

POLÍTICA E INTERNET

UNA LECTURA DESDE LOS JÓVENES (Y DESDE LA RED)



POLÍTICA E INTERNET

UNA LECTURA DESDE LOS JÓVENES (Y DESDE LA RED)

Juan Carlos Ballesteros Guerra

Elena Rodríguez San Julián

Anna Sanmartín Ortí

© FAD, 2015

Edita:

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud
Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)
Avda. de Burgos, 1 y 3
28036 Madrid
Teléfono: 91 383 83 48
Fax: 91 302 69 79

Autores:

Juan Carlos Ballesteros Guerra
Elena Rodríguez San Julián
Anna Sanmartín Ortí

Diseño de cubierta:

Estudio Chimeno

Fotografía de cubierta:

1000 Words / Shutterstock.com

Maquetación:

Ediciones Digitales 64

ISBN:

978-84-92454-34-1

PRESENTACIÓN

Una de las consecuencias de la crisis, acaso la única positiva en ese mar de impactos negativos que tanta inseguridad y tanta angustia está provocando en las capas más vulnerables de nuestra sociedad, es el impulso movilizador que ha significado para grupos de jóvenes, cada vez más significativos.

En anteriores investigaciones del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud señalábamos que minorías, pero minorías progresivamente más amplias de gente joven, estaban abandonando ese espacio de irresponsabilidad que el tópico les atribuía, para situarse en posturas claramente comprometidas con las necesidades colectivas, con la gestión de la vida común. El interés por la acción política y por sus protagonistas, desde hacía años en caída libre, estaba resurgiendo, a caballo de fórmulas nuevas, más transversales, más participativas, más enfocadas a objetivos y desafíos concretos y prioritarios en la vida de las personas, y no tanto a postulaciones ideológicas cerradas. Y todo ello a través de un instrumento revolucionario que, en sí mismo, suponía nuevas formas de hacer, nuevas culturas y nuevas organizaciones: Internet.

Todo eso debíamos estudiarlo porque resulta básico. Comenzamos a hacerlo con el estudio *Jóvenes y política* (2005), que establecía los fundamentos teóricos del proceso. Continuamos con el presente texto, que analiza cuantitativamente las posturas frente a este movimiento del colectivo de jóvenes, hombres y mujeres, más presente en la Red. Finalizaremos en próximos meses, con un estudio completo (descriptivo, analítico, genético y operativo) de los movimientos en Internet y de los intentos de hibridación entre ellos y los instrumentos políticos formales.

Estamos convencidos de que, también en política, los cambios llegan para quedarse. Creemos fundamental conocerlos y darlos a conocer a todos los que vamos a ser afectados por los mismos.

J. Ignacio Calderón Balanzategui
Director General
Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud

Presentación	4
1. Introducción, metodología y muestra	7
1.1. Introducción	7
1.2. Metodología y muestra	12
2. Valores y autoimagen	19
2.1. Los valores finalistas	19
2.2. La autoimagen	26
3. La crítica de la política y de las instituciones	30
3.1. Niveles de confianza institucional	30
3.2. Importancia otorgada a problemas políticos	38
4. La visión del modelo sociopolítico y de la acción política tradicional	42
4.1. Sobre el modelo social	42
4.2. Sobre la implicación en la política tradicional	49
5. Actitudes y posturas frente a la praxis política	53
5.1. Asociacionismo	53
5.2. La identidad territorial	56
5.3. El interés por la política	58
5.4. Frente al voto	64
5.5. Otras formas de participación	70
6. Política e Internet	80
7. Las diversas posturas frente a lo político. Una tipología	93

Conclusiones	105
Bibliografía	112
Anexos	
1. Cuestionario	114
2. Tablas	127

1. INTRODUCCIÓN, METODOLOGÍA Y MUESTRA

1.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo central de esta investigación es analizar a través de una encuesta *online* cómo perciben los y las jóvenes españoles la sociedad actual y el sistema político, cuáles son sus canales y modalidades de participación ciudadana, y qué papel juega en todo ello el uso de Internet.

Se trata de estudiar cómo se ven los jóvenes a sí mismos, qué problemas les afectan y cómo valoran la situación social y política actual; en concreto, qué idea tienen sobre cómo ha de ser la sociedad y el gobierno, qué confianza tienen en las instituciones, cuál es su implicación asociativa, cuál es su interés y valoración sobre la política en general, sobre las movilizaciones ciudadanas más actuales (como el 15-M) y sobre el papel que juega Internet para estar al tanto de la actividad política y participar en ella.

Los últimos estudios del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) han puesto de relieve diversos resultados que resulta pertinente recordar y que se interrelacionan en este trabajo. Por un lado, la penetración de Internet y de dispositivos electrónicos entre la población joven y el uso concreto que de todo ello hacen. Las TIC y las redes sociales son entendidas por la población joven como espacios en los que hay que estar, pues facilitan nuevos procesos de integración, y el *yo online* y el *yo offline* se convierten en elementos complementarios, capaces de mostrar diferentes *yoes*, todos ellos igualmente válidos y necesarios para la comunicación y para el establecimiento y mantenimiento de las relaciones sociales y personales (Megías y Rodríguez, 2013).

Los datos cuantitativos avalan así mismo, la relevancia de las TIC en la vida cotidiana de jóvenes y adolescentes. La población joven, y muy en especial los más jóvenes, tiene usos más intensivos de dispositivos y de Internet que el resto de la población (Tabla 1.1).

Resulta pertinente, por tanto, preguntarse y atender a las formas en que Internet puede impactar y contribuir a transformar la presencia de jóvenes en la arena política y en la participación social, qué papel juega en este espacio de interrelaciones. Internet entendido como una herramienta de comunicación, pero también como un nuevo espacio de interacciones, de creación y de posibilidades para una mayor presencia en dinámicas colectivas.

TABLA 1.1. PERSONAS POR EDAD Y TIPO DE USO DE TIC

	PERSONAS QUE HAN UTILIZADO EL ORDENADOR EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES	PERSONAS QUE HAN UTILIZADO INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES	PERSONAS QUE HAN UTILIZADO INTERNET AL MENOS UNA VEZ POR SEMANA EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES	PERSONAS QUE HAN UTILIZADO EL TELÉFONO MÓVIL EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES
16-24 años	94,7	98,3	96,2	99,4
25-34 años	88,9	93,7	89,9	98,7
35-44 años	85,6	89,8	84,2	98,7
45-54 años	76,2	78,2	70,6	96,9
55-64 años	54,2	55,4	50,1	92,2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2014.

Por otro lado, los datos también apuntan a un incremento, ligero pero mantenido en el tiempo, del interés por la política entre la población joven, más acusado desde el estallido de la crisis (Tabla 1.2):

TABLA 1.2. EVOLUCIÓN DEL INTERÉS POR LA POLÍTICA
(% MUCHO + BASTANTE)

	2004 (15-29 años)	2005 (15-24 años)	2011 (15-29 años)	2012 (15-29 años)
Interés por la política	23,3	25,9	31,4	40,7
N	5.000	1.200	1.432	4.786

Fuente: INJUVE (2004). *Informe Juventud en España*, Megias (2005). *Jóvenes y política. El compromiso con lo colectivo*; INJUVE (2011). *Jóvenes, participación y cultura política*. IJE 153; Moreno y Rodríguez (2013). *Informe Juventud en España, 2012*.

El estudio que hizo la FAD en 2005, *Jóvenes y política*, mostraba un interés por la política en general escaso, pues alrededor del 32% de la muestra afirmaba no estar nada o casi nada interesado, porcentaje que casi alcanzaba el 50% si añadimos a quienes mostraban poco interés. Teniendo en cuenta las diferencias de aquella muestra respecto a las otras fuentes, fundamentalmente el hecho de que la franja de edad sólo llegaba a los 24 años, apreciamos que hasta 2012 ha habido un incremento considerable, de 15 puntos. Y ya entonces se apreciaba el papel

emergente de Internet, como canal para estar al día de la actualidad sociopolítica (un 18% elegía esta opción) y, fundamentalmente, como canal idóneo de participación (señalado por un 52%) y de compromiso con acciones puntuales (56%) (Megías, 2005).

Esta evolución en el interés por la política se ha detectado también en el último trabajo del CRS, *Jóvenes y valores*, en el marco de un cambio de tendencias en la escala de valores y en las percepciones de la juventud, respecto a estudios previos. En este sentido, la investigación muestra la inflexión que la crisis ha producido al subrayar la importancia de los valores postmaterialistas, aquellos que marcan la preeminencia de la dimensión social comunitaria, de la búsqueda del bienestar colectivo, frente a los valores materialistas y hedonistas (como el éxito, la popularidad o el vivir al día), que eran más evidentes en el anterior estudio de 2006: “La crisis produce una inflexión que, a la par que subraya los valores de supervivencia, produce una clara movilización en el interés por lo colectivo, al menos en este plano ideal de los objetivos teleológicos, de las finalidades aspiracionales.” (Elzo y Megías, 2014: 124).

En la introducción de esa investigación nos preguntábamos si está cambiando la imagen de una juventud despreocupada y presentista, hacia un perfil más activista y comprometido, y uno de los hallazgos responde en parte a esta cuestión: “si observamos los cambios de la tipología en el contexto más amplio de todo lo descrito sobre valores, actitudes o posturas juveniles, parecería que en 2014 podríamos hablar de que parece que hay un incremento del porcentaje de jóvenes con actitudes más proactivas, más implicados o más dispuestos a implicarse en lo colectivo. Una parte de estos jóvenes cuestiona radicalmente el estado de cosas, pide un cambio de modelo, y parece ir en vanguardia de estos movimientos de transformación a que se aspira. Otra parte, lógicamente algo más numerosa, plantea su compromiso social desde parámetros más ortodoxos, algo más conservadores, sin llegar a cuestionar el orden establecido, aunque sí reclamando su perfeccionamiento.” (Elzo y Megías, 2014: 136).

