• Edad			
15-17	52	47	1
18-20	46	53	2
21-24	47	52	1
• Nivel de estudios			
Primarios (EGB-FP)	42	56	2
Secundarios (BUP-COU)	56	43	1
1.º ciclo universitario	52	47	1
2.º ciclo universitario	61	38	2
• Autopoicionamiento religioso			
Católico muy practicante	50	49	1
Católico no muy practicante	48	50	1
Católico no practicante	46	53	1
Indiferente	48	50	2
Ateo	50	48	2
• Autopoicionamiento político			
Extrema izquierda	50	49	1
Izquierda	50	48	2
Centro-izquierda	49	50	1
Centro-derecha	46	53	1
Derecha	51	48	2
Extrema derecha	45	53	1
• Clase social (ocupacional)			
Alta/Media-alta	53	46	2
Media	50	49	1
Baja	45	54	1
• Liderazgo			
Muy débil	43	56	1
Débil	47	52	1
Normal	48	50	1
Fuerte	49	50	1
Muy fuerte	50	48	2

TABLA 16

Motivos por los que algunos jóvenes dicen no leer literatura juvenil, según diferentes variables

	<i>Sexo</i>			<i>Edad</i>		
	Total	Hombre	Mujer	15-17	18-20	21-24
No le gusta leer	32	37	26	40	32	25
No tiene tiempo	18	16	20	14	17	20
No tuvo ocasión	18	15	21	21	16	17
Prefiere otras lecturas	27	27	28	18	32	31
Otras razones	0	0	0	0	0	0
NS/NC	6	5	7	8	4	6

	<i>Nivel de estudios</i>				<i>Autoposicionamiento religioso</i>				
	Primarios	Secundarios	1.º ciclo univ.	2.º ciclo univ.	Catól. muy pract.	Catól. no muy pract.	Catól. no pract.	Indiferente	Ateo
No le gusta leer	33	31	24	16	29	27	36	36	30
No tiene tiempo	14	12	14	13	15	19	20	14	16
No tuvo ocasión	23	20	17	16	25	22	13	18	11
Prefiere otras lecturas	22	30	45	53	27	27	26	26	39
Otras razones	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	8	6	3	5	6	6	6	7	6

	<i>Autoposicionamiento político</i>					
	Extr. izda.	Izda.	Centro izda.	Centro dcha.	Dcha.	Extr. dcha.
No le gusta leer	36	29	31	33	28	28
No tiene tiempo	12	18	19	19	21	15
No tuvo ocasión	13	22	14	18	18	17
Prefiere otras lecturas	31	25	31	25	30	32
Otras razones	0	0	0	0	0	0
NS/NC	9	7	5	5	6	8

	<i>Clase social</i>				<i>Liderazgo</i>			
	Alta/Media alta	Media	Baja	Muy débil	Débil	Normal	Fuerte	Muy fuerte
No le gusta leer	26	28	36	33	32	30	33	32
No tiene tiempo	12	19	19	14	15	20	18	18
No tuvo ocasión	20	19	16	22	20	16	18	16
Prefiere otras lecturas	39	29	23	25	27	28	28	25
Otras razones	0	0	0	0	0	0	0	0
NS/NC	4	6	7	8	7	6	3	10

tipo de lecturas. La clase social sí parece influir en los razonamientos esgrimidos para no leer esos libros. Según baja el nivel de la clase social, se muestra menos

gusto por leer, y al ascender la clase social de los jóvenes hay un deslizamiento claro a preferir otras lecturas que las propiamente juveniles. (Ver *Tabla 16.*)

Otra aproximación a este tema nos la aporta el dinero que se emplea en la compra de libros. Aproximadamente, uno de cada tres jóvenes no gasta nada en todo el año en libros; es decir, no compra un solo ejemplar. Sin embargo, también se constata que un 51 % de jóvenes emplea entre dos y cinco mil pesetas al año en esos libros de literatura. Aun un 8 % de los jóvenes gasta más de 5.000 pesetas anuales en eso. Como media, podemos calcular unas 5.000 pesetas al año en la adquisición de libros. Suponiendo un coste medio de 1.100 pesetas por volumen, resulta que, en conjunto, los jóvenes españoles adquieren unos cinco libros por año. Económicamente, los hombres dicen gastar más que las mujeres, aunque, como hemos señalado anteriormente, estas jóvenes dicen leer más que los chicos. Quizá los libros llegan a ellas por vías diferentes de la compra directa y personal, o bien es que adquieren libros más sencillos, más baratos. Lo mismo puede ocurrir entre los que se autopoicionan como católicos muy practicantes, que dicen gastar menos, pero leer más que los no practicantes. Son más coherentes los resultados de «lectura» y «gastos» según edades y nivel de estudios. En estos casos leen más y gastan más dinero en la compra de libros los menos jóvenes y los de niveles de enseñanza más altos. Las clases más altas, coherentemente con lo indi-

Elaboración propia

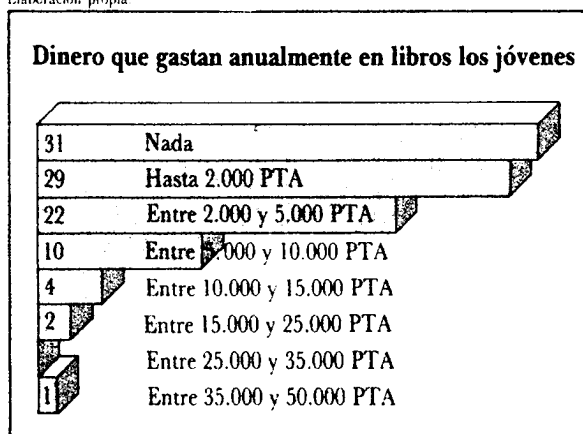


TABLA 17

Media de pesetas en años y meses que gastan en libros los jóvenes, según distintas variables (sexo, edad, nivel de estudios, autopoicionamientos religioso y político, clase social ocupacional y calidad de liderazgo)

	Ptas/año	Ptas/mes
Total	5.480	457
● <i>Sexo</i>		
Hombre	5.730	477
Mujer	5.250	437
● <i>Edad</i>		
15-17	4.230	352
18-20	5.680	473
21-24	6.400	533
● <i>Nivel de estudios</i>		
Primarios (EGB-FP)	4.020	335
Secundarios (BUP-COU)	4.840	403
1.º ciclo universitario	5.730	477
2.º ciclo universitario	7.980	655
● <i>Autopoicionamiento religioso</i>		
Católico muy practicante	4.710	392
Católico no muy practicante	4.950	412
Católico no practicante	5.390	494
Indiferente	6.480	540
Ateo	7.410	617
● <i>Autopoicionamiento político</i>		
Extrema izquierda	6.880	573
Izquierda	5.990	499
Centro izquierda	4.720	393
Centro derecha	5.080	423
Derecha	5.520	460
Extrema derecha	6.360	530
● <i>Clase social (ocupacional)</i>		
Alta/Media-alta	6.010	500
Media	5.670	472
Baja	5.090	424
● <i>Liderazgo</i>		
Muy débil	4.880	407
Débil	5.320	443
Normal	5.120	427
Fuerte	5.880	490
Muy fuerte	6.760	563

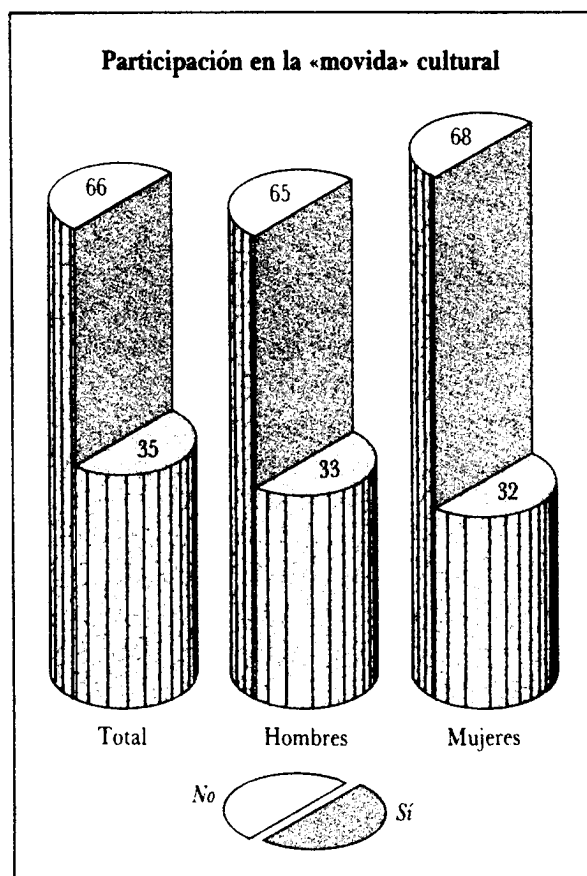
cado antes, gastan más en libros, y algo semejante ocurre en los jóvenes que muestran un perfil de liderazgo más fuerte.

En conjunto, pues, no puede afirmarse que nuestros jóvenes lean mucho. De hecho, casi la mitad dice no hacerlo, y de la motivación se deduce que incluso a una buena parte no le gusta leer una literatura propia para ellos. Es, sin embargo, esperanzador que al elevar su nivel de estudios y al avanzar en edad esa afición a la lectura, sea o no juvenil, se va incrementando. El nivel de respuesta juvenil a la oferta cultural adulta concretada en una literatura para ellos no es alto; es más bien mediocre.

Participación y «movida» cultural

En los últimos años se ha ofertado a los jóvenes un tipo peculiar de actos que, en general, denominaremos culturales. Nos referimos a la llamada «movida cultural». Encuadrar lo que es la «movida» exige señalar brevemente la oposición entre las corrientes culturales «moderna» y «postmoderna». El mismo concepto de «postmodernidad» es difícil de definir en sí mismo. No es éste el lugar para entrar a fondo en la polémica que ha envuelto a muchos intelectuales. Nuestro fin aquí se limita a señalar lo que podemos entender como «postmodernidad» para poder analizar, a continuación, las respuestas de nuestros jóvenes respecto al fenómeno de la «movida» cultural.

La llamada «postmodernidad» es una corriente socio-cultural que desde el campo de la estética, el diseño y la arquitectura, aparece, hacia 1960, como reacción frente al movimiento cultural conocido como Ilustración. Nace, pues, frente a la época «moderna» basada en la «razón» positiva ilustrada, que había forjado una civilización industrial, poco humana, arrinconadora de dimensiones subjetivas,



Fuente: Tabla 21.

en un pretencioso intento de instalar lo «objetivo» como lo válido.

La «postmodernidad» nace así con una acentuada vocación de crítica¹⁹ hacia la modernidad, a la que achaca:

- Su fe en un tipo de «razón» y un modo de razonar único.
- Su pretensión de plantear teorías unitarias de todo lo existente.
- Su creencia de que hay grandes y válidas visiones del mundo o cosmovisiones generales.

¹⁹ LYOTARD, J. F.: *La condición postmoderna*, Cátedra, Madrid, 1984; BAUDRILLARD, J.: *Las estrategias fatales*, Barcelona, 1984; WELLMER, A.: *La dialéctica de modernidad-postmodernidad*, Debats 14, 1985; BERSTEIN, R. J.: *Habermans and Modernity*, Polity Press, Oxford, 1985; RORTY, R.: *Habermans and Lyotard on Postmodernity*, Praxis Int., vol. 4, 1984; BERGER, P.: *Facing up to Modernity*, Basic Books, New York, 1977; CASTRILLO, M.ª D.: *Sobre estética y postmodernidad*, Rev. «Leviatán», n.º 21, 1985; VATTIMO, G.: *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*, Gedisa, Barcelona, 1986; MARDONES, J. M.ª: *Un debate sobre la sociedad actual. Modernidad-postmodernidad*, Razón y Fe, octubre 1986.

- Su afirmación sobre la existencia de unidad, estabilidad y coherencia.
- Su convencimiento de la supremacía de lo «objetivo».
- Su sentido de una historia humana ascendente, lineal.
- Su idealización de una ciencia, solucionadora universal de todos los problemas y dadora de una felicidad al conjunto de los humanos, que se prolongará en las sociedades postindustriales.

Frente a esas pretensiones del mundo «moderno», la «postmodernidad» afirma el fracaso de ese mundo y del modo de vida que la modernidad ha impuesto a la sociedad, porque las pretensiones de la modernidad han producido unos resultados negativos para el propio hombre moderno, tales como:

- La pérdida de su identidad e individualidad.
- El sumergirle en un caos ético, en la manipulación de lo político-económico.
- El desencantamiento más radical a que ha llegado el mundo actual.
- La anulación de los marcos referenciales de sentido en el plano cognitivo.
- El hecho de dejar a la persona humana errática, fragmentada en saberes menores e incapaz de comprender lo cotidiano.
- La utilización de unas técnicas de comunicación que aíslan, insolidarizan y que impiden el que se pueda construir historia real.

Por ello, la «postmodernidad» afirma que:

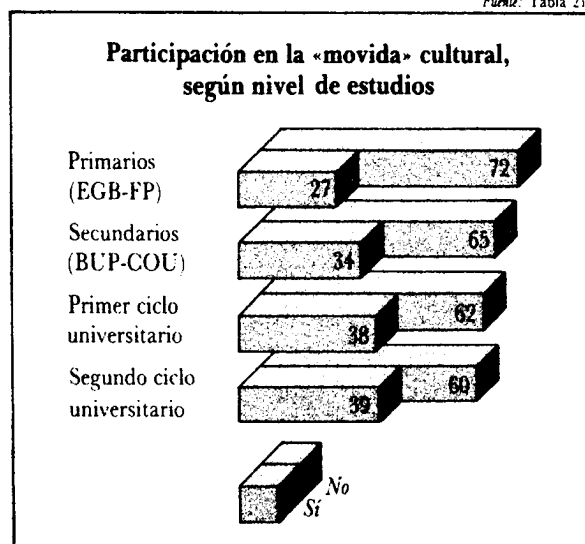
- La historia ha perdido su sentido, «nos hemos salido de la historia», entendiendo por tal que, al no existir marcos referenciales, lo que vemos, oímos y experimentamos se queda en un vacío que no encuadramos. Los hechos que nos importan no tienen más sentido que su inmediatez, y por tanto no tenemos verdadera capacidad para comprender lo esencial de lo que actualmente sucede. La historia ha sido aumentada, pero lo que quizá es peor es que

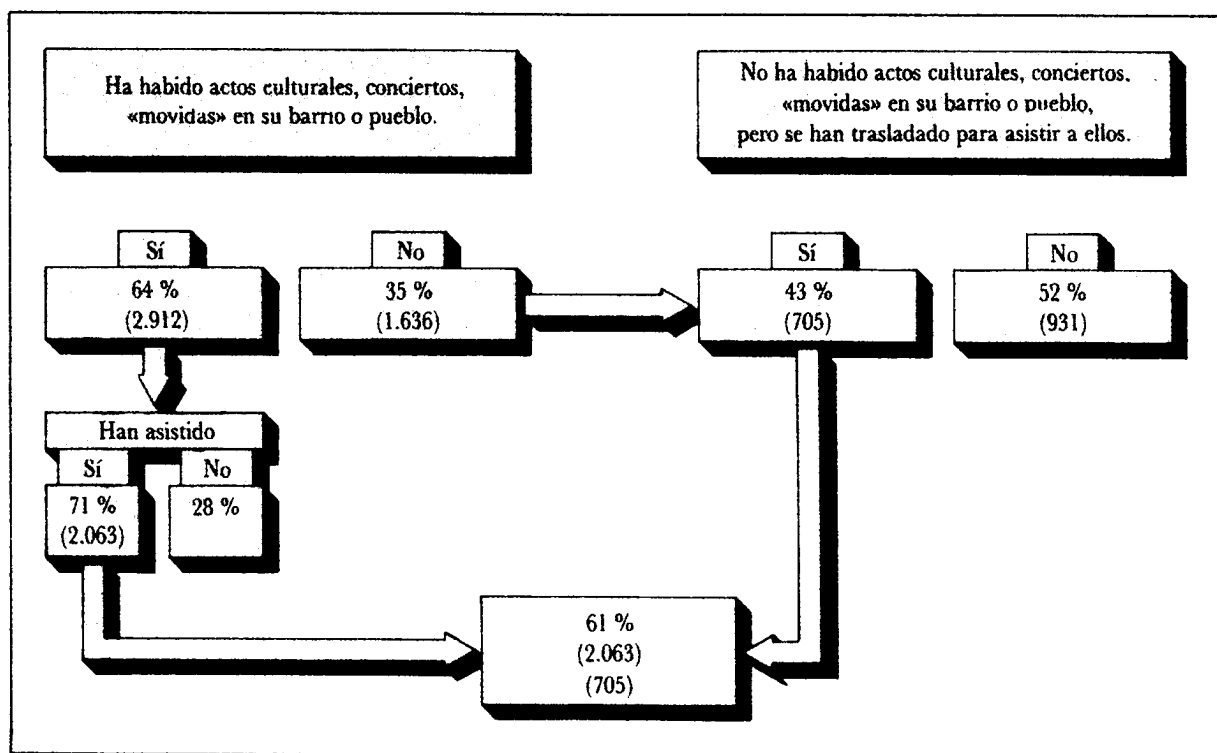
no puede hoy elaborarse. Ni entendemos históricamente nuestro presente ni hemos sido capaces de retener significativamente nuestro pasado.

— El pensamiento actual se encuentra fragmentado, localizada su validez relativa a espacios y tiempos concretos, pluralizado. Ese pluralismo se extiende a un lenguaje con características de equivocaciones. La comunicación con sus técnicas ha convertido todo en una «simulación en imágenes». Con la incorporación rápida de los procesos informáticos se acelera aún más un proceso de entender cada vez menos lo que real y sustancialmente está ocurriendo en el mundo actual. Nos saturan de noticias, pero, a la vez, se nos ha incapacitado para asimilarlas en contextos ideativos que nos las hagan comprensibles. Los fenómenos permanecen en una mera y agobiante exposición, y no pasan de ser mera anécdota, lo que contribuye a la destrucción también de una historia real y válida.

— La persona humana ha sido desposeída de su individualidad, abandonada a un erratismo no significativo, desidentificada en un mundo sin vertebración. Es una persona sin futuro detectable, con espacios vitales reducidos, diferenciados y distanciados, casi imposibles de integrar personalmente. Así, el individualismo y el puro presentismo, el uso y «aprovechamiento»

Fuente: Tabla 21.





Elaboración propia. (Cfr. tablas 18-20).

del momento presente, es lo que nos resta. Pasado y futuro han sido anulados por esa civilización moderna. Sólo el presente tiene identidad y puede vivirse por la actual persona humana.

— El modernismo intentó hacernos creer que la unidad de saberes e interpretaciones y la objetividad existían, o, por lo menos, que eran logrables. Para el postmodernismo no existen ni pueden alcanzarse. No hay, pues, identidad, ni unidad cultural posible, y el mito de la objetividad ha caducado. Estamos situados en un cierto desconcierto no sólo estético, sino ético y socio-político.

Ante todo ello, el «postmodernismo» no postula la búsqueda de una nueva unidad, ni la creación de nuevos dioses seculares. Postula, y en mi opinión es lo más original de la postmodernidad, que no sólo aceptemos todo lo anterior, ni que lo añoremos con «lloros» intelectuales, sino que saludemos como algo positivo la crisis, decadencia y desaparición de la «razón ilustrada», el desconcierto

estético-ético actual y el peso de una historia posible.

Por ello, lo que el «postmodernismo» ofrece es:

- Instalarse en lo efímero ²⁰.
- Situarse en un presente perpetuo, realidad única vivible.
- Ubicarse en un cambio constante.
- Reivindicar el disenso, marginando el consenso.
- Posicionarse en lo inestable como lo normal; no considerar lo transitorio como tal, sino como lo habitual y real.
- Utilizar como regla el pragmatismo del momento, sólo vigente y válido en contextos local y temporalmente concretos.
- Usar, frente a lo racional, la imaginación, la inventiva, lo emocional.
- Hacer prevalecer la subjetividad presente ante una objetividad pretendida.
- Olvidar un tanto la técnica; el placer procederá de uno mismo.

²⁰ Ver Anna PORTOGHESE: *Catturati dall'effimero?*: *Convegno giovanile alla Cittadella di Assisi*, en «Rocca», 1 marzo 1988.

— No pretender «unidades» caducas, vi-
viendo pluralidades vigentes.

— Identificar lo cultural con pluralidad
inabarcable.

— Sustituir lo lógico y racional por lo vi-
tal, lo existencial del presente identificado
como única realidad usable ²¹.

Lo que presenta el «postmodernismo»
es una alternativa cualitativamente dife-
rente al sustrato, formas y estilos vitales
del «modernismo» razonable, sistemático
y lógico, en su acepción del término, y
hacer esto sin dramatismos, lágrimas o
añoranzas por lo que fue. Intenta una
aceptación positiva y lúdica de lo que se
da, sin más pretensiones, lo que ya es
una pretensión difícil. El «postmodernis-
mo» es la base «intelectiva» de lo que es
la «movida». Mientras que la «movida»
es la traducción municipal del postmo-
dernismo, para consumo de gente adscri-
ta. Un escritor, conocedor de esos contex-
tos, lo expresa así en su *Guía de la Post-
modernidad*:

He aquí los detalles exactos, que dijo
Stendhal. Vamos a fijar de una vez por
todas los límites y perfiles de la postmo-
dernidad respecto de otros movimientos
coetáneos. ¿Qué tiene que ver, por ejem-
plo, la postmodernidad con la movida?

Digamos, como diría mi admirado y
querido Areilza, que la postmodernidad es
le gratin gratiné de la movida. La movida
de oro. La movida que se mueve por arri-
ba. La postmodernidad es la movida cul-
tural, mientras que el resto es la movida
municipal. La postmodernidad justifica la
movida, la explica, la redime ²².

Nuestra pregunta, o serie de preguntas,
intenta averiguar si los jóvenes españoles
conocen «esos actos culturales», si parti-
cipan en las «movidas» que se montan

para ellos. En la medida que conozcamos
esos datos podremos intentar saber algo
de «hacia dónde» y «en qué» se procura,
desde diversas instancias adultas, orien-
tar, aparcar o entretener a la juventud.
Esta oferta cultural ²³ de los adultos pro-
liferó en los últimos años. Lo que no sa-
bíamos es en qué medida fue seguida y
afectó a los jóvenes españoles.

Por los datos obtenidos, puede compro-
barse que la oferta de actos culturales,
conciertos, movidas, etc., organizados en
los barrios de las ciudades o en los pue-
blos, ha sido relativamente amplia: el
64 % de los jóvenes afirman que sí las
hubo en su localidad. Así pues, en dos de
cada tres lugares, más o menos, se ofre-
cieron los actos que comentamos (ver en
Anexo el texto exacto de las preguntas del
cuestionario). De los jóvenes de los luga-
res donde se organizaron esos actos, una
gran mayoría (71 %) ha asistido a alguno
de ellos. Por otra parte, en las ciudades
(barrios) o pueblos donde no hubo esos
actos, conciertos, movidas, una buena
parte de los jóvenes residentes dice ha-
berse trasladado a otros lugares para
asistir a esos festejos (43 %). En conjun-
to, podemos decir que alrededor de un
61 % de los jóvenes españoles ha parti-
cipado en algún acto cultural, concierto o
movida de los que se han ofertado. El
grado de asistencia indica, al menos, una
aceptación relativamente importante y un
interés de la juventud por esas manifes-
taciones (muchas de ellas típicas de la
mentalidad postmoderna que ya hemos
señalado anteriormente).

Dentro del conjunto mayoritario de jó-
venes asistentes a esos actos, su perfil se
puede caracterizar por lo siguiente: son
indistintamente chicos y chicas. No hay
diferencia por sexos. Entre los asistentes

²¹ MONTESPERELLI, P.: *In cima alla Torre di Babele*, en «Rocca»,
1 marzo 1988, pág. 27; GARELLI, F.: *La forma. La firma e i
miti appariscenti*, en «Rocca», 1 marzo 1988.

²² UMBRAL, F.: *Guía de la postmodernidad*. Ed. Temas de Hoy,
Colec. Papagallo, Madrid, 1987, págs. 37-39.

²³ Ver, por ejemplo, *Ya*, 21 octubre 1988, V Semana de la
Juventud; Ver CARO BAROJA, J.: *La politización de las fiestas*.
«Blanco y Negro».

son los «más jóvenes de los jóvenes» los que, en alguna medida, mayormente asisten y, a medida que ascienden en su nivel de estudios, participan algo menos. Los católicos no muy o no practicantes tienden menos a asistir. Finalmente, la concurrencia es mayor entre los jóvenes que se autocalifican de clase baja. (Ver *Tabla 18.*)

El hecho de desplazarse desde otro lugar para asistir a actos de este tipo puede indicarnos, aparte del interés, una cierta tendencia para completar el perfil del público asistente. Los jóvenes de 15 a 17 años, los que están cursando estudios primarios, son los que menos se han desplazado para oír o participar en los actos culturales señalados. Resulta claro que la edad y la mayor dependencia familiar han podido ser razones de ese hecho. Llama más la atención el que, al descender el nivel religioso, la tendencia a asistir aumenta, a pesar de la incomodidad mayor de trasladarse de lugar.

Los ateos (55 %) y los autopoicionados en la extrema izquierda (54 %) son también más proclives a asistir, a pesar de tener que trasladarse. (Ver *Tabla 19.*)

La frecuencia de asistencia a esos actos culturales, conciertos, movidas, etc., permite determinar también algo acerca del grado de aceptación, así como diferenciar algún grupo. La mayoría de los jóvenes que asisten a actos organizados por ayuntamientos o autonomías dicen hacerlo a «algunos» (46 %), a «pocos» (18 %), y parece haber un grupo de acto-adictos que van a «muchos»: son los *fans* asistentes fijos, y representan una minoría, pero bastante significativa, del 11 %.

Suelen asistir con más frecuencia los chicos que las chicas, y aumenta algo la asistencia a partir de los 18 años, edad en que se suele pasar del instituto o colegio a la universidad, en el caso de los estudiantes. Esta tendencia se afirma porque también, a medida que se asciende

TABLA 18

Asistencia de los jóvenes a actos culturales del Ayuntamiento según variables de sexo, edad, nivel de estudios, autopoicionamientos religioso y político, clase social ocupacional y calidad de liderazgo

	Sí	No	NS/NC	Total
Total	71	28	1	2.912
● <i>Sexo</i>				
Hombre	72	27	1	1.509
Mujer	70	29	1	1.403
● <i>Edad</i>				
15-17	74	25	2	969
18-20	72	27	1	853
21-24	68	31	1	1.090
18-24	69	29	1	1.943
● <i>Nivel de estudios</i>				
Primarios (EGB-FP)	73	25	2	245
Secundarios (BUP-COU)	72	26	1	1.014
1.º ciclo universitario	66	34	0	159
2.º ciclo universitario	66	32	2	548
● <i>Autopoicionamiento religioso</i>				
Católico muy practicante	75	23	1	553
Católico no muy practicante	68	31	2	766
Católico no practicante	69	30	1	811
Indiferente	72	27	1	560
Ateo	76	24	0	183
● <i>Autopoicionamiento político</i>				
Extrema izquierda	69	28	3	274
Izquierda	73	25	2	396
Centro-izquierda	73	26	2	392
Centro-derecha	71	28	1	822
Derecha	68	31	1	494
Extrema derecha	67	33	1	206
● <i>Clase social ocupacional</i>				
Alta/Media-alta	67	32	1	510
Media	69	30	1	1.046
Baja	74	25	2	1.357
● <i>Liderazgo</i>				
Muy débil	71	27	2	202
Débil	72	27	1	665
Normal	70	28	1	1.079
Fuerte	70	29	2	688
Muy fuerte	71	27	1	279

TABLA 19

Asistencia por los jóvenes a actos culturales no organizados por el Ayuntamiento según distintas variables (sexo, edad, etc.)

	Sí	No	NS/NC	Total
Total	43	52	5	1.613
● <i>Sexo</i>				
Hombre	44	51	4	784
Mujer	42	52	6	829
● <i>Edad</i>				
15-17	37	57	6	492
18-20	46	49	4	512
21-24	46	49	5	609
18-24	46	49	5	1.121
● <i>Nivel de estudios</i>				
Primarios (EGB-FP)	33	61	6	119
Secundarios (BUP-COU)	46	49	5	493
1.º ciclo universitario	47	44	9	109
2.º ciclo universitario	60	39	1	180
● <i>Autoposicionamiento religioso</i>				
Católico muy practicante	37	57	6	310
Católico no muy practicante	40	56	4	400
Católico no practicante	46	50	4	515
Indiferente	46	46	8	274
Ateo	55	42	2	95
● <i>Autoposicionamiento político</i>				
Extrema izquierda	54	45	2	149
Izquierda	42	51	7	197
Centro-izquierda	43	51	6	218
Centro-derecha	43	54	3	405
Derecha	44	48	8	252
Extrema derecha	43	56	1	148
● <i>Clase social ocupacional</i>				
Alta/Media-alta	44	54	2	239
Media	47	50	4	549
Baja	41	52	7	825
● <i>Liderazgo</i>				
Muy débil	37	60	3	149
Débil	43	52	5	379
Normal	44	50	5	611
Fuerte	43	52	5	348
Muy fuerte	45	49	6	127

en el nivel de estudios, aumenta la asiduidad a esos actos, siendo los universitarios los que más veces lo hacen. Parece, pues, que los «más jóvenes» han asistido más (ver *Tabla 18*), pero menos veces, con menor frecuencia que los jóvenes mayores y con mayor nivel de estudios. Habría un cierto número de jóvenes que prueban esa experiencia, que no quieren perderse conocer «eso», pero luego van poco: no repiten. Por el contrario, a una mayoría, según avanza en edad y estudios, sí parece haberle interesado más y repite, asistiendo «muchas veces». (Ver *Tabla 19*.) Son los autocalificados de indiferentes o ateos los jóvenes que asisten en mayor proporción y los que lo hacen con más frecuencia.