Esa proactividad atribuida a los y las jóvenes y ese mayor compromiso declarado por lo colectivo, sin embargo, no están reñidos con una enorme desafección hacia las instituciones y, especialmente, a los partidos políticos y sus representantes, a los que se les responsabiliza de no saber dar respuesta a las necesidades de la población general, y a los problemas de la juventud en particular. En una escala de 1-10, donde 1 es “ninguna confianza” y 10 “total confianza”: “Fijándonos en los niveles de confianza que suscitan las instituciones en los jóvenes, encontramos que, en el tramo de “aprobado” de la confianza, a partir del 5,5 de la escala, se situarían el sistema educativo (6,22), las ONGs (6,17) y los medios de información en Internet (6,05). Rozan el ‘aprobado’ las Fuerzas Armadas y la policía (algo más del 5,5), los medios de comunicación convencionales (algo menos de ese 5,5) y la Unión Europea (5,24). Ya en el tramo de la no confianza, de la desconfianza, estarían el sistema judicial, los sindicatos y la patronal (entre el 4 y el 5), y el sistema parlamentario, las instituciones religiosas, el sistema financiero y los partidos políticos (entre el 3 y el 4).” (Elzo y Megías, 2014: 128).

Datos que coinciden con los más recientes del CIS que regularmente publica sus barómetros sobre la percepción de los problemas que afectan a los españoles y al país en su conjunto, así como con las valoraciones que la población general hace de las instituciones y los políticos. Y

que no han de extrañar teniendo en cuenta el marco de crisis en el que las encuestas se han realizado, así como la difícil situación que le está tocando vivir a la actual generación de jóvenes españoles en su transición hacia la edad adulta, con problemas tan acusados como las elevadas tasas de desempleo y precariedad laboral, las dificultades crecientes de acceso a la educación no obligatoria (cambios en los criterios de concesión de becas, aumento de tasas universitarias...), o los derivados de las dificultades para la emancipación, propios del modelo familiar y del sistema productivo que existe en España (Gil Calvo, 2002), pero que se han venido a intensificar con la crisis. Todo ello genera un clima de inseguridad, la percepción de un futuro que se define como inestable e incierto y la crítica, o cuanto menos la suspicacia, respecto al papel de los gobernantes y de las instituciones con responsabilidades en la gestión de la situación actual.

Conociendo todo esto, hemos querido profundizar en la relación específica entre política e Internet, y en cómo esta herramienta y la cultura que la acompaña están transformando las formas de hacer política entre la juventud. Porque si la desafección institucional no implica el desinterés por la política entendida en un sentido amplio, o no se percibe como una tendencia que se intensifique, pueden existir otras formas de participar, otros modelos y formas de hacer política que capten el interés y canalicen las preocupaciones, los intereses y las propuestas de la gente joven. Además, desde el 15-M y las movilizaciones previas, parece ineludible atender a las redes sociales y al uso de la Red en general para entender el funcionamiento del escenario político actual, así como al papel que la gente joven tiene en dicho escenario de participación.

Un papel y unas posturas que serán plurales pues, hemos de insistir, como hacemos habitualmente, en que no existe la juventud como tal, sino una diversidad de formas de ser joven, que hace necesario establecer tipologías, grupos capaces de explicar en su complejidad esa diversidad. Por tanto, el análisis de los datos de la encuesta se completará con la elaboración de una tipología que explique las diferentes formas en que los y las jóvenes participan y se interesan por la política.

Esta publicación se encuadra dentro de una línea de análisis que interesa al Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y que viene trabajando desde 2014. En ese sentido, el CRS puso en marcha un proyecto ambicioso junto con la Universidad Autónoma de Barcelona, que se ha materializado ya en una publicación (Equipo IGOPnet, 2014). Se realizó una primera aproximación al tema de carácter exploratorio sobre las relaciones entre jóvenes, Internet y política, con el fin de conocer las discusiones teóricas al respecto, el estado del arte, e identificar temas clave de interés para un análisis en profundidad:

“Nos encontramos ahora, a principios del siglo XXI, ante una nueva sociedad mucho más heterogénea, diversificada e individualizada, con unos problemas mucho más complejos. Las políticas universales y homogéneas diseñadas e implementadas únicamente desde el Estado, son crecientemente incapaces de dar respuestas a esta nueva realidad. Los cambios sociales y económicos acontecidos globalmente durante las últimas décadas del milenio han configurado una nueva sociedad que requiere de nuevas políticas y nuevas formas de gobierno. Las formas tradicionales de gobierno pues, tienen un grave problema de funcionalidad frente a este nuevo y cambiante escenario.

Sin embargo, los problemas de funcionalidad no son los únicos que ponen en duda la viabilidad de dichas formas de gobierno. En paralelo a la incapacidad de los gobiernos para dar respuestas eficaces a los nuevos problemas se manifiesta también una crisis de legitimidad [...] Las democracias occidentales han experimentado en las últimas décadas vaivenes significativos en la participación electoral y un descenso muy notable en las tasas de afiliación en los partidos políticos y los sindicatos. El desinterés, el escepticismo y el distanciamiento de la ciudadanía respecto a la política tradicional (basada en la participación a través de los partidos, las grandes organizaciones corporativas y las elecciones) apuntan, desde finales del siglo pasado, hacia un cierto estancamiento del modelo democrático predominante.” (Equipo IGOpnet, 2014: 131)

“Los jóvenes han tenido un notable protagonismo en las manifestaciones más visibles y más recientes de esta erosión de legitimidad y de institucionalidad. El trabajo [...] apunta, dados los indicios acumulados, a una creciente (pero nueva) politización de los jóvenes españoles. Una mayor e intensa presencia de la política en sus vidas, fruto de un profundo y muy compartido diagnóstico sobre la crisis de legitimidad del sistema institucional, de los grandes y tradicionales partidos políticos y de la esfera mediática más convencional. No se trata de una politización que podamos definir como ideologizada, o como fácilmente encuadrable en los ‘cajones’ de la estructura político-ideológica que nos acompañó a lo largo de los siglos XIX y XX. De los análisis realizados, se desprende que se trataría más bien de lo que denominaríamos como una ‘politización por necesidad’. Es decir, de la exigencia de respuestas a un conjunto de incertidumbres y de falta de perspectivas que no ven que puedan darse desde unas instituciones cuyos inquilinos se dedican a otros menesteres, más preocupados por su propia posición y por atender a las exigencias del sistema financiero que a las necesidades colectivas. Es precisamente en esta sensación de falta de respuestas del sistema institucional desde donde surge su interés en hacer. Su interés en intervenir, en cambiar las cosas de manera concreta y pragmática.” (Equipo IGOpnet, 2014: 132)

“Internet está muy presente en ese escenario. Es una nueva ventana. Un nuevo mundo de información, acción y relación. Es la nueva esfera pública. Una esfera en la que ellos y ellas viven, se emocionan y actúan. Pero cuya utilidad como palanca para cambiar las cosas tampoco la tienen del todo clara. Dudan sobre el impacto real de las movilizaciones en la red y en la calle. Parecen enfrentados a un muro.” (Equipo IGOpnet, 2014: 133)

De las conclusiones de esa publicación parten también las preguntas de investigación que guían el presente trabajo. Una aproximación, esta vez a través de una herramienta cuantitativa, que tiene así mismo un alcance limitado para abarcar la complejidad de este nuevo escenario al que aluden las conclusiones citadas. Por ello, un tercer acercamiento al tema de las relaciones entre jóvenes, política e Internet se publicará a lo largo de 2015, de la mano del Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona, pues:

“... hay una gran resistencia en el mantenimiento de las formas tradicionales de hacer política, y si bien tenemos suficientes indicios de que los mecanismos de representación y organización de la vida política e institucional, no funcionan como deberían hacerlo, tampoco están muy claras las alternativas. No nos vale con decir que ‘lo viejo’ se contradice con ‘lo nuevo’, cuando de hecho los perfiles no son tan claros y cuando tal contraposición más bien simplifica la complejidad real del tema. Por tanto, indefectiblemente, si queremos afrontar con seriedad el análisis de los jóvenes y sus interacciones con la política y sus vínculos con el universo Internet, hemos de aceptar tal complejidad, abordando la persistencia de las formas tradicionales de acción política, la transformación que éstas presentan con el surgimiento de la Red así como nuevas formas de acción y organización que surgen desde la Red con el propósito de resolver problemas colectivos.” (Equipo IGOInet, 2014: 131)

1.2. METODOLOGÍA Y MUESTRA

El análisis que aquí se presenta planteó la realización de una encuesta *online* a una muestra aproximada de 800 jóvenes, usuarios habituales de Internet y redes sociales, tratando de discernir sus puntos de vista sobre la relación Internet-Política, a partir de un cuestionario específicamente diseñado al respecto.

La metodología cuantitativa es especialmente relevante en el contexto de esta investigación, pues está directamente basada en el paradigma explicativo, en lugar del comprensivo, más perteneciente a los abordajes cualitativos. Este paradigma explicativo utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia. Y se caracteriza por su objetividad y su potencial generalización de resultados.

El cuestionario que recoge las diferentes áreas temáticas a explorar se encuentra en el Anexo 1 de este informe:

- Datos sociodemográficos
- Valores e intereses de los y las jóvenes
- Autoimagen de los y las jóvenes
- Problemas políticos
- Confianza en instituciones
- Asociacionismo
- Modelo social
- Modelo político
- Interés y valoración de la política
- Movimientos políticos e Internet

Para la selección de la muestra se contó con una muestra cualificada de jóvenes, usuarios habituales de Internet entre los 18 y los 25 años de edad. Es bastante típico que se acuda a bases de datos “cualificadas”, en las que se encuentran perfiles de jóvenes como el requerido para este estudio. Una vez seleccionados los participantes, con el requisito de edad (comprendida en la franja establecida) y de ser usuarios habituales de Internet y redes sociales, los entrevistados responden a la encuesta empleando un enlace que les permite acceder a la misma, pudiendo cumplimentarla a lo largo de un plazo de días previamente fijado.

La sencillez del uso de estas bases de datos sólo tiene un inconveniente. En puridad, este proceso de selección no reúne los requisitos de azar y equiprobabilidad de un muestreo probabilístico, con lo cual no puede asegurarse que los resultados sean generalizables a todo el universo de jóvenes. Sin embargo, la penetración de Internet en este grupo de edad roza el 90%, con lo cual, puede afirmarse sin temor a equívoco que los y las jóvenes que han respondido a este cuestionario están muy próximos a los y las jóvenes usuarios habituales de Internet. Y, por extensión, sus respuestas no deberían desviarse mucho del conjunto de jóvenes de esas edades.