Algo semejante ocurre según el autoposicionamiento político. Los jóvenes de extrema izquierda son los más asiduos, los que con mayor frecuencia asisten. Bajando en el espectro de izquierda a derecha, disminuye la frecuencia de asistencia. La clase social marca ligeramente también la frecuencia: asisten más veces los de clase alta y menos los de clase baja. Esos festejos socio-culturales parecen interesar a jóvenes con medios o con fuertes tipos de liderazgo, a juzgar por la frecuencia de asistencia. Como era de esperar, por las características ya apuntadas, son los jóvenes que hemos llamado *simbolistas* y *libredisfrutadores* los que ofrecen mayor índice de frecuencia de asistencia, los más asiduos, junto a los *logromotivados*. (Ver *Tabla 20*.)

El enunciado de las preguntas hechas a los jóvenes sobre el tema que ahora comentamos incluía explícitamente un conjunto de cosas tales como «actos culturales, conciertos, movidas, etc.». Ciertamente, no todas ellas son del mismo tipo, ni pueden calibrarse igual, ni incluirse en lo que hemos descrito como «movida». La «movida» es algo inmerso en la cultura más netamente postmodernista y con

algunas características propias, que el escritor Francisco UMBRAL diferencia en su ya apuntada *Guía de la postmodernidad*:

La movida toma de la postmodernidad lo más superficial, algunas ropas chapadas y algunos locales. Pero la postmodernidad es una cosa de artistas e intelectuales; la movida es una cosa ultrasur, muy del Madrid periférico ²⁴.

Para tratar de conocer más directamente la aceptación de la «movida» como tal y la participación de los jóvenes en la misma, incluimos una pregunta en el cuestionario que explicitara la «participación» solamente en la «movida». En concreto, se expuso así la cuestión: «¿Has participado alguna vez en algo de lo que se ha dado en llamar la *movida* cultural?»

En conjunto, casi un tercio de los jóvenes españoles (31 %) ha participado en esa *movida*, traducción municipal de los postulados postmodernistas. El porcentaje es significativo, sobre todo si se considera que crece con la edad de los jóvenes y su nivel de estudios. Vemos que es más un fenómeno de indiferentes y ateos, de los jóvenes de extrema izquierda y algo menos de los de izquierda o centro izquierda y derecha; atrae de forma bastante similar a los jóvenes de cualquier clase social, aunque algo más a los de clase media, y más a los de capacidad de liderazgo normal o fuerte. Lógicamente, son los jóvenes que hemos llamado *simbolistas* (los nuevos *yuppies* celtibéricos) los que más participan, porcentualmente; más, incluso, que los *libredisfrutadores*. Curiosamente, un grupo que también se mueve bastante ahí son los *cooperadores*. (Ver *Tabla 21*.)

En conjunto, pues, la participación juvenil en la llamada «movida» es bastante significativa; acuden básicamente jóvenes de todas las clases, tipos y creencias religiosas o posiciones políticas, pero espe-

TABLA 20

Frecuencia de asistencia a actos culturales organizados por el Ayuntamiento (porcentajes)

	ASISTE A					
	Muchs	Aigs	Pocs	Ning	NS/NC	Ind
Total	11	46	18	23	2	47
● <i>Sexo</i>						
Hombre	13	45	17	22	2	49
Mujer	9	46	20	24	2	46
● <i>Edad</i>						
15-17	9	44	19	27	2	45
18-20	12	48	18	20	2	50
21-24	12	46	19	21	2	49
18-24	12	47	18	21	2	49
● <i>Nivel de estudios</i>						
Primarios (EGB-FP)	8	36	22	31	3	39
Secundarios (BUP-COU)	10	49	17	22	1	48
1.º ciclo universitario	13	49	22	15	1	53
2.º ciclo universitario	15	52	19	13	2	56
● <i>Autoposicionamiento religioso</i>						
Cat. muy practicante	7	46	21	24	2	45
Cat. no muy pract.	7	49	19	23	2	46
Cat. no practicante	11	44	19	25	2	47
Indiferente	16	46	15	21	2	52
Ateo	26	44	13	15	1	60
● <i>Autoposicionamiento político</i>						
Extrema izquierda	20	44	17	16	3	55
Izquierda	13	46	17	22	2	49
Centro-izquierda	12	48	15	22	2	49
Centro-derecha	9	45	22	22	2	46
Derecha	9	49	19	22	1	48
Extrema derecha	9	42	22	26	1	44
● <i>Clase social ocupacional</i>						
Alta/Media-alta	12	48	19	20	1	50
Media	11	48	19	21	1	49
Baja	11	43	18	26	3	46
● <i>Liderazgo</i>						
Muy débil	9	39	20	30	2	42
Débil	11	46	18	24	1	48
Normal	11	46	18	22	2	48
Fuerte	10	47	19	21	2	48
Muy fuerte	15	46	18	19	2	52
● <i>Tipos de jóvenes</i>						
Conformados						45
Segregacionistas						43
Cooperadores						48
Simbolistas						56
Libredisfrutadores						51
Utilitaristas						41
Pasivos						44
Logromotivados						50

²⁴ UMBRAL, F.: *Guía de la Postmodernidad*. Ed. Temas de Hoy, 1987. pág. 38.

cialmente son «festejos» socio-culturales propios, según participación, de los jóvenes «más mayores», menos creyentes, hombres, y de tendencias de izquierdas, con un carácter más bien fuerte de liderazgo. La oferta de los organismos diversos, ayuntamientos, autonomías, centros culturales o empresas privadas, etc., tiene una acogida entre la juventud relativamente extensa. El poso que todo ello deja con seguridad se va e irá notando en la configuración social. Hemos expuesto su contenido básico al señalar las características de la corriente «postcultural».

Dentro del panorama del nivel de cultura o, mejor, de los subconjuntos culturales vigentes hoy en España, hemos analizado algunas ofertas que parten del mundo de los adultos: instituciones dadoras de marcos ideativos de significado, medios culturales (libros-literatura juvenil y medios de comunicación) y, finalmente, los actos culturales, conciertos y la llamada «movida cultural». En general, los jóvenes, en un porcentaje relativamente alto, consideran poco las instituciones orientadoras de significados, y, cuando las tienen en cuenta, lo hacen además selectivamente, buscando en cada una (familia, centro de enseñanza, Iglesia) ideas o visiones sobre algún aspecto concreto. Recordemos que, aun dentro de ese distanciamiento, la familia es entre ellas la más seguida en general.

La respuesta de los jóvenes a la oferta de libros, de literatura para ellos, es bastante moderada: casi la mitad no leen, pero, aun así, consideramos que es relativamente importante, pues crece al crecer su edad, desplazándose esa tendencia hacia otro tipo de libros. En un país como España, que edita casi cuarenta mil títulos por año, de los que unos cinco mil, aproximadamente (14 % de la producción total), son para jóvenes, se lee poco. Las tiradas son escasas y se tarda años en venderlas, pese a que el mercado

TABLA 21

¿Has participado alguna vez en la movida cultural?

	Si	No	NS/NC	Total
Total	33	66	0	4.548
● <i>Sexo</i>				
Hombre	35	65	0	2.306
Mujer	32	68	0	2.242
● <i>Edad</i>				
15-17	30	70	0	1.469
18-20	33	66	0	1.373
21-24	36	64	0	1.706
18-24	35	65	0	3.079
● <i>Nivel de estudios</i>				
Primarios (EGB-PP)	27	72	0	365
Secundarios (BUP-COU)	34	65	0	1.514
1.º ciclo universitario	38	62	0	268
2.º ciclo universitario	39	60	0	548
● <i>Autoposicionamiento religioso</i>				
Católico muy practicante	29	70	1	866
Católico no muy practicante	31	68	0	1.170
Católico no practicante	31	68	0	1.330
Indiferente	39	61	0	839
Ateo	46	54	0	281
● <i>Autoposicionamiento político</i>				
Extrema izquierda	42	57	1	424
Izquierda	35	65	0	598
Centro izquierda	36	64	0	614
Centro derecha	30	69	1	1.233
Derecha	34	66	0	746
Extrema derecha	30	69	1	357
● <i>Clase social (ocupacional)</i>				
Alta/media alta	34	66	1	755
Media	36	63	0	1.600
Baja	31	69	0	2.193
● <i>Liderazgo</i>				
Muy débil	28	72	0	351
Débil	31	69	0	1.050
Normal	33	66	0	1.696
Fuerte	36	64	0	1.040
Muy fuerte	36	62	2	410
● <i>Tipos de jóvenes</i>				
Conformados	33	67	0	598
Segregacionistas	31	68	1	602
Cooperadores	36	64	1	446
Simbolistas	44	55	1	483
Libredisfrutadores	36	64	0	478
Utilitaristas	28	72	0	561
Pasivos	31	69	0	587
Logromotivados	30	69	0	794

iberoamericano también consume. Un índice de nuestra penuria global puede ser el número exiguo (0,35) de volúmenes por habitante de nuestras casi ocho mil (7.995) bibliotecas públicas (la UNESCO recomienda de dos a tres volúmenes como media ²⁵). En ese contexto, la respuesta de los jóvenes como lectores es moderada, pero esperanzadora.

Los actos o festejos culturales, conciertos, movidas, etc., que se han ofertado en los últimos años desde distintas instancias han contado con una presencia amplia de los jóvenes, en conjunto. La participación en la llamada «movida» es significativa.

Todo ello nos dibuja el perfil de una juventud un tanto autoorientadora, en una sociedad plural, poco vertebrada y culturalmente confusa. Incipientes lectores de libros, los jóvenes encuentran en los amigos y los medios de comunicación sus referencias más importantes para la orientación de sus ideas, de sus visiones del mundo y de sus actitudes cotidianas. A nuestra juventud le gustan los festejos socio-culturales, e incluso una parte de ella está sumergida en las tendencias postmodernistas de situarse en lo lúdico y lo efímero «normalmente». En algunos aspectos superan el nivel cultural de los adultos (posiblemente leen más que éstos); en otros, consideran poco a ese mundo adulto como fuente orientadora-ideativa. Finalmente, en otros aspectos, reflejan o se dejan llevar por lo mismo que hay, culturalmente, en el mundo adulto. Hay grupos o tipos de jóvenes que se acercan o separan más o menos de las pautas generales señaladas. Hay una clara heterodirección en estos jóvenes '89 según sus estilos vitales, como indicara ya hace años David RIESMAN ²⁶. La

imagen global es la de unos jóvenes un tanto solitarios, plurales, desconcertados, buscadores individuales, con algunos aspectos positivos; en el plano cultural, no muy diferentes de los adultos y en buena parte «productos» lógicos de ese mundo cultural «de los mayores». En ese sentido hay que aceptar, en nuestra opinión, que la mentalidad cultural de los jóvenes de hoy «no puede buscarse únicamente en la fermentación biológica» de ese estadio del desarrollo humano. Es un fruto socialmente representativo de la globalidad socio-cultural vigente en nuestro país.

3 *Estilos y sensibilidades sociales*

3.1 *Contexto ambiental*

En las sociedades europeas, en general, y en la nuestra, en particular, cada vez se va reflejando más una pauta socio-cultural de interés social: se separa lo individual y lo familiar de lo colectivo y lo público. Interesa menos lo que ocurre «al conjunto» que lo que me pasa «a mí» o a «los míos». No se busca la realización personal por la vía de conseguirlo en unión con algún colectivo; cada uno o cada «grupo familiar» intenta por sí mismo su propio acomodo. La decepción en la búsqueda de metas colectivas se ha ido acentuando y ha ido creciendo el deseo de autonomía personal frente al interés común. Posiblemente, esto refleja una frustración de las esperanzas que se habían puesto en entes, metas o actuaciones públicos. Es posible causa, también, de un pragmatismo individualista que se traduce en una mayor insolidaridad social, en una tendencia a la indiferencia por lo «común-público» y a una mayor acomodo

²⁵ *Directorio de Bibliotecas Españolas*. Centro de Coordinación Bibliotecario, Ministerio de Cultura. Ver *ABC*, 23 febrero 1989.

²⁶ RIESMAN, D.: *The College Student in an Age of Organization*, en «The Dilemma of Organizational Society», E. P. Dutton & Co., 1963.

dación social a lo que «de hecho» ocurre, aunque no guste éticamente. La reducción de utopías colectivas ha ido acompañada de una atracción menor por los proyectos comunes y por ello se reduce, en general, la contestación juvenil, que sólo se produce en puntos concretos, los cuales se detectan cuando afectan a lo individual y sin que, en ese caso, vaya acompañado de un compromiso colectivo más amplio. No ha bajado el nivel de violencia o irritación frente a algunas cosas; lo que ocurre es que se cree menos en la «vía de lo colectivo» para conseguir lo que se desea. Por ello, el familismo, o acomodación del individuo a la familia, se acentúa; por esto, cada grupo familiar busca por sí mismo su acomodo económico, social y de otro tipo. Es más, dentro de la propia familia, cada persona se aloja en su peculiar «hábitat» personal, se procura su confort individual y autonomiza sus personales comportamientos, procurando no romper el contexto familiar, lo que hace crecer la tolerancia convivencial, aunque no la coincidencia ideológica.

Esa separación entre lo individual-familiar y el mundo colectivo público lleva a muchas familias a pensar que el contexto donde se «mueven sus hijos» es uno, el que ellos piensan como válido o «no contaminado», sin prestar importancia al contexto juvenil general. Critican y rechazan un mundo donde los jóvenes «dicen que andan», pero no les preocupa realmente, porque piensan que «los suyos» no se mueven ahí. Sólo cuando el contexto colectivo juvenil les afecta en alguna medida (drogas, embarazo de una menor, etc.) es cuando, con una mezcla de perplejidad e irritación, caen en la cuenta de que «los suyos» forman parte del contexto general. Muchos grupos familiares viven esperanzados en que no les afecte nunca lo «malo» que sucede «fuera», y que sus hijos sean lo suficiente-

mente listos, cautos o buenas personas como para sortear esos peligros.

Analizar ese contexto externo, explicar en qué medida lo perciben y conocen los propios jóvenes, puede ayudarnos a identificar esa situación y, en cierta medida, ayuda a las familias a que no acentúen esa confianza entre lo que les pasa a ellos y lo que hay «fuera». Determinar la pluralidad de factores que configuran el contexto social de los jóvenes españoles sería muy amplio, y quizá de la lectura completa de todo este libro sobre los jóvenes españoles de hoy se pueda deducir gran parte del mismo. Ahora vamos simplemente a exponer tres factores de ese contexto juvenil según lo ven los propios jóvenes.

En primer lugar, una fuerte mayoría de jóvenes (71 %) conoce a alguna menor que ha tenido un hijo. Por otra parte, casi la mitad de ellos (45 %) tiene algún amigo o conocido «enganchado a la droga», y un buen porcentaje (62 %) de los jóvenes tiene algún amigo conocido «bebedor habitual».

El contexto normal de movilidad social de los jóvenes cuenta, por tanto, con hechos que ellos conocen. Posiblemente muchas familias no desconocen tampoco la existencia de estos fenómenos, pero parecen querer ignorar que afecten, en alguna medida, a los suyos. La percepción y el nivel de conocimiento de hechos como los indicados (droga, embarazo de menores y bebida excesiva) son mayores a medida que sube la edad de los jóvenes y su nivel de estudios. La postura religiosa no varía sensiblemente la percepción de esos factores que configuran, en parte, el *locus* vivencial de los jóvenes. Los que se definen como «católicos muy practicantes» son los que menos conocen o se relacionan con amigos-conocidos en esas situaciones. Posiblemente, este grupo vive en unos contextos sociales más reducidos y protegidos; puede que sus propias convicciones

les hagan apartarse de un contexto juvenil más general, pero aun en este caso (66 %) el grupo de «muy practicantes» también se incluyen en el clima general. Dentro de ese ámbito, los jóvenes con posiciones políticas de izquierda, algo menos los de centro (izquierda-derecha) y menos los de derecha, conocen o tienen amigos drogadictos, bebedores habituales o menores embarazadas. Los jóvenes de clase social más hacia la baja y hacia tipos de liderazgo más fuerte elevan su conocimiento y pertenencia al ambiente en donde existen los hechos indicados. Son los jóvenes *simbolistas* y los *libredisfrutadores* los que cuadran con sus características descritas: afirman tener más amigos bebedores habituales, drogadictos y conocen en mayor proporción a menores embarazadas. La realidad del contexto juvenil no es el desconocimiento de hechos que ocurren. El ambiente lo conocen y el tipo y estilo de vida de los jóvenes afectan a su mayor o menor conocimiento o inmersión en este ambiente. (Ver *Tabla 22*.) Las familias, quieran o no, deben contar con ese ámbito exterior, considerando que el grupo de amigos tiene una fuerza importante como grupo orientativo y dador de significados, marcos referenciales para los jóvenes, y constituye una de las acciones (salir con amigos) que más los atraen.

Curiosamente, la percepción de esa situación conocida en el exterior puede ser también un motivo para que los propios jóvenes de hoy se muestren más estrictos que los de 1984 en cuanto a la moral sexual-familiar y en la aceptación del consumo de drogas. Se produce y se acentúa en los jóvenes una cierta dicotomía de valoración junto a un juego de doble estándar entre lo privado-familiar y lo colectivo-público: dan mayor importancia y son más rigoristas en la moral privada y familiar, que se refuerza y en la que se refugian, pero son más tolerantes con el contexto general, incluso conviven sin

TABLA 22

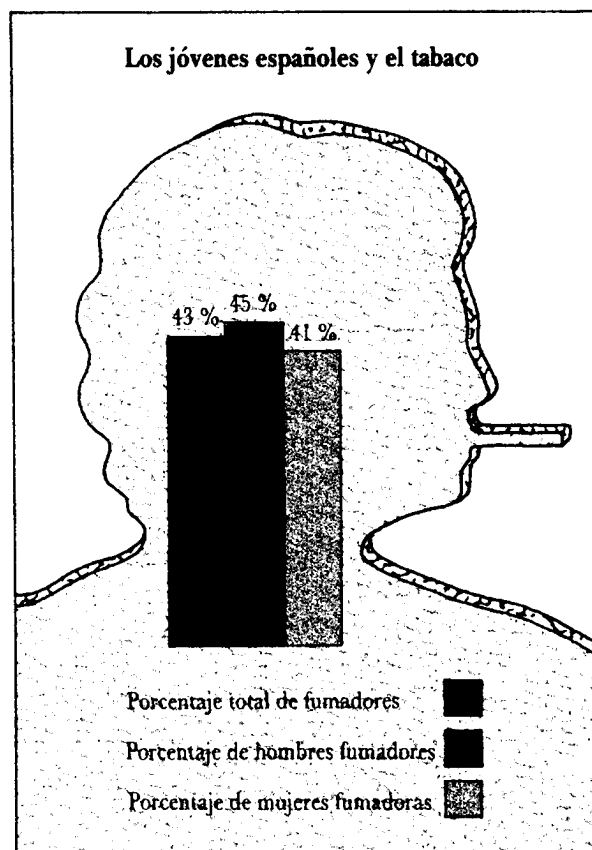
Contexto en que se mueven los jóvenes

	Conoce menor con hijo	Amigo enganchado a la droga	Amigo bebedor
Total	71	45	62
• Sexo			
Hombre	66	47	66
Mujer	75	43	57
• Edad			
15-17	59	34	53
18-20	76	48	63
21-24	77	52	68
18-24	76	50	66
• Nivel de estudios			
Primarios (EGB-PP)	60	40	55
Secundarios (BUP-COU)	63	36	55
1.º ciclo universitario	74	50	58
2.º ciclo universitario	73	44	64
• Autoposicionamiento religioso			
Cat. muy practicante	66	31	51
Cat. no muy pract.	71	42	58
Cat. no practicante	70	47	63
Indiferente	75	56	71
Ateo	73	55	75
• Autoposicionamiento político			
Extrema izquierda	78	54	70
Izquierda	75	54	70
Centro-izquierda	72	47	65
Centro-derecha	72	43	56
Derecha	69	38	56
Extrema derecha	65	37	60
• Clase social (ocupacional)			
Alta/Media-alta	69	42	61
Media	70	45	59
Baja	72	46	64
• Liderazgo			
Muy débil	68	47	60
Débil	70	42	58
Normal	70	45	62
Fuerte	72	46	65
Muy fuerte	75	51	63
• Tipos de jóvenes			
Conformados	72	35	58
Segregacionistas	65	45	60
Cooperadores	70	41	57
Simbolistas	74	55	73
Libredisfrutadores	75	54	69
Utilitaristas	70	46	60
Pasivos	71	44	63
Logromotivados	70	43	57

exigir una moral civil externa. También lo indicado puede reflejar, en alguna medida, el hecho de que los jóvenes del '89, comparados con los del '84, aumenten su confianza en los suyos, en lo cercano y lo familiar, e incrementen su desconfianza en los de «fuera», tiendan más a valorar aspectos de disciplina y muestren mayor grado de aceptación que en el año 1984 hacia lo «legal», hacia las leyes y las Fuerzas armadas. Todo ello parece apuntar a que la juventud actual va diferenciando más que hace años la esfera privada-familiar de la pública, demandando más estabilidad y moralidad en la primera y «desentendiéndose» un tanto de la segunda. Todo ello no les lleva a reducir el número de sus amigos, necesarios en las relaciones sociales, que cada vez valoran más. Los jóvenes sienten necesidad personal de comunicación con iguales, pero quizá mantienen entre ellos un nivel de compromiso menor, más *light*, más de «conocidos» y menos de ser amigos de fondo, pues la amistad profunda compromete más. Se multiplican las relaciones para rellenar ocios, vacíos y huecos convivenciales. Por ello se tienen más amigos y amigas y se valora mucho tratar con ellos y oírlos en aspectos de orientación personal. Al mismo tiempo, se comprometen menos en noviazgos y buscan el reducto familiar, más apreciado. El joven de hoy se asocia muy poco en instituciones de todo tipo, se compromete menos en las cosas públicas y en la política, y un gran número de jóvenes (44 %) se siente con frecuencia o a veces «solo».

La juventud en la vida cotidiana

Visto algo del contexto social en que se desenvuelve la juventud española actual, podemos cuestionarnos ahora qué hace, cómo se siente, cómo es en su vida cotidiana.



La juventud actual es, en conjunto, moderadamente fumadora. Parece que su interés por la salud, el querer mantenerse en forma y las sucesivas campañas anti-tabaco van moderando un cierto hedonismo en este aspecto. No fumar es un acto que parecen hacer por propia elección, dada la disponibilidad de adquisición del tabaco y su tolerancia social. Sólo el 43 % se declara «fumador habitual», creciendo el porcentaje con la edad, sin superar, en el caso de los «más mayores», el 56 % de ellos. Incluso al ir avanzando en su formación y nivel de estudios hay un cierto porcentaje de abandono del hábito del tabaco.

Son los menos religiosos y más de izquierda los más consumidores, quizá por su mayor tendencia a inhibirse de «cualquier tabú», o su postura más disfrutadora, lo que parece corroborarse al ser los jóvenes que hemos llamado *simbolistas*

y *libredisfrutadores* los que también, en mayor proporción, se declaran fumadores.

La práctica del deporte, aunque parece ir calando más en la vida juvenil, tampoco es un hábito muy extendido. En general, sólo un 47 % de jóvenes dice practicarle, siendo todavía una práctica más masculina que femenina: dos de cada tres chicos, aproximadamente, dicen hacer deporte, frente a una de cada tres chicas. La edad y, sobre todo, la relación de edad con estudios, parece ser un freno en la práctica del deporte. Al pasar a los primeros años de universidad o estudios similares hay un significativo porcentaje de jóvenes que abandonan la práctica de los deportes que, de alguna forma, sí realizaban en los colegios o institutos. Quizá, por aquello de *mens sana in corpore sano*, como ocupación de un ocio acorde con sus creencias y ética de sacrificio, para «preservarse» de hacer «otras cosas» o bien por pura y clara afición, lo cierto es que los datos muestran que a mayor nivel de religiosidad hay mayor número de jóvenes que hacen del deporte algo propio de sus actividades. También se apunta, y es coherente con lo anterior, un ligero aumento de la práctica de deportes al ir desplazándose políticamente a la derecha. La clase alta, que posee más medios para deportes más caros y también más nivel educativo en general, es la más practicante. Igualmente, el deporte es la actividad de los jóvenes con fuerte capacidad de liderazgo, frente a los más pasivos o débiles, que «ahorrarán» hasta hacer ese esfuerzo. Los jóvenes *simbolistas* y *libredisfrutadores* son los menos deportivos. Sus características los conducen más hacia las relaciones sociales y la búsqueda del disfrute o posición social en ambientes menos exigentes físicamente, más «cerrados» y donde se pueden hacer conocidos fácilmente. Los *utilitaristas* y *logromotivados*, con los *conformados*, los unos por su individualismo pragmático hacia ellos mismos y los

otros por su estilo más exigente, motivados e impelidos por su propia postura religiosa, son los que más practican los deportes.

La moda es otro de los indicadores actuales de los jóvenes. En un libro interesante publicado hace años²⁷ se hacía un estudio comparado entre jóvenes europeos donde se incidía en este tema. Recientemente, en la misma línea del «joven como consumidor» y por la misma empresa²⁸, se ha replicado un estudio semejante. Paralelamente, al tratarse de los «nuevos consumidores» y refiriéndose a la moda, DEL PINO MERINO escribe algo que consideramos significativo en este tema, tanto en la forma en que se «pinta» al joven como en el enfoque «de consumidor» en que desde un marketing moderno se aborda:

El consumo de los jóvenes es sofisticado y abundante. Ahora los jóvenes tienen un presupuesto mayor y ha mejorado su estándar de vida, lo que les convierte, automáticamente, en un mercado importante y objetivo de multitud de acciones comerciales. Es el gran mercado de los *teenagers*.

Por otra parte, la sacralización de la juventud les presenta como destinatarios y prescriptores de una enorme cantidad de productos y marcas. Si a esto añadimos la constatación de que al grupo de la adolescencia le gusta experimentar y está dispuesto a probar cosas nuevas, la seducción comercial aplica en ellos sus mejores armas. No olvidemos que los jóvenes aceptan favorablemente las novedades porque están en una fase de aprendizaje y experimentación del hecho del consumo. Es por ello que les gusta probar las marcas y productos, como una forma de demostrar que ya tienen libertad de elección.

La evidencia más clara quizá esté en la moda.

Casi todas las tendencias del consumo

²⁷ McCANN-ERICKSON: *Youth in Europe. A Study of young people of eleven countries*, Londres, 1978.

²⁸ McCANN-ERICKSON: *Estudio de la juventud en España y otros seis países de Europa*. Madrid, 1987.

de masas tienen su origen en este mercado de los adolescentes. Al ser la moda una especie de «contagio social», como se ha dado en llamar, es en los jóvenes donde toma carta de naturaleza. Las tendencias o caprichos de la moda que luego se extienden al mercado adulto tienen aquí su principio.

A ello contribuye el que al joven le atrae poderosamente la innovación y la fantasía, lo que no deja de ser una forma atrevida de proyectar su personalidad, al mismo tiempo que ir en contra de los demás, lo que encaja con su psicología y su concepción de la vida. Es por esa atracción que ejerce lo nuevo y lo fantástico que, en el caso de las vanguardias publicitarias como las de la moda, tienen en ellos su campo de cultivo. La cultura audiovisual les ha proporcionado unos conocimientos y una preparación que favorecen la recepción de mensajes brillantes e imaginativos.

No tienen los jóvenes una idea clara del ahorro o de la economía y no les produce ninguna inquietud el hecho de tener que pagar más dinero por algo que les gusta.

Tienen vigorosas y fuertes preferencias por determinadas marcas, sin importarles el precio, siempre que vayan de acuerdo con su identidad o personalidad. Los jóvenes se preocupan de las marcas y de las etiquetas porque con ello mejoran su imagen, les proporciona individualidad, prestigio y, sobre todo, les da confianza. Aceptan muy favorablemente aquellas marcas y aquella publicidad que vayan de acuerdo con el concepto que de ellos mismos tienen, de su visión y postura ante la vida.

Es relativamente fácil conseguir su lealtad a una marca, la cual defenderán con ahínco, pero ya no es tan sencillo el conservarla por mucho tiempo. Pasan de un capricho de la moda a otro y están predispuestos al cambio, a cambiar por algo mejor, interpretación que, en la mayoría de los casos, es puramente subjetiva.

Ejercen una poderosa influencia en los gustos y preferencias de los adolescentes sus líderes. El adolescente tiende a crear héroes, transmitiendo y depositando en ellos sus ideas, sus deseos e ideales. Por

TABLA 23

Algunos aspectos del estilo de vida cotidiana de los jóvenes españoles, según diferentes variables

	Es fumador	Practica deporte	Interés por la moda	Se siente diferente 25-30 años *
Total	43	47	63	2,95
● <i>Sexo</i>				
Hombre	45	61	51	2,96
Mujer	41	33	74	2,94
● <i>Edad</i>				
15-17	25	59	70	2,50
18-20	46	44	62	2,88
21-24	56	39	57	3,39
18-24	52	41	59	3,17
● <i>Nivel de estudios</i>				
Primarios (EGB-FP)	32	56	69	2,54
Secundarios (BUP-COU)	28	57	68	2,36
1 ^{er} ciclo universitario	45	36	61	3,04
2 ^o ciclo universitario	41	46	58	3,02
● <i>Autoposicionamiento religioso</i>				
Cat. muy practicante	29	52	71	2,80
Cat. no muy practicante	38	47	68	2,94
Cat. no practicante	48	47	63	3,02
Indiferente	54	44	56	2,99
Ateo	57	42	42	2,97
● <i>Autoposicionamiento político</i>				
Extrema izquierda	55	42	54	3,03
Izquierda	50	42	53	3,02
Centro-izquierda	45	46	60	2,94
Centro-derecha	41	47	65	2,93
Derecha	39	51	67	2,86
Extrema derecha	39	54	65	2,96
● <i>Clase social (ocupacional)</i>				
Alta/Media-alta	43	56	66	2,93
Media	42	45	60	2,91
Baja	44	45	63	2,99
● <i>Liderazgo</i>				
Muy débil	46	39	54	2,98
Débil	42	41	62	2,92
Normal	43	48	63	3,00
Fuerte	42	48	65	2,94
Muy fuerte	46	59	64	2,85
● <i>Tipos de jóvenes</i>				
Conformados	37		65	2,97
Segregacionistas	41		64	2,96
Cooperadores	33		63	2,90
Simbolistas	51		54	2,96
Libredisfrutadores	53		57	2,95
Utilitaristas	44		70	2,87
Pasivos	45		61	3,00
Logromotivados	42		65	2,98

* Media: 4 = nada diferente.

identificación, aceptan su conducta, la forma de vestir, la voz y otras propiedades de sus personas. Es por lo que estos líderes se convierten en prescriptores e inductores de modas, marcas y productos que anunciantes y publicitarios suelen aprovechar en su propio beneficio.