La muestra final contó con 921 casos. Una vez obtenidos los resultados, encontramos que existía una variabilidad importante en cuanto a la proporción de sexos presentes en la muestra. Exactamente, un 35,1% de hombres y un 64,9% de mujeres. El desequilibrio era evidente, con riesgo de alterar significativamente los resultados finales. Por esa razón, se decidió ponderar la muestra reequilibrando la variable sexo, hasta un límite aceptable en el que el factor de ponderación máximo y mínimo a aplicar no desvirtuara los resultados pero procurando, a su vez, igualar los más posible a ambos sexos en proporción. Los resultados originales, factores de ponderación y muestra final se explicitan en la siguiente tabla:

TABLA 1.3. PONDERACIÓN POR SEXO

	N ORIGINAL	% ORIGINAL	FACTOR DE PONDERACIÓN	N FINAL	% FINAL
Hombre	323	35,1	1,15	371	46,0
Mujer	598	64,9	0,73	437	54,0
Total	921	100,0		808	100,0

El análisis de los resultados de las diferentes áreas temáticas sigue el esquema que se muestra a continuación:

- Descripción y análisis univariable (medias, tablas de frecuencia) de las diferentes variables, teniendo en cuenta las distribuciones globales de resultados.
- Análisis bivariable: cruce de todas las preguntas por edad, sexo, estudios, actividad, ubicación ideológica e interés por la política, vivencia de religiosidad, adscripción religiosa y clase social subjetiva.

- Análisis multivariados (factorial).
 - Valores e intereses.
 - Confianza en instituciones.
 - Modelo social.
 - Modelo político.
 - Utilidad formas de participación.
- Perfiles de los factores (cruces de medias factoriales con sociodemográficas e ideológicas).
- Análisis clúster con valores.
 - Modelo social.
 - Modelo político.
 - Utilidades.
- Cruce de los clúster resultantes por variables sociodemográficas.

En cuanto a las variables sociodemográficas, algunas han sido recodificadas para un mejor tratamiento y análisis de la información:

Edad. La variable original (de 18 a 25 años) se presenta recodificada en tres posiciones: 18-19 años, 20-22 años y 23-25 años.

Clase social. En los cruces, las cinco posiciones originales se agrupan en: alta + media-alta, media y media-baja + baja.

Actividad. Se recodifica en: sólo trabaja, sólo estudia, trabaja y estudia, en paro y otra situación.

Estudios finalizados y en curso. Ambas variables se recodifican empleando la siguiente escala: secundarios o inferiores, medios y universitarios, y Formación Profesional.

Intensidad religiosidad. La escala de 11 posiciones original (de 0 = baja religiosidad a 10 = alta religiosidad) se vertebró en tres puntos: baja religiosidad (posiciones de 0 a 3), religiosidad media (posiciones 4 a 6 de la escala) y alta religiosidad (posiciones 7 a 10).

Vivencia de religiosidad. La variable nominal original de 8 posiciones (católico practicante, no practicante, protestante/evangélico/baptista, musulmán, creyente de otra religión, ateos, agnósticos y otras) se recodifica en una de 5: católicos practicantes, católicos no practicantes, creyente de otras religiones, ateos y agnósticos.

Ideología. La escala ideológica tradicional (de 0 = extrema izquierda a 10 = extrema derecha) se reconvierte a una de tres posiciones: izquierda y extrema izquierda (0 a 3), centro (4 a 6) y derecha y extrema derecha (7 a 10).

Interés por la política. La escala de interés (de 0 = ningún interés a 10 = total interés) se reconvierte a una de tres posiciones: bajo o nulo interés (0 a 4), interés medio (4 a 6) y alto o muy alto interés (7 a 10).

La composición de la muestra por las variables sociodemográficas, una vez ponderada la muestra, resulta como sigue:

	N	%
Sexo		
Varón	371	46,0
Mujer	437	54,0
Total	808	100,0
Edad		
18 años	48	5,9
19 años	61	7,5
20 años	64	7,9
21 años	93	11,4
22 años	116	14,4
23 años	135	16,7
24 años	122	15,1
25 años	169	20,9
Total	808	100,0
Actividad		
Sólo trabajo	112	13,9
Principalmente trabajo y además estudio	101	12,5
Principalmente estudio y hago algún trabajo	267	33,1
Sólo estudio	264	32,6
Estoy en paro, no hago nada más	45	5,6
Otra situación	14	1,7
Prefiero no contestar	4	0,6
Total	808	100,0
Estudia en la actualidad		
Si	632	78,3
No	176	21,7
Total	921	100,0
Nivel de estudios en curso		
Primarios	1	0,1
Secundarios (Bachillerato, 2º Ciclo ESO, no FP)	29	4,5
Universitarios (diplomatura, licenciatura, grado)	418	66,2
Doctorados, Postgrado (no FP)	67	10,7
FP/Otra formación profesional	109	17,2
Prefiero no contestar	8	1,3
Total	632	100,0

	N	%
Nivel de estudios finalizados		
Primarios (EGB, 1 ^{er} Ciclo ESO)	9	5,1
Secundarios (Bachillerato, 2 ^o Ciclo ESO, no FP)	41	23,5
Universitarios (diplomatura, licenciatura, grado)	57	32,5
Doctorados, Postgrado (no FP)	12	6,8
FP/Otra formación profesional	54	30,7
Prefiero no contestar	2	1,3
Total	176	100,0
Clase social subjetiva		
Alta	5	0,6
Media-alta	91	11,2
Media-media	441	54,6
Media-baja	223	27,6
Baja	30	3,8
NS/NC	18	2,2
Total	808	100,0
Ideología política		
0 (extrema izquierda)	32	4,0
1	30	3,7
2	108	13,4
3	167	20,6
4	100	12,4
5	171	21,1
6	48	5,9
7	41	5,1
8	18	2,2
9	5	0,6
10 (extrema derecha)	3	0,4
NS/NC	86	10,7
Total	808	100,0
Ubicación religiosa		
Católico practicante	53	6,6
Católico no practicante	236	29,2
Protestante/Evangélico/Baptista...	4	0,5
Musulmán	3	0,3
Creyente de otra religión	11	1,3
Indiferente/agnóstico	140	17,3
Ateo/no creyente	293	36,3
Otras	23	2,9
No lo sé/Prefiero no contestar	46	5,7
Total	808	100,0

	N	%
Intensidad religiosa		
0 (nada religioso)	272	33,7
1	87	10,7
2	67	8,3
3	72	8,9
4	46	5,8
5	76	9,4
6	59	7,4
7	57	7,0
8	28	3,4
9	12	1,5
10 (totalmente religioso)	19	2,4
NS/NC	13	1,6
Total	808	100,0

La muestra resultante final presenta algunos matices importantes en su configuración con respecto al conjunto de la población española de la misma edad, que hay que tener en cuenta al interpretar los resultados obtenidos. El método empleado para la selección de los participantes (procedentes de BBDD cualificada *online*) dificulta un reparto de los rasgos sociodemográficos más ajustado al universo real. Las diferencias básicas encontradas, y que hay que contemplar en la lectura de resultados, se dan en los siguientes aspectos:

1. Estudios: para la muestra, comparada con el universo real, el nivel de estudios universitarios es mayor. Entre la población de 18 a 24 años, en el año 2013 el porcentaje de alumnos con estudios universitarios era del 28,6%, frente al 68%¹ de los y las jóvenes de este estudio que declaran estar cursando o haber cursado enseñanzas universitarias².
2. Ideología política: el barómetro CIS de octubre de 2014³ adjudica a los jóvenes de entre 18 y 24 años una nota media en la escala ideológica de 4,38, en la escala de 1 a 10. La nota media en la misma escala de los y las jóvenes de nuestra muestra (en la escala de 0 a 10) alcanza el 3,87. Pese a la diferencia en el rango de la medición, puede afirmarse que los y las jóvenes de este estudio están, de media, más ubicados a la izquierda.

Hay que tener en cuenta, por tanto, que en nuestra muestra está muy representada una variable (nivel máximo de estudios) que, como sabemos por otras investigaciones, es muy influyente en el

1. Suma de los que declaran estar estudiando niveles superiores (incluye doctorados y postgrados) y de los que declaran haberlos terminado.

2. Fuente. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Datos básicos del sistema universitario español. Curso 2013-2014*. Se toma el corte 18 a 24 porque es la edad que maneja la fuente.

3. CIS (2014). *Barómetro octubre 2014 (3041)*. Escala de 1 a 10. Se toma el corte 18-24 por ser el rango que maneja la fuente que más se acerca a la muestra del estudio.

nivel de politización; así como considerar que se escora algo hacia la izquierda en su ubicación en la escala ideológica.

Todo ello afecta de manera relativa a los resultados de este estudio, que deberán entenderse dentro de esta contextualización. Así mismo, es importante señalar que a lo largo del texto se establecen comparaciones con diferentes sondeos de contenidos similares a los que aquí se estudian. La peculiaridad de esta muestra nos obliga a advertir que los datos no son estadísticamente comparables (en algunas encuestas varían las franjas de edad utilizadas, o el rango de la escala empleada), pero sí son indicativos de ciertas tendencias y útiles como llamada de atención sobre nuestros resultados.

2. VALORES Y AUTOIMAGEN

No es éste un estudio acerca de los valores de la juventud española, de los que en el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud se dispone de abundante información¹. Sin embargo, la investigación sobre las relaciones entre Internet y política y los usos y hábitos relacionados requiere empezar por definir la expectativa vital de los y las jóvenes, aun brevemente, con el objetivo de establecer un marco de referencia que ayude a comprender y dar sentido a sus posiciones en relación al tema central del estudio. Una de las formas más clásicas —por su riqueza analítica— de mostrar en qué contexto vital se desenvuelven los y las jóvenes españoles es tratar de presentar y explicar estos valores, que comúnmente denominamos desde el análisis como “valores finalistas”, por cuanto reflejan un conjunto de deseos, intereses y actitudes que marcan u orientan, al menos en cierta medida, sus vidas.

2.1. LOS VALORES FINALISTAS

Para este fin, planteamos una batería de ítems que expresan ciertas ideas clave sobre el desarrollo vital personal y los deseos con respecto al mismo, las relaciones familiares y personales, las aspiraciones profesionales y otros temas que presentan distintas ideas sobre la organización social, la vida comunitaria y, cómo no, acerca de la política. En total, 18 elementos sobre los que los y las jóvenes debían calificar en base a la importancia que tienen en sus vidas, mediante la escala de 0 a 10, donde los extremos representan las posiciones de “nada importante” y “muy importante”. El resultado global se presenta en la siguiente tabla de puntuaciones medias para cada elemento, ordenadas de mayor a menor importancia atribuida (Tabla 2.1).

El análisis de las notas medias permite extraer algunas conclusiones relevantes.