Lo que les preocupa es la moda e invierten grandes cantidades de dinero en vestirse y en productos de cosmética o viajes. Mientras que para los varones el vestirse es una necesidad básica —y dentro de ella buscan la moda y señas de identidad—, para las jóvenes es ante todo moda y posteriormente una forma de mejorar socialmente. Defienden la moda más como «un estilo personal» que va cambiando gradualmente²⁹.

Una buena parte de la juventud actual se siente interesada por la moda (63 %), más las mujeres que los hombres, y en alguna mayor proporción los «más jóvenes de los jóvenes». Especialmente sensibles a «vestir al día» son los chicos-chicas de 15 a 17 años, alumnos de BUP-COU. Cuanto menos religioso, el joven presta menos interés por la moda, lo que, en buena parte, se explica al indicar los motivos: el ateo o indiferente lo hace más para manifestar su diferenciación y, en parte, su independencia. Los más religiosos cuidan el ir a la moda principalmente porque les gusta hacerlo y como «expresión» de identidad. Políticamente, cuanto más de derechas más interés se tiene por la moda y, lógicamente, es la clase alta la que más se cuida de ello, en buena parte porque se lo puede permitir, al disponer de más medios económicos, y en parte porque se diferencia en esto, marcando distancias sociales. Los jóvenes *simbolistas*, partidarios del tener cosas, junto a los *libredisfrutadores*, hedonistas, individualistas, inconformistas y algo ácratas y libertarios, son los dos tipos que

menos interés muestran por la moda. (Ver *Tabla 23*.) Van como les parece, sin importarles casi lo convencional. Por el contrario, son los llamados jóvenes *utilitaristas*, funcionales, pragmáticos, anti-igualitarios, los que más cuidan de su imagen en su preocupación también por cuidar lo cotidiano, lo de cada momento presente. Las razones por el interés en ir a la moda, básicamente, son: expresar la libertad y el gusto propio o la autoexpresión personal y el deseo de diferenciación por edad, sexo y estudios. Ha perdido casi totalmente fuerza la moda como indicador diferencial de la posición social de las personas. (Ver *Tabla 23*.) Los que expresan su no interés por la moda también expresan como razón fundamental su libertad, el ir «como quieren», con diferencias no significativas por edad, estudios y otras variables.

En conjunto, los jóvenes españoles no se sienten muy diferentes de los otros jóvenes españoles de edad superior a ellos, de los de su «generación» inmediatamente superior (26-30 años). Lógicamente, los más jóvenes (15-17 años) y los estudiantes de primaria y secundaria se sienten algo más distantes. Por el contrario, los católicos no practicantes, los de izquierda, liderazgo «normal» y los pasivos son los tipos de jóvenes que piensan que se diferencian menos de los jóvenes más mayores. Todo esto parece indicar que, al menos con la generación inmediatamente anterior, los jóvenes que tratamos (15-25 años) no presentan, en general, distanciamiento generacional y que en cierta manera forman con ellos (25-30 años) un mismo grupo social. Esto se encuadra en una pauta más general detectada: hay un mayor acercamiento intergeneracional, comparando lo que ocurría en 1984 y lo que sucede actualmente. La confianza entre los jóvenes y los mayores ha aumentado. Las tendencias más moderadas (quizá por pragmatismo) de los jóvenes y

²⁹ DEL PINO MERINO, A.: *Los nuevos consumidores españoles*. Ed. Deusto, Bilbao, 1988, págs. 111-112.

TABLA 24

Sentimientos con respecto a personas de ideas contrarias. Situaciones de soledad, según distintas variables

	Siente disgusto con gente de ideas contrarias (Media) *	Se siente solo alguna vez (Media) *
Total	3,29	2,69
● Sexo		
Hombre	3,27	2,75
Mujer	3,30	2,62
● Edad		
15-17	3,27	2,77
18-20	3,27	2,64
21-24	3,31	2,66
18-24	3,29	2,65
● Nivel de estudios		
Primarios (EGB-FP)	3,27	2,75
Secundarios (BUP-COU)	3,30	2,70
1.º ciclo universitario	3,24	2,63
2.º ciclo universitario	3,28	2,61
● Autoposicionamiento político		
Extrema izquierda	3,23	2,53
Izquierda	3,25	2,66
Centro-izquierda	3,29	2,68
Centro-derecha	3,33	2,68
Derecha	3,31	2,67
Extrema derecha	3,14	2,78
● Clase social (ocupacional)		
Alta/Media-alta	3,29	2,75
Media	3,27	2,67
Baja	3,29	2,68
● Clase social (subjetiva)		
Alta/Media-alta	3,27	2,79
Media baja	3,21	2,63
Trabajadora	3,34	2,71

* Media: 4 = nada diferente
 4: Mínimo disgusto/soledad
 0: Máximo disgusto/soledad

4 2 0
 no disgusto disgusto
 no soledad soledad

algunas pautas más tolerantes de los adultos, así como su aceptación, al menos pasiva, de algunas actitudes juveniles, ha podido llevar a este menor distanciamiento y a la mayor confianza entre generaciones, aunque es cierto que aún persiste un desfase significativo.

El relativo acercamiento intergenera-

Porcentaje de fumadores, según tipologías



Fuente: Tabla 5 (cap. 2)

El nivel de aceptación de las ideas contrarias a las propias...

cional que se ha producido en el último quinquenio se refuerza con otro aspecto, quizá más significativo: la relativamente alta aceptación que muestran los jóvenes actuales con las personas de ideas contrarias a las suyas, lo que apunta a una mayor capacidad de diálogo y a un mayor ajuste «psicosocial» entre los jóvenes y de éstos con otras personas mayores. La tendencia es generalizada y no presenta diferencias significativas entre los distintos grupos. (Ver Tabla 24.) Este factor apoya una cierta inclinación hacia la tolerancia y aumenta posiblemente la «comodidad»

TABLA 25**Motivos del interés por la moda**

	Voy como quiero	Para expresarme	Para diferenciar	Me gusta	Posición social	Otros	Total
Total	66	13	8	7	2	4	2.855
● Sexo							
Hombre	62	13	9	8	3	4	1.186
Mujer	69	12	8	7	1	3	1.670
● Edad							
15-17	69	8	9	8	2	3	1.030
18-20	67	13	8	6	2	3	855
21-24	62	17	8	7	2	4	971
18-24	64	15	8	7	2	4	1.825
● Nivel de estudios							
Primarios (EGB-FP)	61	10	10	11	2	4	253
Secundarios (BUP-COU)	68	10	9	6	3	3	1.023
1.º ciclo universitario	68	19	4	3	1	4	163
2.º ciclo universitario	63	21	5	6	2	4	316
● Autoposicionamiento religioso							
Católico muy practicante	66	14	6	8	1	3	610
Católico no muy practicante	67	13	7	8	2	4	792
Católico no practicante	68	10	10	6	1	5	833
Indiferente	60	15	10	6	2	5	472
Ateo	70	11	9	5	3	3	119
● Autoposicionamiento político							
Extrema izquierda	65	10	7	9	1	5	230
Izquierda	66	14	6	10	1	4	318
Centro-izquierda	70	10	10	4	2	2	370
Centro-derecha	68	12	7	6	1	4	799
Derecha	65	16	7	6	2	4	498
Extrema derecha	64	13	9	9	3	2	232
● Clase social (ocupacional)							
Alta/Media-alta	65	15	7	7	5	3	501
Media	68	13	6	6	1	4	963
Baja	65	11	10	8	1	4	1.391
● Liderazgo							
Muy débil	68	11	8	7	2	3	190
Débil	68	10	8	8	2	4	650
Normal	64	13	9	8	2	4	1.075
Fuerte	66	14	10	5	1	5	677
Muy fuerte	70	15	6	5	2	1	264

TABLA 26

Motivos del no interés por la moda

	Voy como quiero	No tengo que exhibirme	Como todos	Expreso de otra manera	Otros	NS/NC	Total
Total	71	10	8	7	4	2	1.656
● <i>Sexo</i>							
Hombre	71	11	8	7	5	1	1.103
Mujer	72	7	9	7	5	3	553
● <i>Edad</i>							
15-17	71	7	11	5	6	2	430
18-20	73	10	7	7	3	2	505
21-24	70	11	8	8	5	1	722
18-24	71	10	8	7	4	2	1.227
● <i>Nivel de estudios</i>							
Primarios (EGB-FP)	67	8	10	4	8	4	111
Secundarios (BUP-COU)	74	8	8	6	4	0	480
1.º ciclo universitario	76	14	6	4	2	1	103
2.º ciclo universitario	71	12	6	8	7	2	231
● <i>Autoposicionamiento religioso</i>							
Católico muy practicante	71	9	11	5	1	1	247
Católico no muy practicante	70	12	10	5	0	1	370
Católico no practicante	71	9	7	7	0	3	490
Indiferente	73	9	8	6	1	1	357
Ateo	70	7	6	12	1	1	160
● <i>Autoposicionamiento político</i>							
Extrema izquierda	74	5	7	8	7	1	191
Izquierda	72	9	8	9	3	1	272
Centro-izquierda	67	13	7	9	6	2	237
Centro-derecha	75	10	7	6	4	1	425
Derecha	67	13	11	6	4	2	244
Extrema derecha	70	9	12	5	4	1	121
● <i>Clase social (ocupacional)</i>							
Alta/Media-alta	79	9	6	5	4	0	246
Media	70	10	9	7	4	1	625
Baja	70	10	9	7	5	2	786
● <i>Liderazgo</i>							
Muy débil	68	8	13	8	3	1	161
Débil	71	9	9	6	6	2	393
Normal	73	10	6	6	6	1	609
Fuerte	68	11	11	8	3	1	352
Muy fuerte	76	8	6	5	5	2	142

de los jóvenes al ubicarse en la sociedad actual. El porqué de esto puede ser múltiple: aumento del pragmatismo, cierta necesidad de adaptación al pluralismo y aceptación de cierta frustración juvenil sobre la posibilidad de cambios sociales reales.

La soledad, sin embargo, sí es algo más sentido por los jóvenes, sobre todo por las chicas. Además, los «mayores» de los jóvenes son los que más se sienten «algunas veces» solos. Posiblemente, su mayor inserción en la competitividad real del entramado social, la experiencia de la dureza de ciertas situaciones y relaciones les lleva a sufrir con más frecuencia su propia soledad. También se siente más el fenómeno de soledad en los jóvenes según desciende su clase social, y según su mayor acercamiento a posiciones políticas de izquierdas. (Ver *Tabla 24*.)

3.2 Información sexual

En los últimos años, la juventud, en mayor o menor medida, y de forma explícita o latente, ha estado recibiendo algunos «mensajes» claros desde instituciones u organismos de los adultos, sean éstos ayuntamientos, consejerías autonómicas, centros de enseñanza o medios de comunicación social. Los dos mensajes se refieren a la información sexual y a la «nueva» condición de europeos.

Estudiar en qué medida los jóvenes han recibido y valorado ambas cosas durante el quinquenio 1984-89, nos ha parecido interesante, dado que estos temas no se consideran así en el último trabajo que realizamos sobre la juventud hace cinco años.

En un reciente titular de periódico se podía leer: «Salud, amor y familia, lo más importante para los jóvenes europeos»³⁰,

y en una de las actuales revistas semanales de éxito, se escribía en titulares: «Los jóvenes españoles pierden romanticismo y buscan éxito y dinero»³¹. En ambas publicaciones se hacía referencia a los resultados de un reciente³² estudio europeo realizado por una agencia de marketing. Entre las conclusiones que se reseñaban en los artículos indicados podían leerse afirmaciones como las siguientes:

— La liberación y revolución sexual en Europa es también cosa del pasado.

— Ni tan siquiera (los jóvenes) consideran necesario reivindicar... que pese a no estar casados mantienen relaciones sexuales con su pareja.

— Sólo un 10 % de los europeos menores de 25 años afirma que (1987) les supone un problema tener que decidir si duermen o no con su pareja.

— En España, en 1977, por ejemplo, el 31 % de las jóvenes consideraba esta cuestión como un serio problema moral. Hoy en día esto ha dejado de ser materia de preocupación para la casi totalidad de la población femenina, especialmente entre las más jóvenes de la encuesta, entre 15 y 19 años, y tan sólo un 6 % de mujeres españolas continúa considerando la liberación sexual como un serio problema³³.

La reducción de ideales, el pragmatismo y la búsqueda de placer somatizado tienen seguramente que ver con todo ello.

Pero, en el campo de la «liberación sexual», los jóvenes españoles parecen ser incluso más «avanzados» que sus pares europeos. Así, en España, un 44 % afirma que «es correcto tener una relación homosexual», aunque también señalan que «podrían mantener una relación de ese tipo» menos jóvenes de los que la mantenían en 1977³⁴.

Todo esto, que podríamos seguir am-

³⁰ *Tribuna de Actualidad*, n.º 57, 29 mayo 1989.

³² McCANN-ERICKSON: *Estudio sobre la juventud europea*, 1988.

³¹ *Ya*, 28 mayo 1989, págs. 2-4.

³³ *Tribuna de Actualidad*, 29 mayo 1989, pág. 88.

³⁰ *Ya*, 28 mayo 1989.

pliando en relación al divorcio, relaciones pre y extramatrimoniales, etc., indica que se están produciendo determinados «hechos». Pero, por otra parte, no dejan de plantearse nuevos y viejos interrogantes si consideramos, a la vez, otras pautas emergentes en la juventud actual, tales como: cierto aumento de la intolerancia en la «moral» intrafamiliar o el aumento de desconfianza hacia los no miembros del círculo familiar o conocidos muy próximos. ¿La rebaja de ideales y el descenso del romanticismo suponen que amor y sexo se diferencian cada vez más? ¿Qué puede representar un sexo así considerado y practicado? ¿Es esto algo aislado o forma parte de un proceso más amplio de considerar la vida humana en su totalidad? ¿Es algo que cae sólo en una opción privada-personal o afecta también a concepciones colectivas más de fondo?

Algunos de los datos del estudio europeo de MCCANN-ERICKSON no cuadran bien con algunas de las actitudes sobre temas semejantes de estudios españoles también recientes³⁵, que han recibido menos atención en los medios nacionales de comunicación.

Sin embargo, y sin entrar en una difícil constatación de cifras, nos parece que las tendencias apuntadas son bastante claras. La cuestión ahora más interesante, en nuestra opinión, está en procurar averiguar algo del porqué hoy se están produciendo estas tendencias juveniles en el tema de la sexualidad. Por otra parte, ¿qué puede significar y qué consecuencias, positivas y negativas, puede traer consigo la «liberación sexual» de hoy?

Un profesor de ética de la Universidad católica de Friburgo (Suiza), Juan María ARTADI, conocedor de nuestra realidad, como español, así como de la europea, sintetiza en una reciente publicación lo

que hemos cuestionado, y da claves y pistas para el futuro. Permítasenos citar, aunque sea algo extenso, su pensamiento:

La necesidad de limitar los nacimientos, y la consiguiente puesta a punto de las técnicas correspondientes, han hecho posible separar la relación sexual de la función procreadora. Hombre y mujer pueden hacer el acto sexual sin miedo a las consecuencias de tener un hijo... Este simple hecho ha liquidado lo que constituía el freno más poderoso en el dominio sexual: el miedo a las consecuencias. Por otra parte, la sociedad es actualmente más tolerante respecto de los valores de tipo personal y cultural, entendiéndose que no debe inmiscuirse en la conducta privada; los controles religiosos o morales, por su parte, pierden fuerza en una sociedad secularizada. Este pluralismo, no exento de relativismo, permite a cada cual determinar su conducta sexual según sus propios criterios. Cuando a esta amplia libertad se añade la exaltación de la experiencia sexual como expresión de la creatividad humana y símbolo de la felicidad, puede decirse que el hombre de hoy se ha liberado de una sexualidad reprimida y de los «tabúes» que la acompañan (...).

Cuando los homosexuales adquieran carta de ciudadanía en nuestra sociedad y el divorcio y el aborto puedan practicarse libremente, el hombre habrá marcado un nuevo paso en el dominio de su libertad³⁶.

Esta descripción valiente, realista y no exenta de un fino y subyacente escepticismo ante algunos alborozados optimismos (¡la liberación, por fin!), es lo que hace que el profesor ARTADI siga indicando en sus reflexiones:

No es difícil encontrar autores que se expresan con el optimismo del hombre que ha descubierto un mundo nuevo: la liberación de la mujer y la igualdad de los sexos constituyen la bandera de esta nueva cruzada.

³⁵ Ver DEL CAMPO, S., y NAVARRO, M.: *Análisis sociológico de la familia española*, Madrid, 1986.

³⁶ ARTADI, J. M.: *El matrimonio como encuentro*, Fundación Santa María, Madrid, 1984.

TABLA 27

Actitudes de los jóvenes en relación a información sexual y posibilidades europeas, según distintas variables

	Es bueno recibir información sexual	Le ha llegado información sexual	Diferencias	Cree existirá posibilidad de trabajar en un país europeo	Cree existirá posibilidad de estudiar en un país europeo	Suma de posibilidades europeas
Total	91	47	44	50	44	94
• Sexo						
Hombre	90	46	44	52	42	94
Mujer	92	47	45	49	47	95
• Edad						
15-17	90	44	46	50	49	99
18-20	91	47	44	52	45	97
21-24	91	49	42	49	39	88
18-24	91	48	43	50	42	92
• Nivel de estudios						
Primarios (EGB-FP)	90	42	48	49	42	91
Secundarios (BUP-COU)	92	50	38	53	55	108
1.º ciclo universitario	91	52	39	57	51	108
2.º ciclo universitario	92	51	41	57	69	126
• Autoposicionamiento religioso						
Católico muy practicante	87	40	47	50	47	97
Católico no muy practicante	91	42	49	48	43	91
Católico no practicante	92	49	43	52	45	97
Indiferente	93	54	39	51	42	93
Ateo	92	55	37	47	41	88
• Autoposicionamiento político						
Extrema izquierda	94	49	45	44	34	78
Izquierda	92	46	46	44	39	83
Centro-izquierda	91	48	43	54	44	98
Centro-derecha	92	50	42	51	45	96
Derecha	91	43	48	54	52	106
Extrema-derecha	84	45	39	52	52	104
• Clase social (ocupacional)						
Alta/Media-alta	92	48	44	57	59	116
Media	91	50	41	52	48	100
Baja	90	44	46	47	37	84
• Liderazgo						
Muy débil	87	41	46	45	37	82
Débil	91	44	47	47	42	89
Normal	91	46	45	50	45	95
Fuerte	91	52	39	55	45	100
Muy fuerte	92	49	43	54	49	103
• Tipos de jóvenes						
Conformados	88	38	50	43	39	82
Segregacionistas	87	47	40	52	42	94
Cooperadores	94	52	42	52	54	106
Simbolistas	96	56	40	55	49	104
Libredisfrutadores	94	43	51	45	34	79
Utilitaristas	92	50	42	54	46	100
Pasivos	82	40	42	44	37	81
Logromotivados	94	50	44	55	52	107

Pero frente a optimismos fáciles o interesados, y también frente a pesimismo agónicos de desconcertados, no es superfluo seguir añadiendo con palabras del citado autor:

... Pero las cruzadas tienen poco que ver con la ciencia. Las realidades humanas son mucho más complejas y ambiguas: cuando el hombre cree que ha franqueado un tabú, resulta a menudo que tropieza con otro. El fenómeno del erotismo puede ofrecer un buen punto de referencia en este sentido: nadie negará que asistimos a una presencia cada vez más imponente de los estímulos sexuales a través de formas simbólicas y culturales. Nuestra cultura se ve así sexualizada. Y el erotismo debe colocarse hoy día en el contexto de una sociedad de consumo e interpretarse, en consecuencia, como un instrumento de explotación del hombre.

La sociedad de consumo trata de crear nuevas necesidades, y lo hace, en gran parte, identificando el producto con el objeto sexual a fin de crear la ilusión de satisfacer éste comprando aquél.

Ni el hombre ni la mujer se identifican hoy en sus papeles y funciones respectivas, y tal confusión se traduce en formas de expresión ambiguas y mal definidas en las que pueden descubrirse visos de exhibicionismo e incluso de travestismo: en tales condiciones, es difícil encontrar un terreno sólido donde poder enraizar una personalidad. El sexo de hoy es un sexo lábil: podrá ser juego mucho más fácilmente que pasión.

El hecho de esa liberación sexual no está, pues, libre de otras nuevas, muy posibles, constricciones: como el consumismo utilitarista, la explotación de la persona, cierto tipo de coacciones sociales, la banalización, rutinización, anomía y confusio- nismo. En ese contexto, que cualquier lector puede ampliar, y que sólo hemos tratado de presentar condensadamente, donde la polémica puede encontrar fácil campo para cualquier postura de cultivo

ideativo, creemos que emerge como factor relevante la importancia de la educación en materia sexual. Como ya indicaba MAYS, al analizar la existencia de sub- culturas juveniles:

El problema del comportamiento sexual lo es tanto de la educación como de la moral. La actitud de la gente con respecto al comportamiento sexual está relacionada con la actitud que tome frente a otros aspectos de la experiencia humana y está sujeta a las mismas presiones culturales que cualquier otra parte de su vida. La preparación para el matrimonio, o por lo menos para la sexualidad, es parte del proceso educacional, si por educación entendemos la preparación del individuo para llevar una completa y feliz vida adulta ³⁷.

En años anteriores se han producido en España, desde instancias muy diversas, intentos y experiencias reales de «educación sexual de la juventud». Libros extranjeros al ser divulgados, incluso regalados a escolares, levantaron polémicas conocidas; propagandas menos fundamentadas, publicaciones con mayores visos científicos, cursillos, conferencias de todo tipo, etc., se han estado vertiendo sistemáticamente, y desde perspectivas diferentes, para tratar de llenar un «vacío» en esta materia o subsanar los «errores» en que, en opinión de algunos, se encontraban los jóvenes.

Ciertamente, a juzgar por los datos de este estudio, la casi totalidad de jóvenes (91 %) considera bueno que se le dé «información sexual» desde organismos diversos, y no hay diferencias apreciables en el conjunto de este sentir. La tendencia es ligeramente inferior entre los «muy católicos», los más hacia la derecha y los jóvenes conformados, *segregacionistas* y *pasivos*. (Ver *Tabla 27*.) Sin embargo, su apreciación sobre si reciben esa informa-

³⁷ MAYS, J. B.: *Cultura adolescente en la sociedad actual*, Ed. Lumen, Barcelona, 1968. págs. 257-258.

ción sexual es muy diferente. Menos de la mitad de los jóvenes dice haberla tenido (47 %), siendo los más jóvenes (15-17 años) los que se muestran menos informados. Pero aunque la apreciación de haber recibido información sexual crece con la edad y el nivel de estudios, sólo aproximadamente el 49 % de los jóvenes de 21 a 24 años y el 51 % de los universitarios admiten que han tenido la información sexual que, sin embargo, quieren tener. Este déficit en «educación sexual», que cuantitativamente se expresa de manera clara, es difícil de analizar cualitativamente: los menos religiosos y los de centro e izquierdas dicen haberla recibido más, así como los de clase media y sentido fuerte de liderazgo. Pero no resulta fácil conocer el alcance de estas respuestas, que dependen, posiblemente y en buena parte, de lo que «se espera» recibir, de las expectativas personales o grupales en este campo en comparación con lo que se «considera», también muy subjetivamente, haber recibido. Los jóvenes *conformados* y los *pasivos* son los que dicen en menor proporción haber recibido información sexual, lo que no es raro, dada su postura y estilo vital, poco buscador y receptivo. Por el contrario, *simbolistas*, *logromotivados* y *utilitaristas* parecen haberla

recibido más, en sus estilos de vida más abiertos e indagadores.

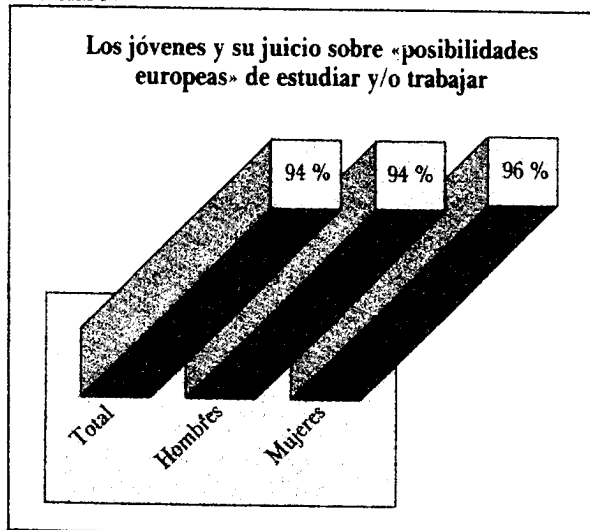
En cualquier caso, los jóvenes españoles no sienten tener aún la información sexual que desearían, lo que manifiesta, globalmente, un hecho de déficit educativo sentido en esto por casi la mitad de la juventud española. (Ver *Tabla 27*.)

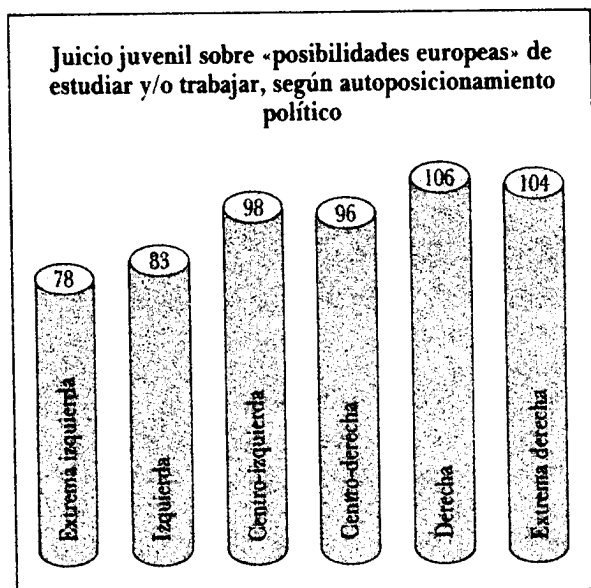
3.3 Algunas actitudes de la juventud española ante el Mercado Común

Otro de los aspectos que en los últimos años ha estado reiteradamente en la arena de la sociedad española ha sido el de nuestra integración en Europa, el de nuestra «nueva condición» de ciudadanos del MEC. Todo ello tiene facetas que afectan a los jóvenes españoles: ¿En qué medida consideran que la Comunidad les permitirá trabajar o estudiar en otro país de Europa? Al margen de las propias respuestas, los resultados nos pueden indicar, además, algo de la valoración de los jóvenes de esa realidad europea.

En cuanto a ambas posibilidades —estudiar/trabajar en Europa—, los jóvenes son moderadamente cautos. En relación con la existencia de la posibilidad de poder trabajar en un país europeo, el 50 % de los jóvenes considera que puede darse. Son algo más optimistas los chicos que las chicas, y los jóvenes entre 18 y 20 años. Resulta significativo que, al alcanzar mayores niveles de estudios, se considere mayormente la posibilidad de realizar un trabajo fuera de España, en otro país de la Comunidad. Esto también parecen pensarlo más los de derechas que los de izquierdas, mucho más cautos sobre esa posibilidad. Los jóvenes de fuerte capacidad de liderazgo tienden a considerar más la posibilidad europea como futuro mercado de trabajo, al igual que los *simbolistas* y *logromotivados*; los prime-

Fuente: *Tabla 27*.

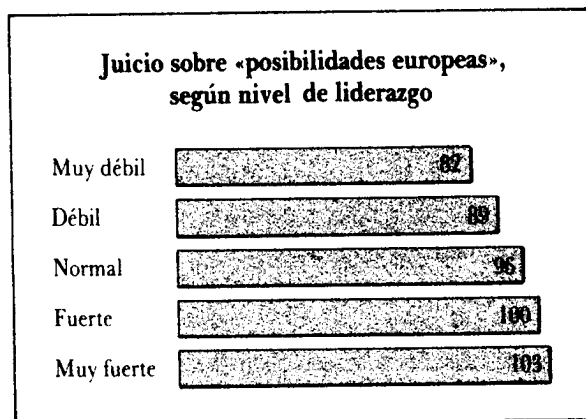




Fuente: Tabla 27.

ros, por su valoración de lo empresarial y su sentido de la actividad y el riesgo; los segundos, por su deseo de trabajo, de conseguir metas futuras en su vida y su sentido de sacrificarse por lograrlo.

La posibilidad de poder estudiar en otro país europeo la ven los jóvenes más difícil o lejana que la de trabajar. Aun así, hay un moderado porcentaje (44 %) relativamente significativo que contempla tal posibilidad. En este aspecto son ligeramente más optimistas las chicas que los chicos y los más jóvenes de ellos, siendo los universitarios en el final de su carrera (2.º y 3.º ciclos) los que claramente se destacan en considerar el estudiar en otro país. Esto puede ser expresión de un deseo más que de tener ya concretada la posibilidad, pero puede también indicar, junto a una cierta frustración por la formación universitaria recibida, el interés en complementarla con algún tipo de estudios que amplíen sus conocimientos y su *currículum* en función de la posterior búsqueda de un empleo. De nuevo, en la medida en que los jóvenes se autoposicionan políticamente hacia la derecha, consideran más la posibilidad de estudiar fuera de España. Las expectativas decre-



Fuente: Tabla 27.