Por una parte, si enfocamos en los dos extremos de las puntuaciones, las más altas —puntuaciones superiores al valor 8— son otorgadas a elementos determinantes en la construcción de lazos de seguridad y estabilidad personal: “tener personas en las que confiar” y “tener buenas relaciones familiares”, ambas dimensiones consolidadas como prioridad trascendental y siempre en los primeros puestos de los intereses de los y las jóvenes, tal y como aparecen en múltiples investigacio-

1. El análisis de los valores finalistas es muy habitual en los estudios del CRS y la FAD sobre jóvenes y existe una buena base bibliográfica sobre los mismos. Véanse los estudios sobre valores: Megias y Elzo (2006). *Jóvenes, valores y drogas*. Madrid: FAD; Megias (2010). *Valores sociales y drogas 2010*. Madrid: FAD/Obra Social Caja Madrid y el reciente Elzo y Megias (2014). *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*. Madrid: CRS-FAD

**TABLA 2.1. IMPORTANCIA DE VALORES FINALISTAS. DATOS EN MEDIAS
(EXCLUIDOS NS/NC)**

IMPORTANCIA EN SU VIDA (0 = NADA IMPORTANTE / 10 = MUY IMPORTANTE)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	6,83	
Tener personas en quien confiar	8,87	1,526
Tener unas buenas relaciones familiares	8,48	1,736
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,21	1,651
Tener una vida sexual satisfactoria	8,08	1,829
Tener éxito en el trabajo	8,06	1,718
Ganar dinero	7,93	1,689
Cuidar el medio ambiente	7,74	1,916
Poder confiar en los responsables públicos	7,27	2,337
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,19	1,735
Ser una persona creativa y emprendedora	7,15	2,039
Respetar las normas y la autoridad	6,76	2,115
Tener muchos amigos y conocidos	6,55	2,214
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,08	2,254
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,83	2,350
Tener éxito social y popularidad	5,66	2,327
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,33	2,579
Interesarse por temas políticos	4,90	2,693
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	2,94	2,791

nes sobre valores (las referencias se encuentran en la nota a pié de página número 1, en este mismo capítulo). La proyección profesional y la seguridad laboral conforman el siguiente nivel —cercano al anterior en puntuación— de elementos relevantes, como “tener éxito en el trabajo” u “obtener un buen nivel de capacitación profesional”, deseos profesionales entre los que se “cuela” la vindicación explícita de una “vida sexual satisfactoria”. En suma, lo individual prima entre los intereses, siempre con la mirada puesta en la búsqueda de una garantía de estabilidad.

En el extremo más bajo de la escala, sin ni siquiera alcanzar un 5 de media, aparecen elementos que podemos considerar muy alejados del contexto de preocupaciones de los y las jóvenes. No es nueva, ni entre los jóvenes ni entre el resto de la población, la extrema desafección hacia la política —al menos, hacia la convencional— como demuestra el 4,90 de nota media que alcanza el ítem “interesarse por temas políticos”. Más indiferencia aún provocan los temas espirituales o religiosos, ya que el valor “preocuparse por cuestiones religiosas” queda por debajo del 3 de nota media. Pese a estas bajas puntuaciones, las desviaciones típicas nos muestran que aun con la distancia generalizada con la que se toman estos temas, existen posturas muy polarizadas hacia las mismas.

Por otro lado, los elementos situados entre los dos extremos son una mixtura de valores. Superposición de elementos que afectan tanto al interés privado como situados en la órbita de lo colectivo. Entre las puntuaciones en el entorno del 7 alto de media, están muy cercanas tanto “ganar dinero” (7,93) como “cuidar el medio ambiente” (7,74), por ejemplo. También parecen prioridades equiparables el que se garantice un cierto orden institucional (“poder confiar en los responsables públicos”, 7,27), como el interés en no descuidar aspectos más relacionados con el propio placer como “disponer de mucho tiempo libre y ocio” (7,19). Lo personal y lo común tienden a igualarse en importancia.

Una combinación parecida ocurre entre los puntos situados más abajo de la escala: algún valor cercano a lo recreativo-hedonista como “tener muchos amigos y conocidos”(6,55) convive en atribución de importancia con elementos de nuevo comunitarios y sociales, como “preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo” (6,08), organizativos, como “respetar las normas y la autoridad” (6,76) o participativos como “hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad”, rozando casi el 6 de valor medio (5,83). Si parece más claro que en los puntos por debajo de éstos aparecen valores presentistas o hedonistas como “tener éxito social y popularidad” (5,66) o “vivir al día sin pensar en el mañana” (5,33).

Aunque en una primera aproximación estos resultados coinciden con lo ya conocido por otros estudios², podemos intentar observar las variaciones en la importancia atribuida a los diferentes valores a lo largo del tiempo, advirtiendo de la diferencia en los rangos de las escalas empleadas (de 0 a 10 para el presente estudio y de 1 a 10 para los estudios de valores anteriores):

2. En el estudio sobre valores de la FAD realizado en 2006, la edad máxima de la muestra fueron los 24 años. Teniendo siempre presente que hay una diferencia de un año entre las muestras de los estudios, consideramos que los datos permiten ver tendencias.

**TABLA 2.2. EVOLUCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE VALORES FINALISTAS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

IMPORTANCIA EN SU VIDA	VALORES 2006* (18-24 años)	VALORES 2010* (18-25 años)	POLÍTICA... 2015** (18-25 años)	DIFERENCIA 2006-2015
Interesarse por temas políticos	4,55	4,10	4,90	0,35
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	7,92	8,09	8,21	0,29
Cuidar el medio ambiente	7,53	8,15	7,74	0,21
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,94	6,09	5,83	-0,11
Tener unas buenas relaciones familiares	8,61	9,07	8,48	-0,13
Tener una vida sexual satisfactoria	8,26	8,69	8,08	-0,18
Ganar dinero	8,15	8,74	7,93	-0,22
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,39	6,27	6,08	-0,31
Tener éxito en el trabajo	8,45	8,32	8,06	-0,39
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,79	8,41	7,19	-0,60
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,99	6,89	5,33	-0,66
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	3,76	3,34	2,94	-0,82
Tener muchos amigos y conocidos	8,23	8,82	6,55	-1,68

* *Jóvenes, valores y drogas* (2006) y *Valores sociales y drogas 2010*: Escala 1-10 (1 = nada importante / 10 = muy importante)

** Presente estudio: *Política e Internet* (2015): Escala 0-10 (0 = nada importante / 10 = muy importante)

Puede comprobarse —tal como ya se hizo en *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología* (Elzo y Megías, 2014)— que, aun manteniéndose estable el orden jerárquico habitual, se observan más tendencias que parecen tener sus momentos clave: 2006, punto inicial del modelo social consumista, 2010, cuando la burbuja en su máximo esplendor va a estallar, y 2014, en que se advierten los estragos y las reacciones ante el estallido. Circunscribiéndose a los dos polos del eje temporal (2006 y 2015), podemos señalar los principales cambios indicadores de tendencias.

Tomando como punto de partida el estudio *Jóvenes, valores y drogas* (Megías y Elzo, 2006), los incrementos en la valoración de importancia se dan en tres ítems, bastante reveladores. El primero por su nivel de progresión es el de “interesarse por temas políticos” que pasa del 4,55 del 2006 al 4,90 actual. Es interesante no solo su incremento, sino que se interrumpe la tendencia a la baja que mostraba este indicador en el año 2010.

Esta notable evolución refleja un mayor interés de los y las jóvenes españoles por los asuntos políticos, hecho que ya se indica en otros estudios (estudios INJUVE, barómetros CIS) y que responde —en buena medida— a la movilización que la situación de crisis económica e institucional genera.

Tampoco se puede obviar, en este caso, que los y las jóvenes de la muestra presentan mayores tasas de estudios superiores que la media de los y las jóvenes españoles en estos tramos de edad, elemento que, como es sabido, tiende a correlacionar con un mayor interés por los temas políticos. En todo caso, los datos vienen refrendados (Equipo IGOPnet, 2014), por la relevante presencia de jóvenes en las distintas movilizaciones populares que exigen transformaciones profundas del actual sistema político, con el ejemplo más palmario del 15-M.

Por otro lado, y en el contexto de la crisis, constatamos que la necesidad de enfrentarse a la misma para los jóvenes pasa por una mayor preparación para afrontar la entrada o permanencia en el mercado laboral³, de lo que da cuenta el ítem “obtener un buen nivel de capacitación profesional”, que no deja de incrementar en este periodo su nota media, pasando del 7,92 al 8,21 actual.

La preocupación por el medio ambiente es otro elemento que sube en valoración de importancia con respecto al 2006: crece del 7,53 al 7,74. Es evidente el interés por estos temas, que siguen ocupando un lugar prioritario entre las preocupaciones de los y las jóvenes españoles.

Los elementos que más han bajado en el *ranking* de importancia otorgada por los y las jóvenes en relación a los estudios de referencia, serían aquellos que más habían crecido en valoración en el contexto de ese modelo social desarrollista y consumista que primaba el bienestar personal y los valores presentistas, que tanto se había señalado hasta 2010 (momento en que la realidad de la crisis impacta en la sociedad española): las relaciones sociales exitosas, disponer de tiempo libre, divertirse, vivir al día. Esos, y el otro valor que no amortigua su caída: la preocupación por cuestiones religiosas.

Un análisis factorial puede agrupar los elementos valorados por los y las jóvenes en función de las puntuaciones que les otorgan y constituirse como variables que podamos comparar con los diferentes perfiles de jóvenes.

3. Rodríguez y Ballesteros (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: CRS-FAD.

TABLA 2.3. MODELO FACTORIAL VALORES FINALISTAS.