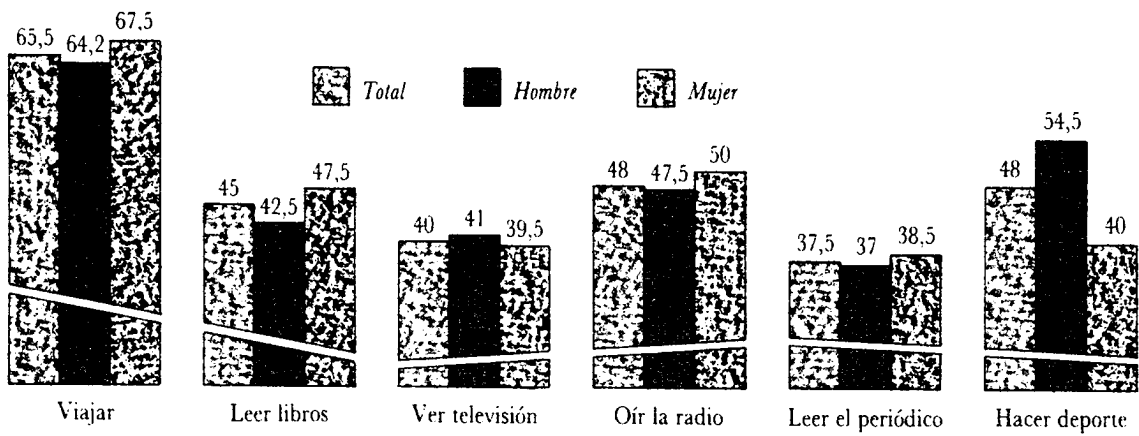
cen al descender la clase social, lo que, unido a lo anterior, parece indicar que el factor «disponibilidad económica» condiciona la visión juvenil sobre las posibilidades que puede significar realmente nuestra «integración» en Europa.

En conjunto, pues, hay una moderada actitud respecto a las posibilidades de trabajo o estudio que representa nuestra incorporación a Europa. No hay diferencias significativas en chicos y chicas, aunque los primeros ven algo más posible el poder trabajar fuera y las segundas el estudiar. Los más jóvenes son los más optimistas, así como los que se autoposicionan como más religiosos y políticamente de derechas. Los tipos de liderazgo y los diferentes grupos de jóvenes también matizan su postura ante las posibilidades europeas. (Ver *Tabla 27.*) La clase social alta o media-alta es la que vislumbra más las posibilidades que puede suponer lo europeo, y la tendencia desciende hacia posiciones menos optimistas al descender la clase social. Lo «europeo» es, pues, una realidad que se traduce diferentemente, según las situaciones sociales y económicas de los jóvenes españoles.

3.4 *Actividades preferidas en el tiempo libre*

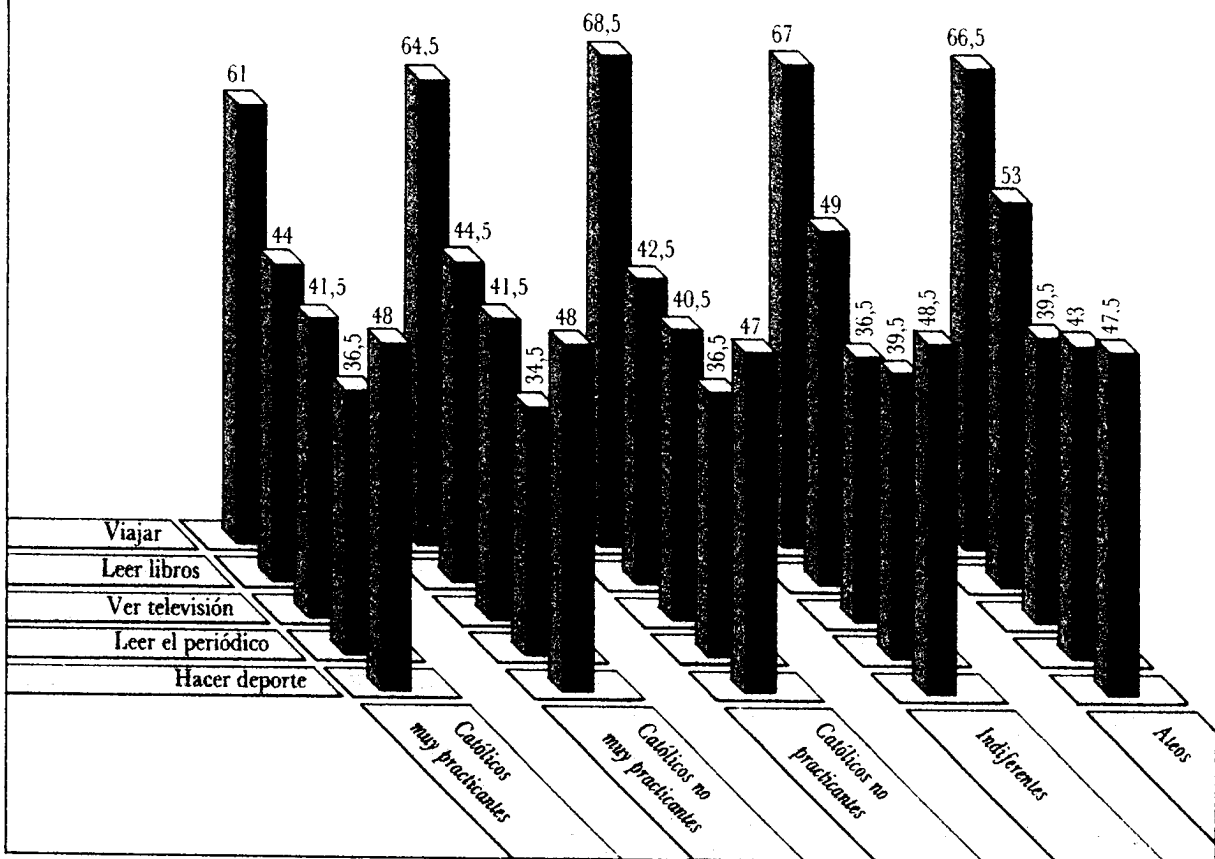
Analizando el estilo de vida cotidiana de los jóvenes españoles, nos pareció obliga-

Algunas preferencias juveniles, globales y diferenciadas según sexo, para la ocupación y disfrute del tiempo libre



Fuente: Tablas 27-28.

Preferencias juveniles, según autopoicionamiento religioso



Fuente: Tablas 27-28.

do preguntar qué hacían en su tiempo disponible, en qué les gustaba emplear sus ratos libres, qué tipo de actividades

les atraían más. La pregunta la formulamos así: «¿A qué renunciarías más o menos?»

En las respuestas de los jóvenes resalta la primacía de dos tipos de actividades: relacionarse con amigos del mismo y del otro sexo y viajar. Estas dos opciones son consistentes y no muestran diferencias significativas entre los distintos tipos de jóvenes; son «universalmente» admitidas como las preferidas por la gran mayoría. Las preguntas también muestran una juventud deseosa de relaciones (aunque éstas no entrañen compromisos), necesitada de «comunicarse», extrovertida hacia «otros», como parte componente de su propia identidad (lo que no excluye cierta desconfianza hacia el «otro»), buscadora de actividades y un tanto ávida de recorrer, conocer lugares y países diferentes. Se han abandonado en gran parte ideales y utopías, y se buscan conocimientos personales, realidades que se desconocen, aperturas a novedades y actividad, lo que refleja acomodo social, pragmatismo y deseos de libertad.

Las ocupaciones más sedentarias, individuales, o que exigen cierto esfuerzo personal, ocupan un segundo lugar en la valoración juvenil, pero, claramente, cuentan con menor aprecio que las anteriores. Así, oír la radio y leer libros, tienen un cierto espacio en el tiempo libre juvenil. No es mucha la atracción del «hacer deporte», aunque muchos factores actuales (estar en forma, cuidado del cuerpo, etc.) lleven a ello. En este punto da la sensación de que no acaba de cuajar lo que podríamos llamar una «cultura deportiva» juvenil, si consideramos como tal la unión de ideas y comportamientos. Sí parece que se aprecia el deporte, pero «practicarlo» se hace relativamente poco, y así se valora medianamente como actividad. Una cosa es jugar con amigos, mezcla de deporte «light» y relaciones humanas públicas, o hacer alguna actividad cuasideportiva para «sentirse bien» y «mantenerse en forma», y otra cosa es

TABLA 28

Índice de valoración de actividades diversas, por sexo, edad y nivel de estudios

	Sexo			Edad			Nivel de estudios			
	Total	Hombre	Mujer	15-17	18-20	21-24	Primarios	Secundarios	1.º ciclo univ.	2.º ciclo univ.
Salir con alguien de otro sexo	77,5	78,5	75,5	77,5	78	76,5	78,5	77,5	78	81
Salir con amigos del mismo sexo	77	78	76,5	77,5	79	77	75,5	78	78	83
Viajar (siempre que pueda)	65,5	64,2	67,5	64	66,5	65,5	61	66	73,5	71
Llevar el peinado que quiero	54,5	51,5	56	57	55	50	58,5	56,5	60	49,5
Oír la radio	48	47,5	50	49,5	50,5	46,5	49,5	51	50	46
Hacer deporte	48	54,5	40	50	47,5	44,5	47,5	52	44	52
Ir a bares, cafeterías...	47,5	50	45	45,5	51	47	47,5	46,5	49	44,5
Leer libros	45	42,5	47,5	40	45,5	48	39	44	52,5	61,5
Aceptar un empleo con salario mínimo	43	42,5	44,5	41,5	44,5	44	44	39,5	46,5	39,5
Comprar cintas, discos	41	42,5	39,5	44	42,5	37,5	46	43	44	40,5
Ver televisión	40	41	39,5	43	41	37	51,5	40	41	34
Ir a discotecas	40	40,5	38	44	41,5	33	50	40	36	27,5
Ir al cine	38	37	39	36	39	40,5	36	36,5	39,5	44
Leer el periódico	37,5	38	35,5	32,5	37	41	32,5	34,5	41	46,5
Ir a la última de lo que se lleva	37,5	37	38,5	41,5	37	33,5	43,5	38	33,5	30,5

hacer realmente deporte, someterse a las exigencias y a la austeridad que exige un aumento progresivo de la calidad, luchando con las limitaciones del físico y del tiempo, e ir adquiriendo habilidad y competencia. La edad marca esta actividad, pues al aumentar ésta, desciende la práctica deportiva.

La radio (48 %) sigue siendo un pasatiempo de cierto interés para los jóvenes, ya que lo valorarán relativamente. Este medio supera, según los jóvenes, el ver la televisión (40 %), aunque, en comparación con lo que ocurría en 1984, sube algo el porcentaje de jóvenes que ven la televisión y desciende el de los que oyen la radio.

Ir a bares y a cafeterías (47,5 %) atrae más que ir a discotecas (40 %) y, claramente, el cine va perdiendo terreno (38 %) como «actividad juvenil», lo que

puede ocurrir al aumentar el uso de la televisión y el vídeo.

En síntesis, la juventud prefiere lo que entraña relaciones humanas y actividad viajera. Lo cultural no ocupa ni preocupa mucho; las evasiones que conforman el panorama son bares y discotecas.

Las chicas más que los chicos han optado por viajar, oír la radio y leer libros, pero hacen menos deporte que ellos, frecuentan menos bares y discotecas, y leen menos la prensa. La edad de 18 a 20 años, primeros años universitarios o similares, son, en conjunto, lo que parece que permite tener y usar más el tiempo libre. Al crecer la edad, baja la práctica del deporte, el frecuentar discotecas y ver televisión, aunque aumenta la lectura de libros y periódicos e ir al cine. La tendencia parece ser una acomodación mayor a la información y a lo cultural, y se

TABLA 29a

Índice de valoración de actividades diversas por tipología

	<i>Tipos de jóvenes</i>								
	Total	Conformados	Segregacionistas	Cooperadores	Simbolistas	Libre-disfrutadores	Utilitaristas	Pasivos	Logro-motivados
Salir con alguien del otro sexo	77,5	67	75	74,5	84	82,5	79	74	81
Salir con amigos del mismo sexo	77	71	74,5	76,5	87,5	81,5	76	77	78,5
Viajar (siempre que pueda)	65,5	56	60	73,5	72,5	68,5	73	52,5	72,5
Llevar el peinado que quiero	54,5	42,5	52	56	57,5	58	57	48	61
Oír la radio	48	41	48,5	44	49,5	52,5	54	46	13
Hacer deporte	48	41	45	50,5	47	50,5	50,5	42	52,5
Ir a bares, cafeterías...	47,5	34	52,5	41	52	56,5	51	51	46
Leer libros	45	39	39,5	55,5	61	43,5	42,5	36	47,5
Aceptar un empleo con salario mínimo	43	41	42,5	42,5	43	38,5	48,5	41	44,5
Comprar cintas, discos	41	33,5	40	40	46,5	47,5	43,5	37	42,5
Ver televisión	40	29,5	41	36	38,5	45	45,5	41,5	43,5
Ir a discotecas	40	28	44	32	36,5	44	47,5	41,5	39,5
Ir al cine	38	31,5	38,5	39,5	47	39,5	41	35	37
Leer el periódico	37,5	33	34	39,5	44	38	33,5	34,5	40
Ir a la última de lo que se lleva	37,5	31	42	35	33	43	44	36	36,5

Índice = 100 máxima valoración (mínima posibilidad de renunciar a ello) - Índice 0 = mínima valoración (máxima posibilidad de renunciar a ello).

produce un cierto descenso de las actividades más puramente recreativas lúdicas. El mayor nivel de estudios lleva a los jóvenes a ocupar más su tiempo libre en relación con amigos, en frecuentar sus relaciones; también abandonan un poco la radio en favor de la televisión, creciendo bastante su ocupación en las lecturas, tanto de libros como de periódicos; asimismo, parece aumentar su interés por el cine. (Ver *Tabla 28.*)

Los diferentes tipos de jóvenes marcan diferencias también en sus actividades de tiempo libre. Los que hemos llamado *simbolistas* son los que menos dejarían de leer libros y periódicos, mientras que los *utilitaristas* y *segregacionistas* son los más propensos a ir a discotecas, bares y cafeterías, al contrario de los *cooperadores*, *conformados* y *logromotivados*, que son los más sacrificados en general, lo que concuerda con sus respectivas visiones y estilos de vida. Por tanto, hay también cierto asen-

timiento en las distracciones, según edad, estudios y estilo de vida de los jóvenes.

Frente a las tendencias más austeras —aceptando más la renuncia a una serie de actividades— de los *cooperadores*, *conformistas* e incluso *logromotivados*, otros dos grupos de jóvenes muestran una postura diferente: los jóvenes *libredisfrutadores* y los *simbolistas*. Estos dos grupos, en cuanto al uso y disfrute de actividades en el tiempo libre, representan el «otro fiel de la balanza». Los *libredisfrutadores* se sitúan por encima del conjunto prácticamente en todas las actividades. Son los que más salen con amigos de ambos sexos, viajan, oyen la radio, frecuentan bares y ven televisión. Por el contrario, leer, tanto libros como periódicos, no les atrae tanto. Las pautas son de un grupo lanzado al disfrute de las relaciones sociales, la movilidad, lo cercano y lúdico, dejando más de lado lo intelectual, formativo e informativo.

TABLA 29b

Índice de valoración de actividades diversas por clase social ocupacional y liderazgo

	Clase social ocupacional			Liderazgo				
	Alta/ Media-alta	Media	Baja	Muy débil	Débil	Normal	Fuerte	Muy fuerte
Salir con alguien del otro sexo	78,5	78,5	75,5	73,5	77	77	79,5	77,5
Salir con amigos del mismo sexo	75,5	78,5	77	76,5	78,5	77,5	77	80
Viajar (siempre que pueda)	67	68	63,5	62,5	62,5	66,5	67	68
Llevar el peinado que quiero	54	54,5	54	52,5	51,5	55	55	53,5
Oír la radio	46	48	49,5	45,5	48,5	49,5	49,5	47,5
Hacer deporte	55	46	45,5	44	45	48	49	52,5
Ir a bares, cafeterías...	49	47	48,5	51,5	46	48	45,5	53
Leer libros	48	47,5	43	46	43	44,5	47,5	46,5
Aceptar un empleo con salario mínimo	41	40,5	46,5	44,5	43,5	44	40	42
Comprar cintas, discos	45,5	40	40	43	40,5	40	42,5	41,5
Ver televisión	39,5	39,5	41	40,5	39	40	40,5	43
Ir a discotecas	37,5	36,5	42,5	41,5	38,5	38,5	38,5	42,5
Ir al cine	41,5	40,5	36	39,5	35,5	38	38	45,5
Leer el periódico	40,5	36,5	36,5	36,5	34	36,5	40	41
Ir a la última de lo que se lleva	36,5	38,5	37,5	36,5	36	38	36,5	41

Cercanos a esas pautas se sitúan también los *simbolistas*, quienes, sin embargo, a diferencia de los anteriores, encuentran esparcimiento y cultivan más la lectura. La componente más soñadora, idealista, de estos «simbólicos» puede marcar esa diferencia con los «disfrutadores».

En conjunto, pues, se puede afirmar que, sin haber grandes diferencias entre los distintos grupos de jóvenes, actúan igual, pudiéndose diferenciar algo tres grupos. Por una parte, los que hemos llamado *libredisfrutadores* y *simbolistas*, más tendentes a gustarlo todo, a lo novedoso, inclinados a lo lúdico, que renunciarían menos que otros jóvenes a cualquier actividad de disfrute. Por otra parte, el grupo formado por *cooperadores*, *conformados* y, en parte, los *logromotivados*, algo más moderados, más dispuestos a ciertas renunciaciones, algo más tendentes a una relativa austeridad. El resto se sitúa en el inter-

medio de los grupos anteriores; con pequeñas variaciones entre sí, y utilizando sus oportunidades, hacen, más o menos, lo que consideran que hacen «todos los jóvenes». Quizá los *segregacionistas* se apartan algo del conjunto, por ejemplo, en su menor deseo de viajar, y, junto a los *pasivos*, por distintas razones, en su desapego por leer libros.

La clase social de los jóvenes no rompe tampoco el marco general de preferencias juveniles en la ocupación del tiempo libre, aunque las disponibilidades económicas y, posiblemente, la educación familiar matizan algo sus tendencias. Así, los jóvenes de clase alta muestran mayor tendencia que el conjunto de los jóvenes hacia la práctica del deporte, dicen dedicar más atención a la lectura de prensa y adquieren más discos y cintas para oír su música preferida. Los de clase baja piensan menos en los viajes como modo de

TABLA 29c

Índice de valoración de diversas actividades por autopercepciones religioso y político

	Autopercepción religiosa					Autopercepción política					
	Católico muy practicante	Católico no muy practicante	Católico no practicante	Indiferente	Ateo	Ext. izq. 1/2	Izq. 3	Ctro. izq. 4	Ctro. dcha. 5	Dcha. 6/7	Ext. dcha. 8/10
Salir con alguien del otro sexo	72,5	77,5	80	77,5	76,5	80	78,5	77,5	78	74	79,5
Salir con amigos del mismo sexo	75	77	77	81,5	78,5	81,5	81,5	80,5	78	74,5	78
Viajar (siempre que pueda)	61	64,5	68,5	67	66,5	70	69	64	65,5	63	70
Llevar el peinado que quiero	52	53,5	54	55	56,5	54,5	51,5	52,5	56	55	57,5
Oír la radio	47	50	50	46	49	52	47	49	49,5	48	49
Hacer deporte	48	48	47	48,5	47,5	48	46	46	47,5	47	54
Ir a bares, cafeterías...	41	49	48	52,5	53	57	48	47,5	47	46	47,5
Leer libros	44	44,5	42,5	49	53	50	52	47	43,5	42	43
Aceptar un empleo con salario mínimo	46,5	43,5	42,5	42	40	47	41,5	46,5	44	41	44,5
Comprar cintas, discos	38	39,5	43	40,5	45	44	42,5	40	42	38	44,5
Ver televisión	41,5	41,5	40,5	36,5	39,5	39	38	40,5	43	38,5	41,5
Ir a discotecas	37	40,5	41	39,5	37	42	39	39,5	39	37	39
Ir al cine	39	37,5	36,5	40	44,5	41,5	39	38	39,5	34,5	39
Leer el periódico	36,5	34,5	36,5	39,5	43	45	39	37,5	36	33,5	41
Ir a la última de lo que se lleva	39	37,5	37	38	35	40	35,5	33,5	39	35,5	42

distracción, valoran menos la lectura de libros y frecuentan menos el cine. Por el contrario, oír la radio e ir a discotecas lo hacen algo más que otros jóvenes. Para los jóvenes de clase media parece que es algo apetecible el viajar siempre que puedan, mientras que en lo de hacer deporte se asemejan a los de clase baja en el menor interés por el mismo. Tampoco son los que más frecuentan las discotecas, y aunque leer libros sí ocupa parte de su tiempo libre, no es así la lectura de la prensa, en lo que se asemejan más a los jóvenes de clase baja que a los de la clase alta. (Ver *Tabla 26.*)

Las chicas, en relación a los chicos, prefieren algo más que ellos el viajar, oír la radio, leer libros. Por el contrario, hacen menos deporte y leen menos la prensa. A los más jóvenes (15-17 años) les gusta algo más el ir a discotecas y leen bastante menos los periódicos. Por el contrario, los más mayores oyen menos la ra-

dio, ven menos la televisión y acuden menos a las discotecas, practicando también menos deportes y tendiendo más a leer libros. La edad parece marcar, pues, un relativo cambio de gustos en el uso del tiempo libre, en el sentido de más sedentarismo, menos actividades lúdicas y más distracciones formativas y de relaciones sociales. Los jóvenes en el primer ciclo universitario son los «más viajeros», mientras que los que están en estudios primarios son los más tele-adictos. En conjunto, los últimos cursos de la enseñanza superior parecen marcar claramente un cambio de actitudes respecto al uso del tiempo libre. Los jóvenes en esa situación buscan más la compañía de amigos, tienden menos a viajar, leen más, ven menos televisión, oyen menos la radio y han ido dejando de frecuentar las discotecas, siendo más asiduos lectores de periódicos.

Los católicos practicantes, aun dentro

TABLA 29d

Índice de valoración de diversas actividades por sexo, edad y nivel de estudios

	Sexo		Edad			Nivel de estudios			
	Hombre	Mujer	15-17	18-20	21-24	Primarios	Secundarios	1.º ciclo univ.	2.º ciclo univ.
Salir con alguien del otro sexo	78,5	75,5	77,5	78	76,5	78,5	77,5	78	81
Salir con amigos del mismo sexo	78	76,5	77,5	79	77	75,5	78	78	83
Viajar (siempre que pueda)	64	67,5	64	66,5	65,5	61	66	73,5	71
Llevar el peinado que quiero	51,5	56	57	55	50	58,5	56,5	60	49,5
Oír la radio	47,5	50	49,5	50,5	46,5	49,5	51	50	46
Hacer deporte	54,5	40	50	47,5	44,5	47,5	52	44	52
Ir a bares, cafeterías	50	45	45,5	51	47	47,5	46,5	49	44,5
Leer libros	42,5	47,5	40	45,5	48	39	44	52,5	61,5
Aceptar un empleo con salario mínimo	42,5	44,5	41,5	44,5	44	44	39,5	46,5	39,5
Comprar cintas, discos	42,5	39,5	44	42,5	37,5	46	43	44	40,5
Ver televisión	41	39,5	43	41	37	41,5	40	41	34
Ir a discotecas	40,5	38	44	41,4	33	50	40	36	27,5
Ir al cine	37	39	36	39	40,5	36	36,5	39,5	44
Leer el periódico	38	35,5	32,5	37	41	32,5	34,5	41	46,5
Ir a la última de lo que se lleva	37	38,5	41,5	37	33,35	43,5	38	33,5	30,5

de las pautas generales señaladas, parecen ser más austeros en sus ratos de ocio. Así, frecuentan menos bares, cafeterías y discotecas, viajan menos y aun son algo más retraídos en salir con los amigos. Los católicos no practicantes son, sin embargo, los que más se inclinan por cubrir su tiempo libre «saliendo con alguien del otro sexo» y los que en menor porcentaje ocupan su ocio con la lectura.

Indiferentes y ateos muestran pautas algo diferentes de los «creyentes» en su uso del tiempo libre: mayores porcentajes de ellos dedican tiempo a la lectura de libros y de prensa y frecuentan más bares o cafeterías, dedicando menos tiempo a ver la televisión. Parece, pues, que muestran más interés por lo informativo-formativo reposado, y por las relaciones sociales. Existen también algunas diferencias entre ellos: los ateos son los más «cinéfilos», algo menos dados a frecuentar discotecas y algo menos interesados que los indiferentes por salir con amigos del mismo sexo. En general, el factor religioso diferencia ligeramente las actitudes y valoración hacia el uso del tiempo libre, en el sentido de que los «creyentes» en general están más dispuestos a renunciar a algunas actividades lúdicas, y tienen menor tendencia a ocupar su tiempo libre leyendo, mientras se dejan captar más por la televisión.

En cualquier caso, y pese a las ligeras diferencias anotadas, las tendencias de los jóvenes respecto a la ocupación de su tiempo libre son bastante semejantes. Lo mismo ocurre si analizamos el autopoicionamiento político: las diferencias no rompen, básicamente, las posturas de los jóvenes, bastante homogéneas en sus elecciones de ocupación del tiempo libre. Sin embargo, pueden señalarse algunos matices. Así, el conjunto de los jóvenes de centro (izquierda-derecha) y derecha casi no difieren; los que se autopoicionan en la «izquierda» valoran algo más el viajar

y el leer, sin grandes discrepancias con los jóvenes anteriores. Sin embargo, son las dos «extremas» (izquierda y derecha) las que muestran más diferencias con el resto de los jóvenes. Los jóvenes de extrema izquierda muestran porcentajes superiores al conjunto en salir con amistades, frecuentar bares, viajar, leer libros y periódicos e ir al cine. Así, parecen inclinarse más que otros jóvenes hacia lo relacional-intelectual en su uso del tiempo libre. Los de extrema derecha valoran algo más que el resto el hacer deporte, viajar y leer el periódico, pero, a su vez, parecen ser los que «consumen» más televisión.

En general, pues, los jóvenes españoles coinciden básicamente en sus preferencias sobre las actividades que realizan en su tiempo libre. Las de carácter relacional y social y las de conocimiento de nuevos lugares y personas y viajar, son las actividades preferidas. Las de evasión más momentánea, como frecuentar bares, ir a discotecas, ir al cine, etc., tienen su atractivo y ocupan su tiempo en menor medida. Las actividades más intelectuales, informativas o formativas, aunque se dan entre los jóvenes, no se prodigan tanto. En conjunto, el perfil es el de unos jóvenes que buscan, sobre todo, relacionarse con otros, salir de sus ambientes, conocer cosas, sitios y personas, abiertos a una comunicación entre los jóvenes mismos, y algo más escépticos respecto a la «distracción» que pueden aportarles las lecturas u otros medios más pasivos, personalizados o que exijan el esfuerzo de pensar. Una juventud que quiere disfrutar en compañía de semejantes, en contextos distintos de los habituales (casa-estudio-lugar de vivienda), y sin que para ello haya que pagar costes de reflexión o mucho esfuerzo.

Posiblemente, todo lo anteriormente visto refleja, principalmente, en nuestra opinión, la búsqueda por la juventud tan-

to de unos nuevos «espacios» físicos y psíquico-sociales, sobre todo relacionales, como una necesidad de acogimiento afectivo por otras personas, de comprensión de «lo que le pasa», de entendimiento de su identidad y «de lo que está pasando» y ella se encuentra. Junto a esas tendencias más de fondo, que reflejarían sus preferencias de actividades, la juventud se «distrae» y ocupa en diversiones más cotidianas, frecuente pubs, baila, oye su música y presta alguna atención a lo que los medios de comunicación social nos cuentan, pero sin mayor atención a los mismos. Busca algo más sitio social, acogimiento, se entretiene como puede, entre tanto, queriendo vivir —vivir sobre todo—, lo que el mundo de hoy podría ofrecer y no ve fácil alcanzar. La tendencia de los jóvenes a «disfrutar» no deja de encerrar una mezcla de escepticismo y pragmatismo, un algo de frustración y de desconfianza.

3.5 *Exposición y uso de los MCS*

Un agente relativamente importante en marcar, no sólo pautas de conducta a los jóvenes, sino también, como hemos visto, en ser un marco de referencia orientador de sus visiones del mundo, son los medios de comunicación de masas. Ese hecho realza el valor de tales «medios de masas» en su relación con el mundo juvenil.

Cuando consideramos aquí los *Medios de Comunicación social* (MCS) conviene identificar, aunque sea brevemente, a qué nos referimos y qué efectos básicos les atribuimos. Esto nos permitirá valorar el análisis de la «exposición» a esos medios que vamos a tratar de detectar entre los jóvenes españoles.

Entendemos el término «comunicación» como la transmisión de significados entre personas, lo que implica un proceso

en el cual uno o varios comunicadores transmiten símbolos significativos a otros receptores. La comunicación «social» difiere de la individual entre dos personas. Así, decimos que una comunicación es «social» si reúne, al menos, tres características. En primer lugar, que sea indirecta; es decir, mediata, transmitiendo los mensajes a través de una distancia espacio-temporal. En segundo lugar, que sea fundamentalmente unilateral, lo que significa que una de las partes emite continuamente mientras que la otra prácticamente sólo recibe los mensajes sin posibilidad actual de contestar a los mismos. Por fin, la comunicación «social» debe ser pública, lo que implica que los mensajes deben poder llegar sin distinción a cualquier persona que esté en condiciones de tener acceso a ellos, es decir, que no se acote previamente el círculo de los posibles perceptores, que puedan llegar a un público disperso o «colectivo».

Los medios para realizar una «comunicación social» pueden ser variados: letra impresa, radio, televisión, audiovisuales, cine, etc.

En general, la imagen previa que cada persona, o un colectivo de personas, tiene de determinado medio de comunicación social incide en la interpretación de los mensajes y en la eficacia de persuasión de ese medio. Así, por ejemplo, si los jóvenes consideran que la radio «es muy buena para la música moderna», buscarán y valorarán ese medio para recibir los «mensajes musicales», o si consideran que los periódicos, o determinados diarios, contienen información «sesgada» en tal o cual tema, su valoración será baja y la influencia de ese medio, en dicho aspecto, resultará casi nula para los jóvenes. Se trata, por tanto, de un proceso (emisor-receptor) un tanto subjetivo y sujeto a valoraciones previas de muy distintos grados. Con esto se intenta señalar que la fuerza y el poder que muchos atribu-