FACTORES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4
% Varianza explicada: 55,71%	28,7%	11,9%	8,8%	6,1%
Cuidar el medio ambiente	.755			
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	.703			
Tener personas en quien confiar	.643			
Tener unas buenas relaciones familiares	.557			
Tener una vida sexual satisfactoria	.490		.419	
Poder confiar en los responsables públicos	.488			
Respetar las normas y la autoridad	.378			.338
Vivir al día sin pensar en el mañana		.734		
Disponer de mucho tiempo libre/ocio		.710		
Tener muchos amigos y conocidos		.669		
Tener éxito social y popularidad		.543	.508	
Ser una persona creativa y emprendedora		.504		
Ganar dinero			.810	
Tener éxito en el trabajo			.743	
Interesarse por temas políticos				.748
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales				.700
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo				.655
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad				.553

Kmo:.852/Rotación Varimax

**TABLA 2.4. FACTORES POR VARIABLES SOCIO DEMOGRÁFICAS.
DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES.**

FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4
Mujeres (.17) Bastante o mucho interés en la política (.16) Izquierda y extrema izquierda (.18) Agnósticos (.14) y ateos (.12) Baja o nula religiosidad (.11) Clase social baja y media baja (.15) Derecha y extrema derecha (-.38) Católico pract. (-.33) Clase media alta y alta (-.14)	Nulo o poco interés en la política (.12)	18-19 (.24) Derecha y extrema derecha (.56) Católico pract. (.24) y no pract. (.29) Alta o muy alta religiosidad (.31) Clase social alta y media alta (.19) Izquierda y extrema izquierda (-.23)	18-19 (.21) Secundarios (.13) y Universitarios (.11) Bastante o mucho interés en la política (.39) Católico pract. (.60) Alta o muy alta religiosidad (.63) Clase social alta y media alta (.14) No se posiciona ideológicamente (-.46) Solo trabajo (-.22) y en paro (-.25) FP (-.18) Nulo o poco interés en la política (-.55)

El modelo generado extrae cuatro factores, que explican conjuntamente el 55,7% de la varianza:

El **primer factor**, que explica la mayor parte de la varianza con un 28,7% se compone de los elementos de seguridad, estabilidad y desarrollo personal; de ahí las variables que lo conforman, como “tener buenas relaciones familiares”, “tener personas en las que confiar”, “ganar dinero”, “poder confiar en los responsables públicos”. También lo componen, de forma más prioritaria por su puntuación, los ítems “obtener un buen nivel de capacitación profesional”, “tener una vida sexual satisfactoria” y “cuidar el medio ambiente”. Es un factor en el que está lo esencial de las preocupaciones de los y las jóvenes: estabilidad, seguridad, desarrollo personal y preocupaciones sociales y ambientales.

Todos los ítems que se agrupan en este factor alcanzan notas medias de importancia elevadas, de manera general. Pero determinados perfiles de jóvenes aún los puntúan más alto, como las mujeres, los jóvenes posicionados en la izquierda y extrema izquierda ideológica, aquellos que se declaran de clases bajas y medias bajas, preferentemente los agnósticos y ateos —y de ahí también los que declaran baja o nula intensidad religiosa— y aquellos que tienen bastante o mucho interés en la política. Puntúan más bajo en el factor los que se posicionan en la derecha y extrema derecha, los que se declaran católicos practicantes, clases altas y con poco interés en la política.

El **segundo factor** explica un 11,9% y se compone de los elementos que podríamos calificar como más hedonistas: “disponer de mucho tiempo libre y ocio”, “tener muchos amigos y conocidos”, “tener éxito social y popularidad” (que comparte con el siguiente factor), “vivir al día sin pensar en el mañana” —el de mayor peso en el factor— o “tener una vida sexual satisfactoria” y, sin relación aparente con el resto y siendo el elemento que menos peso tiene en el factor, “ser una persona creativa y emprendedora”.

Por perfiles de jóvenes es el menos definido; tan sólo podemos anotar que han puntuado más alto en las variables que lo conforman los que declaran tener un bajo o nulo interés por la política.

El **tercer factor** —y el siguiente— explican ya una parte baja de la varianza, concretamente este tercero el 8,8%, al que podríamos definir como el más “materialista” ya que incorpora los ítems “ganar dinero” y “tener éxito en el trabajo”, además de compartir el anteriormente mencionado “tener éxito social y popularidad”.

Apuntan más alto en el mismo los más jóvenes, los que se encuadran en clases media alta y alta, de derecha y extrema derecha, así como los católicos tanto practicantes como no practicantes.

Casi tan definido como el primero es el **cuarto** y último factor, pese a su escaso peso explicativo en el conjunto de valores de los y las jóvenes, un 6,1%. Lo componen las variables que revelan inquietud por lo colectivo como “cuidar el medio ambiente”, “preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo”, “preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales”, “interesarse por temas políticos” y “hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad”.

El perfil de los y las jóvenes que valoran más el conjunto de estos ítems es bastante claro: los más jóvenes, aquellos con estudios secundarios o universitarios, los que tienen un alto interés por la política, lo que se declaran católicos practicantes, de alta intensidad religiosa —no en vano en este factor está el ítem vinculado a creencias religiosas— y pertenecientes a las clases alta y media alta.

2.2. LA AUTOIMAGEN

Tras analizar lo que importa a los y los jóvenes, su sistema de valores, un segundo paso en lo que se refiere a su definición es constatar la imagen que tienen de sí mismos, construida a partir de una batería de elementos entre los que debían escoger tres, como máximo. El abanico de posibilidades se construyó alrededor de 20 ítems, que combinan definiciones positivas y otras no tan favorables en cuanto a la propia imagen. Dado el formato de respuesta múltiple, la tabla que presenta los resultados ofrece tanto el porcentaje de menciones como el porcentaje de jóvenes que han seleccionado cada ítem; este último es el que servirá para comentar los datos.

Las elecciones de atributos más intensas que los jóvenes realizan y que son escogidas por más de la mitad de los mismos son dos: “trabajador” (seleccionada por casi el 55%) y “responsable” (atributo que escoge casi el 52%).

TABLA 2.5. RASGOS DE IDENTIFICACIÓN. SELECCIÓN MÁXIMO DE TRES RASGOS.

¿HASTA QUE PUNTO CREES QUE TE IDENTIFICAS CON ESTOS RASGOS?	N (TOTAL MENCIONES)	% MENCIONES (SOBRE TOTAL MENCIONES)	% PERSONAS QUE MENCIONAN
Trabajador/a	444	18,6	54,9
Responsable	417	17,5	51,7
Independiente	205	8,6	25,3
Honrado/a	193	8,1	23,9
Leal	163	6,8	20,2
Comprometido/a	148	6,2	18,4
Tolerante	142	6,0	17,6
Maduro/a	139	5,8	17,2
Solidario/a	124	5,2	15,3
Generoso/a	120	5,0	14,8
Bien integrado/a en la familia	78	3,3	9,6
Poco contento/a con mi situación	52	2,2	6,4
Consumista	43	1,8	5,3
Participativo/a, preocupado/a por lo público	41	1,7	5,1
Rebelde	29	1,2	3,6
Pensando sólo en el presente	14	0,6	1,7
Egoísta	11	0,5	1,4
Con poco sentido del sacrificio	11	0,5	1,4
Indolente, aburrido/a	6	0,3	0,8
Con poco sentido de deber	2	0,1	0,2
Total	2.383	100,0	294,9

A distancia —alrededor del 25% de jóvenes (uno de cada cuatro) optan por los mismos— hay tres atributos que también muestran elementos de autoimagen positivos: el rasgo “independiente” encabeza la triada, seguido muy de cerca por “honrado” (casi el 24% lo nombra) y “leal”, con un 20% de jóvenes que lo escogen para definirse. Poco menos importantes por el porcentaje de jóvenes que los seleccionan resultan los rasgos de “comprometido” (18,4%), “tolerante” (17,6%) y “maduro” (17,2%), así como “solidario” (15,3%) y “generoso” (14,8%).

En suma, los y las jóvenes destilan en sus preferencias una buena autoimagen. Sorprende en este *ranking* la escasa selección del atributo “bien integrado en la familia” (sólo lo escoge un 9,6%), dada la importancia que se concede a la misma en la escala de valores de los y las jóvenes, pero esto no es incompatible con que se prioricen otros aspectos de la imagen personal.

Mucho menos presentes en las elecciones de los y las jóvenes son el resto de rasgos que mayoritariamente, coinciden con aquellos menos atractivos. Hay un claro rechazo a definirse de forma negativa, como lo demuestra la escasa elección de atributos como “con poco sentido del deber”, “indolente” o “egoísta”, y así con todos los elementos negativos.

Estos resultados coinciden casi punto por punto con los obtenidos en el estudio de Elzo y Megías, de 2014, y abundan en el cambio de tendencia condicionada por la crisis y que en el citado trabajo se refirió: una cierta reivindicación de los valores más ortodoxos, de las virtudes tradicionales, un cambio de imagen de unos jóvenes que hasta hace poco se describían como “pasotas”, “egoístas” o “divertidos”, y que, en la nueva situación, reivindican una imagen nueva, quieren verse de otra forma.

La uniformidad valorativa de su imagen no excluye ciertas diferencias entre los y las jóvenes. La tabla siguiente (2.6) presenta algunas distinciones en determinados rasgos, en concreto, en aquellos perfiles de jóvenes que seleccionan ítems por encima de la media general (tablas completas en Anexo 2: A2.10 a A2.18):

- Los que se definen como más trabajadores que la media suelen estar laboralmente activos y tener estudios superiores, además de declararse católicos y estar encuadrados en las clases altas o muy altas.
- Los católicos no practicantes y los que declaran poco interés en la política se autodenominan más que el resto como “responsables”.
- Mas “independientes” que la media se definen los confesos de otras religiones, así como los ateos y agnósticos, que además declaran una baja religiosidad.
- Los varones, y quienes tienen estudios secundarios se perciben como más “honrados” que el resto de sus compañeros.
- Los que se perciben a sí mismos como más tolerantes son quienes se declaran ateos o agnósticos y tienen bajo sentimiento religioso.
- Los descontentos con su situación son aquellos que se encuentran en paro, con estudios secundarios o que se autoubican en las clases baja o muy baja. No deja de ser un atributo coherente con la situación personal que expresan tener.

**TABLA 2.6. RASGOS DE IDENTIFICACIÓN*.
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS POR PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS. $P < 0.05$**

TRABAJADOR/A	RESPONSABLE	INDEPENDIENTE
Sólo trabajo Universitarios/FP Católicos practicantes y no practicantes Clase alta o muy alta	Católicos no practicantes Nulo o poco interés en la política	Otras confesiones, agnósticos y ateos Baja o nula religiosidad
HONRADO/A	TOLERANTE	POCO CONTENTO/A CON MI SITUACIÓN
Hombres Estudios secundarios	Ateos y agnósticos Baja o nula intensidad religiosa	En paro/otras situaciones Secundarios Clase social baja o muy baja

* Sólo se muestran los ítems donde existen diferencias significativas.

3. LA CRÍTICA DE LA POLÍTICA Y DE LAS INSTITUCIONES

3.1. NIVELES DE CONFIANZA INSTITUCIONAL

Entrando más de lleno en el ámbito político y en las relaciones de los y las jóvenes con la política, parece pertinente recoger las opiniones y valoraciones sobre el entramado institucional. Diferentes estudios e investigaciones (barómetros CIS, estudios INJUVE, etc.) demuestran la creciente y profunda desafección de los ciudadanos por el orden político “clásico”, efecto de la crisis social, económica e institucional que sufre el país desde el año 2008 y para la que la política y los recursos institucionales tradicionales —en opinión de una buena parte de la sociedad y también de los y las jóvenes— no parecen haber sido capaces de dar respuestas solventes.

La tabla que se presenta a continuación (3.1) presenta el nivel de confianza hacia diferentes instituciones, referidas a los principales aspectos que regulan la vida civil. La medición se basa en la escala de 0 (no se confía nada en absoluto) a 10 (se confía plenamente en la misma).

La ordenación de los resultados nos indica una generalizada desconfianza hacia la mayoría de instituciones u organizaciones por las que se ha preguntado a los y las jóvenes. Sólo dos superan ligeramente el 5 de media, lo que sería un aprobado mínimo en confianza, ambas fuera del entramado institucional “oficial”: ONGs y medios de comunicación a través de Internet, una y otra con una nota muy similar (5,09 y 5,06, respectivamente).

Rozando el aprobado y posicionadas en la órbita de una confianza media-baja (el 4 alto de nota), otras dos: la policía y el sistema educativo. Muy preocupante es la nota otorgada a esta última institución, que no llega al “aprobado” en confianza, por cuanto se supone que la educación, uno de los pilares del Estado del bienestar, es una oportunidad —acaso la única— para los y las jóvenes de superar la crítica situación laboral pero, al mismo tiempo, incapaz de adaptarse a las demandas del mercado de trabajo, de garantizar una mejor “empleabilidad”, precisamente una de las mayores críticas hacia el sistema educativo, en especial hacia la enseñanza superior. Esta baja nota tiene aún más sentido si consideramos la composición por estudios de los y las jóvenes de la muestra empleada, donde una clara mayoría declara formación superior, muy por encima de la media nacional. Es posible que, al cabo, el que el sistema educativo obtenga tan baja nota sea el resultado de la percepción de aquellos que han pasado por sus niveles más altos¹.

1. Precisamente en el estudio de Rodríguez y Ballesteros (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: CRS-FAD, se apunta la misma tesis. La crítica hacia el sistema de enseñanza se eleva entre aquellos que han pasado por niveles formativos superiores que, en su opinión, están perdiendo valor de “empleabilidad” para enfrentarse a la crisis de empleo actual.

**TABLA 3.1. CONFIANZA INSTITUCIONAL. DATOS EN MEDIAS.
(EXCLUIDOS NS/NC)**

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = NADA EN ABSOLUTO / 10 = PLENAMENTE)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	3,52	
ONGs	5,09	2,508
Formas/medios de información a través de Internet	5,06	2,361
Policía	4,59	2,641
Sistema educativo	4,30	2,605
Fuerzas Armadas	3,98	3,031
Unión Europea	3,95	2,450
Sistema Judicial	3,56	2,410
Medios de comunicación convencionales	3,49	2,308
Sindicatos	2,99	2,425
Parlamento	2,92	2,381
Patronal	2,64	2,238
Sistema financiero/bancario	2,19	2,276
Iglesia	1,89	2,472
Partidos políticos	1,76	2,006

El resto de instituciones “fracasan” de manera más notable que las anteriores en cuanto a la confianza depositada en ellas, algunas cuya repercusión en la vida pública es esencial. La Unión Europea, cuyas políticas financieras y económicas supuestamente y en opinión de voces autorizadas tanto han influido en la profundización y alargamiento de la crisis, sólo llega al 3,95. Más grave, por su papel decisivo en la regulación de la vida democrática, parece la crítica mirada sobre el poder judicial, que apenas supera el 3,5 de media de confianza. O sobre los medios de comunicación convencionales, teóricos garantes de la diversidad de opiniones y la libertad de expresión, con una muy similar nota de 3,49. O los sindicatos, que ni siquiera alcanzan el 3. Al igual que el organismo representativo de la soberanía popular, el Parlamento, al que sólo se le concede un 2,92 de confianza.

Tampoco sorpresivas, a tenor del papel que se le ha asignado públicamente en la actual crisis económica, son las elevadas suspicacias hacia ciertos organismos sobre los que la ciudadanía carga una buena parte de la responsabilidad de la situación: el sistema financiero obtiene el 2,19 y la patronal, el 2,64. Cerrando la clasificación por abajo, los partidos políticos, que no consiguen ni siquiera el 2 de puntuación media, ejemplificando perfectamente la grave desavenencia entre los y las jóvenes y la política tradicional.

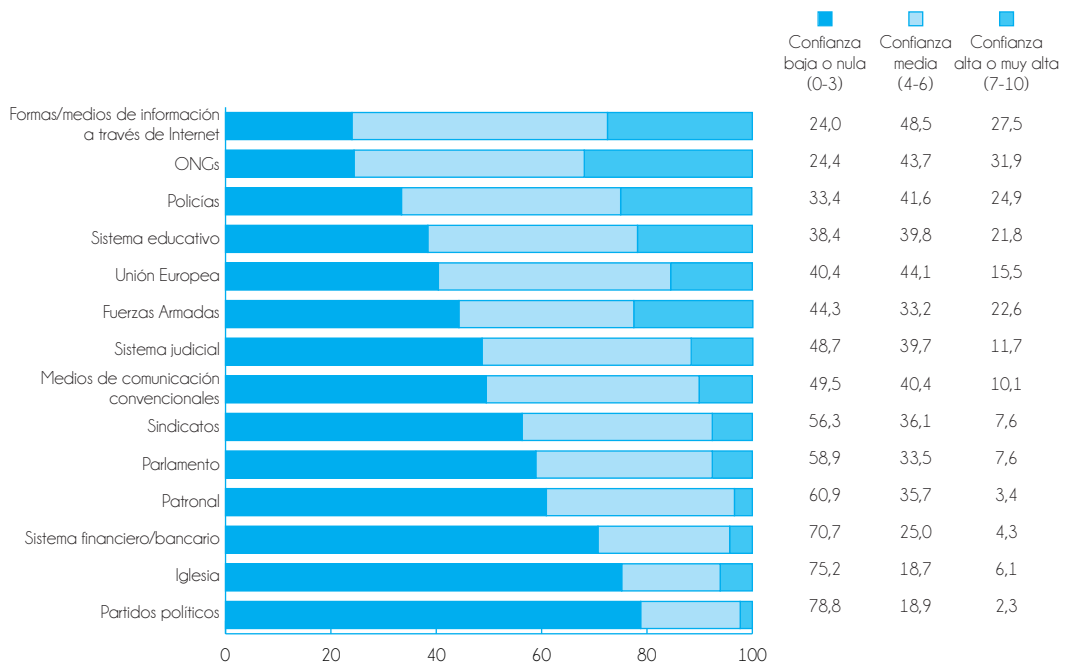
En suma, la confianza en el entramado institucional está bajo mínimos. Ahora bien, a todo ello hay que superponer ciertos matices, pues lejos de lo que podría pensarse, tales valoraciones no son tan unánimes como aparentan, algo que podemos comprobar fijando la mirada en las desviaciones típicas, muy altas en algunos casos.

Un análisis más estructural (Gráfico 3.1) nos da la posibilidad, agrupando las puntuaciones en tres tramos —baja o nula confianza (puntuaciones de 0 a 3), confianza media (de 4 a 6) y alta o muy alta confianza (de 7 a 10)— de observar distintas miradas hacia el conjunto de organismos.

- Existe bastante unanimidad en cuanto a la desconfianza hacia tres organismos: la Iglesia, el sistema financiero/bancario y los partidos políticos; las tres superan el 70% de jóvenes que muestran hacia las mismas un grado muy bajo —o directamente nulo— de confianza. En el caso de los partidos, casi el 80% de los y las jóvenes desconfían de los mismos en un grado muy elevado.
- Esta unanimidad en relación a lo negativo se quiebra progresivamente al observar al resto de instituciones, por ejemplo, las posicionadas en el entorno del 56-60% de porcentaje de jóvenes que les adjudican notas bajas: la patronal (60,9%), el Parlamento (58,9%) y los sindicatos (56,3%). Si bien la confianza en las mismas es mayoritariamente baja, hay amplios sectores de jóvenes, entre el 33% (en el caso del Parlamento) y el 36% (sindicatos) que les adjudican notas medias de confianza, entre 4 y 6.
- Las FFAA, los medios de comunicación convencionales y el sistema judicial reciben bajas notas de confianza de forma discretamente mayoritaria (44,3%, 49,5% y 48,7%, respectivamente), pero un significativo grupo de jóvenes les otorga valores medios (33,2%, 40% y 39,7%). Es decir, existe una mirada crítica sobre las mismas, indudable, pero también amplios sectores juveniles que son algo más benevolentes. Incluso en el caso de las FFAA, un nada despreciable 22,6% le otorga una nota de 7 o más. Los resultados detallados de la valoración de las diferentes instituciones por perfiles sociodemográficos pueden consultarse en el Anexo 2 (tablas A3.1 a A3.9).

Para el resto de instituciones, la situación cambia: son más los y las jóvenes que les otorgan puntuaciones medias o altas en confianza que los que las califican de manera negativa, aunque el porcentaje de estos últimos es muy relevante. Son ejemplo de ello la policía, el sistema educativo y la UE. Incluso para las dos únicas instituciones que “aprueban” —ONGs y medios de comunicación a través de internet— existe un buen número de jóvenes que les adjudican puntuaciones negativas (1 de cada 4 jóvenes les adjudica un valor entre 0 y 3 en la escala de confianza).

GRAFICO 3.1. CONFIANZA EN INSTITUCIONES.
DATOS EN % EN LA ESCALA AGRUPADA. EXCLUIDOS NS/NC



No se puede eludir el tono crítico hacia las instituciones —para algunas incluso muy descalificador— que se desprende de estas valoraciones, incluso para aquellas mejor situadas comparativamente en la escala de confianza. Ahora bien, salvo para algunas que son rechazadas absoluta y unánimemente, parecen existir bastantes discrepancias, algunas muy marcadas, en cuanto a su confiabilidad. La mirada de los y las jóvenes hacia las mismas no es tan compacta como pudiera pensarse en un principio.

Para analizar la evolución de los indicadores de confianza institucional se han tomado como referencia tres estudios de INJUVE en los años 2008, 2009 y 2011, con las cautelas que implica el que difieren del presente estudio en los rangos de edad de los y las jóvenes (de 15 a 29 años) y, de ellos, los ítems que coincidían con los utilizados en esta ocasión. A la vista de los resultados, es evidente el deterioro en la confianza en casi todas instituciones, de las que solo se “salva”, en comparación, las ONGs, únicas organizaciones que en este estudio superan el 5 de valoración media de confianza. Otras como la policía, el ejército y la UE, que obtenían aprobados en años anteriores, no logran superar en este estudio el 5 de media. El resto obtienen una valoración bastante negativa por parte de los y las jóvenes de nuestro estudio, apreciable descenso fruto de un proceso continuado de deterioro de la imagen de las instituciones, afectadas por la percepción de una potente crisis institucional (sin que podamos descartar insistimos, el sesgo introducido por el peculiar carácter de nuestra muestra).

**TABLA 3.2. EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA INSTITUCIONAL.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

CONFIANZA EN INSTITUCIONES	INJUVE 2008 ¹ (15-29 años)	INJUVE 2009 ² (15-29 años)	INJUVE 2011 ³ (15-29 años)	POLÍTICA... 2015 ⁴ (18-25 años)
ONG	5,7	6,19	6,09	5,08
Ejército		5,31 ⁵	5,61 ⁵	3,98
Patronal	4,8 ⁶			2,64
Las instituciones religiosas		3,18 ⁷	3,02 ⁷	1,89
Policía	5,4			4,59
Unión Europea	5,5			3,95
Sistema judicial	4,8 ⁸			3,56
Sindicatos	5,1	4,03	3,77	2,99
Sistema parlamentario	4,4 ⁹	3,57 ⁹	3,53 ⁹	2,92
Partidos políticos	3,8	3,08	3,14	1,76
N	5.000	850	809	808

1. López *et al.* (2008). *Informe Juventud en España 2008*. Madrid: INJUVE.

2. INJUVE (2009). *Jóvenes, participación y cultura política*. IJE 142. Madrid: INJUVE.

3. INJUVE (2011). *Jóvenes, participación y cultura política*. IJE 153. Madrid: INJUVE.

4. Presente estudio: *Política e Internet* (2015).

Se pregunta por:

5. "FFAA"; 6. "Organizaciones empresariales"; 7. "La iglesia católica"; 8. "Tribunales de justicia"; 9. "El Congreso de los diputados".

Los y las jóvenes de nuestro estudio se muestran incluso bastante más críticos que la población general que responde a la muestra del Encuesta Social Europea (ESE, 2012-2013): salvo para la Unión Europea, nuestra muestra otorga valoraciones de confianza bastante menores, en especial a la policía y al sistema parlamentario.

Puede que esta reflexión más crítica sobre las instituciones tenga su razón de ser en que los y las jóvenes de nuestro estudio se muestran mucho más interesados —y, por ello, preocupados— por la política que en anteriores análisis. A la pregunta sobre el grado de importancia otorgado al ítem "preocuparse por temas políticos", un 33,6% puntuaba en 2014² entre 7 y 10 de la escala;

2. Elzo, J. y Megías, E. (codirectores) (2014). *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*. Madrid: CRS - FAD.

para el estudio actual, es el 41,7%. Algo más de 8 puntos porcentuales de diferencia. Es indudable que ese interés ha experimentado un impulso notable, independientemente de la cualificación de nuestra muestra, pues entre 2006 y 2014 el indicador experimenta un incremento no espectacular, pero sí suficientemente indicativo: del 27,1% de jóvenes interesados altamente en temas políticos se pasa al 33,6% (Tabla 3.4).

**TABLA 3.3. COMPARATIVA DE LA CONFIANZA INSTITUCIONAL
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

CONFIANZA EN INSTITUCIONES	ESE 2013 ¹ (15-64 años)	POLÍTICA... 2015 ² (18-25 años)
Policía	5,88	4,59
Unión Europea	3,92 ³	3,95
Sistema judicial	3,70 ⁴	3,56
Sistema Parlamentario	3,43 ⁵	2,92
Partidos políticos	1,88	1,76

1. Encuesta Social Europea (2012-2013). Ronda 6. Reino Unido: ESS-ERICK.

2. Presente estudio: *Política e Internet* (2015).

Se pregunta por:

3. "Parlamento Europeo"; 4. "Sistema legal"; 5. "El Parlamento español".

**TABLA 3.4. COMPARATIVA IMPORTANCIA EN SU VIDA DE
"INTERESARSE POR TEMAS POLÍTICOS". DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE...	VALORES 2006 ¹ (18-24 años)	VALORES 2014 ² (18-24 años)	POLÍTICA... 2015 ³ (18-25 años)
Interesarse por temas políticos (puntos 7 a 10 en la escala de importancia)	27,1	33,6	41,7

1. Megias y Elzo (2006). *Jóvenes, valores, y drogas*. Madrid: FAD.

2. Elzo y Megias (2014). *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*. Madrid. CRS-FAD. Con los rangos de edad de este estudio ocurre lo mismo que con respecto al estudio de valores 2006, cuya edad máxima era de 24 años. Pese a que existe una diferencia de un año con el presente estudio, consideramos de interés contrastar los resultados.

3. Presente estudio: *Política e Internet* (2015).

El análisis de la confianza sobre las instituciones termina con un modelo factorial de tres factores, como muestra la tabla siguiente (3.5) y que agrupa a todas las instituciones consideradas:

TABLA 3.5. MODELO FACTORIAL CONFIANZA INSTITUCIONAL

FACTORES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
% Varianza explicada: 62,553%	44,42%	10,46%	7,6%
Sindicatos	.810		
Patronal	.797		
Partidos políticos	.744		
Parlamento	.627		
Medios de comunicación convencionales	.443	.425	
FFAA		.814	
Policia		.720	
Iglesia		.693	
Sistema financiero	.506	.577	
Sistema judicial		.507	
Medios comunicación Internet			.797
ONG			.687
Sistema educativo			.542
Unión Europea			.515

Kmo:.900/Rotación Varimax

De los tres factores, el primero, con un 44,42% de peso explicativo de varianza, agrupa a instituciones como los sindicatos, la patronal, los partidos, el Parlamento y los medios de comunicación convencionales. Es un factor que agrupa a las instituciones más “clásicas” y representativas del sistema institucional actual. Son los representantes de la política tradicional, en su sentido más amplio. La Tabla 3.6 explica el perfil de jóvenes más y menos presentes en el mismo. Puntúan más alto en este factor las mujeres, los más jóvenes, aquellos que declaran un interés medio hacia la política y que pertenecen a las clases alta y media alta. Por el contrario, este factor “expulsa” a quienes declaran un bajo interés por la política y que se posicionan en la derecha y extrema derecha ideológica.

El segundo factor, que explica el 10,46% de la varianza en las puntuaciones, reúne las FFAA, la policía, la Iglesia, además del sistema financiero y judicial. Ley, orden y moral —religiosa— se agrupan en el mismo. Y aparece bastante claramente el perfil de quienes elevan su puntuación de confianza hacia estas instituciones; concretamente los interesados medianamente en política, aquellos de derecha y extrema derecha, los católicos practicantes y no practicantes, los que declaran alta religiosidad y los y las jóvenes que se autoubican en clases alta y media alta. A tenor de estos perfiles, en este factor son muy minoritarios los encuadrados en la izquierda ideológica y los que se confiesan ateos.

El tercer y último factor agrupa a las dos instituciones mejor valoradas en confianza (ONGs y medios de comunicación por Internet), además de a la UE y al sistema educativo. Organizaciones fuera de la política clásica y conocida y, en algunos casos, que ejercen de contrapeso a la misma. En correlato con lo que estamos comprobando en los anteriores factores, son mucho mejor puntuadas por los que se posicionan a la izquierda y extrema izquierda y que se declaran agnósticos o ateos, siendo mucho peor valoradas por sus contrapartes ideológicos (puntuán mucho más bajo aquellos que se autoubican a la derecha, los muy religiosos o los que no aparecen en absoluto interesados en la política).

TABLA 3.6. FACTORES RESUMEN POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES.

FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
Mujeres (.13)	Interés medio en política (.18)	Izquierda y extrema izquierda (.17)
Entre 18-19 años (.27)	Derecha y extrema derecha (1.05)	Agnósticos (.17) y ateos (.14)
Interés medio en política (.19)	Católicos practicantes (1.29) y no practicantes (.44)	En paro (-.31)
Clase social alta y media alta (.27)	Alta o muy alta religiosidad (.75)	Nulo o poco interés en la política (-.24)
Nulo o poco interés en la política (-.21)	Clase social alta y media alta (.24)	Derecha y extrema derecha (-.37)
Derecha y extrema derecha (-.33)	Izquierda y extrema izquierda (-.53)	Católicos practicantes (-.64)
	Ateos (-.48)	Alta o muy alta religiosidad (-.27)

La distinción entre niveles de confianza institucional parece más que clara; los segmentos de jóvenes más ubicados en un grado elevado de religiosidad y orientados a la derecha y extrema derecha siguen sustentando niveles de confianza medios e incluso elevados hacia las instituciones tradicionales, mientras que los y las jóvenes de izquierdas y no religiosos son bastante más críticos con todas, excepto con las que están situadas fuera de la órbita de los organismos o instituciones del sistema “formal”.

3.2. IMPORTANCIA OTORGADA A PROBLEMAS POLÍTICOS

La falta de confianza generalizada de los y las jóvenes en las instituciones —en algunas más que en otras, como se ha demostrado— no es más que el escaparate de un sentimiento más profundo de decepción ante la política tradicional, como comprobaremos en el punto siguiente, cuyo objetivo es acreditar el grado de importancia que los y las jóvenes adjudican a determinados problemas políticos. Para ello se planteó una batería de siete elementos que los jóvenes debían puntuar en función de su importancia para el funcionamiento del sistema, empleando la escala de 0, que significa que no es nada importante, a 10, que significa muy importante (Tabla 3.7).

**TABLA 3.7. PROBLEMAS POLÍTICOS (IMPORTANCIA OTORGADA).
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC**

GRADO DE IMPORTANCIA DE PROBLEMAS (0 = NADA IMPORTANTE / 10 = MUY IMPORTANTE)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	7,72	
La corrupción política	9,05	1,989
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,63	2,131
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,40	2,173
La escasa participación ciudadana en la política	7,47	2,406
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,45	2,245
La poca autoridad de los gobiernos	6,63	2,670
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,42	2,628

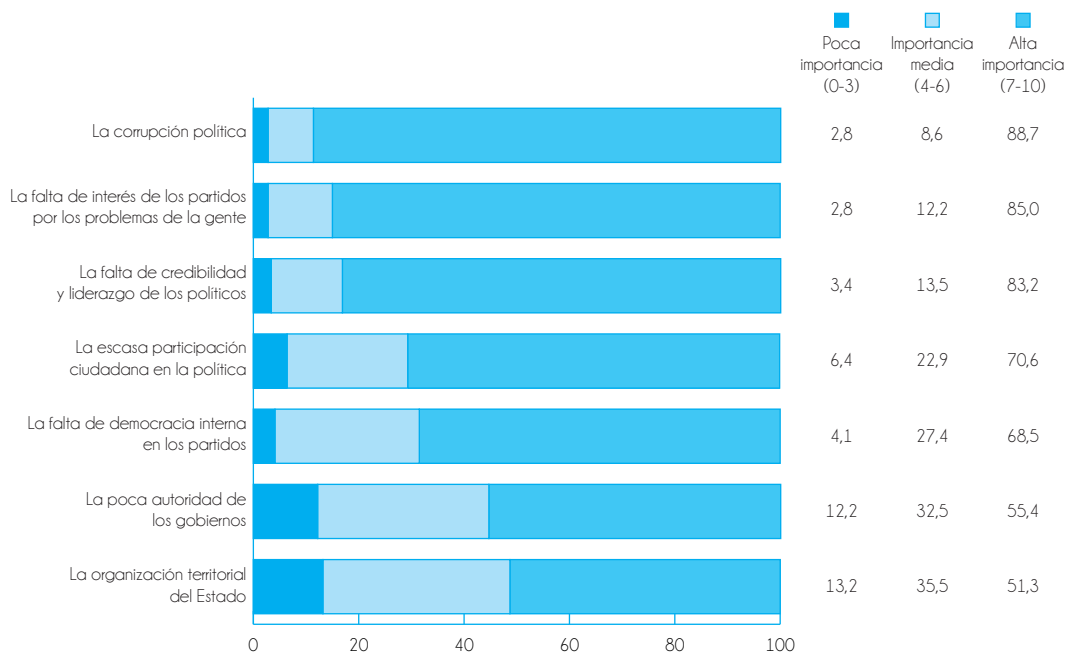
No se puede dejar de señalar, a la vista de los datos, que todos los “problemas” propuestos son importantes para los y las jóvenes, dado que ninguno tiene una valoración media inferior a 6,42, la más baja, adjudicada al ítem “la organización territorial del Estado”. Pero hay hechos muy remarcables, algunos bastante obvios:

- Con una distancia considerable con respecto al resto de ítems propuestos, “la corrupción política” alcanza un espectacular 9,05 de nota media. No extraña en absoluto esta posición en la cumbre de los problemas políticos, al hilo del aluvión en los medios de comunicación sobre los abundantes casos de corrupción de la clase política española, y en perfecta coherencia con la escasa confianza que se le otorgaba al conjunto de ese colectivo.

- Muy relacionado con lo anterior, una aguda falta de confianza en el sistema de partidos actual protagoniza los ítems siguientes, muy cercanos en nota media: “la falta de interés de los partidos en los problemas reales de la gente” (8,63) y “la falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos” (8,40). Cerca de ellos en nota y en significado, un 7,45 señala “la falta de democracia interna en partidos e instituciones públicas”. Lo que se pone en juego en estos elementos es la visión de un sistema de partidos estructuralmente ineficaz y que vive completamente ajeno a la ciudadanía e incluso —por extensión— al juego democrático.
- No está exenta de crítica la actitud ciudadana de pasividad ante la acción política: “la escasa participación ciudadana en la política” recibe un 7,47 de nota media en cuanto a su importancia como problema.
- Para cerrar la escala, los problemas políticos que, dentro del cuestionamiento general, ocupan posiciones menos importantes: “la poca autoridad de los gobiernos” (6,63) y “la organización territorial del Estado” (6,42).

Las notas medias alcanzadas son bastante unánimes en la escala agrupada (Gráfico 3.2), sobre todo en los ítems con mayor nota media como “la corrupción política”, “la falta de interés de los partidos por los problemas de la gente” y “la falta de credibilidad y liderazgo de los políticos”; todos ellos superan el 80% de jóvenes que piensan que son un problema muy importante.

GRÁFICO 3.2. IMPORTANCIA DE PROBLEMAS EN ESCALA AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC



Cerca del 70% de los y las jóvenes piensan que “la falta de democracia interna de los partidos e instituciones” y “la escasa participación ciudadana” también son cuestiones de máxima relevancia. Menos grado de acuerdo en declararlos como problemas importantes son los ítems “la poca autoridad de los gobiernos” y “la organización territorial del Estado”: sólo cerca del 50% de jóvenes piensa que representan, políticamente hablando, dificultades significativas.

El cruce de los elementos de la batería arroja algunas diferencias de resultados si consideramos a los distintos perfiles sociodemográficos de los y las jóvenes (tablas completas en Anexo 2: A3.10 a A3.18), tal y como se resume en la tabla siguiente³:

TABLA 3.8. IMPORTANCIA DE PROBLEMAS POR PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS. DIFERENCIAS A LA MEDIA. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC

EDAD	ACTIVIDAD	ESTUDIOS*	RELIGIÓN	UBICACIÓN IDEOLÓGICA	INTENSIDAD RELIGIOSA	INTERÉS POLÍTICA
La corrupción política						
+ Entre 23 y 25 años	+ Trabaja/otras situaciones	+ Superiores	+ Agnósticos y ateos	+ Izquierda y extrema izda.	+ Baja o nula	+ Bastante o mucho
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente						
+ Entre 23 y 25 años	+ Trabaja	- Secundarios	+ Agnósticos y ateos	+ Izquierda y extrema izda.	+ Baja o nula	+ Bastante o mucho
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos						
	+ Trabaja y estudia		- Católicos pract. y no pract.	+ Izquierda y extrema izda.		+ Bastante o mucho
La escasa participación ciudadana en la política						
	- En paro		- Católicos pract. y no pract.	+ Izquierda y extrema izda.	+ Baja o nula	+ Bastante o mucho
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas						
	+ Trabaja		- Católicos pract. y no pract.	+ Izquierda y extrema izda.	+ Baja o nula	- Poco o nulo
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)						
- Entre 18 y 19 años				+ Izquierda y extrema izda.		- Poco o nulo

* Estudios en curso y finalizados.

Pese a que una mayoría de los y las jóvenes considera de forma bastante similar los problemas analizados, tienen una percepción aún más negativa de los mismos un perfil de jóvenes bastante definido: tendencialmente son aquellos más mayores (entre 23 y 25 años), que generalmente trabajan, se declaran agnósticos o ateos, tienen —coherentemente con su ubicación no confesional— un bajo sentimiento de religiosidad y se declaran muy o bastante interesados en la po-

3. Se realiza esta comparación elemento a elemento de forma excepcional, al no poder constituirse un análisis factorial, dada la similar puntuación de la mayoría de los ítems.

lítica. Son más sensibles que el resto especialmente a la corrupción política y a la falta de interés de los partidos en los problemas de la gente. También están más presentes, aunque las diferencias ya no sean tan marcadas como en los casos anteriores, en el juicio negativo del resto de problemas.

Por el contrario y, aunque de manera menos definida, existe un perfil menos crítico con los problemas, que se muestra de manera tibia en los análisis: son aquellos más jóvenes (entre 18 y 19 años), generalmente católicos —practicantes o no— confesos y que manifiestan un bajo o nulo interés por la política. Aunque no presentan una relación significativa estadísticamente hablando, parecen más cercanos a posiciones ideológicas de centro o derecha y suelen tender a autoubicarse en las clases media alta o alta.

4. LA VISIÓN DEL MODELO SOCIOPOLÍTICO Y DE LA ACCIÓN POLÍTICA TRADICIONAL

En este capítulo nos ocuparemos de analizar la adscripción de nuestra muestra a un determinado modelo sociopolítico, así como su postura de cara a una cierta implicación en los mecanismos de acción política tradicional.

4.1. SOBRE EL MODELO SOCIAL

El análisis de las percepciones de los y las jóvenes con respecto a algunos elementos referidos a la organización social del país, mediante apreciaciones con las que deben mostrar su grado de acuerdo o desacuerdo centra el siguiente tema de análisis. A efectos de su presentación en el cuestionario, originalmente se dividieron en dos bloques (preguntas 49 a 60) pero, por la relevancia operativa de los resultados, el análisis se realiza tomándolas como uno solo, inicialmente mediante un examen de las medias obtenidas que se muestra en la tabla siguiente (4.1), ordenadas de mayor a menor nota.

El modelo social que se dibuja por las distribuciones de las notas medias de acuerdo presenta rasgos muy definidos. Si en el capítulo anterior se destilaba una grave crisis de confianza en las instituciones y una percepción de graves problemas de funcionamiento del sistema tradicional de partidos, en estos resultados se aprecia —de manera llamativa— la crisis de tal modelo y de la apuesta por el poder de la ciudadanía para transformar el actual estado de cosas. El potencial transformador del “sistema” mediante el colectivo popular, representada por la afirmación “si los ciudadanos se organizan es posible cambiar las cosas”, no está en duda, pues es la que obtiene la mayor nota media, el 7,70. Otra representación en el mismo sentido de la anterior es “el verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse”, con un 7,29. A estos elementos hay que añadir el bajo grado de acuerdo que suman otros dos ítems: “los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo” (4,62) y “en casos excepcionales está justificado un gobierno de expertos, aunque no haya sido votado por los ciudadanos” (4,04). Argumentos todos ellos que implican la presencia de una concepción de la política amparada en la influencia ciudadana en la gestión, frente a lo que se supone actual inoperancia del modo tradicional de hacer política.

De ahí que, frente a estos altos acuerdos en cuanto a las declaraciones de poder cívico, se sitúa la conciencia del sesgo del sistema a favor de los grupos de poder económico o político, enunciada en los también altos acuerdos que obtienen ítems como “los medios de comunicación ma-

nejan la información al servicio de los poderosos” (7,60) o, en parecida sintonía, “el gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales” (7,16). A esta desconfianza institucional se suma —no es nuevo, en absoluto— la desconfianza hacia el otro. Altas medias de acuerdo alcanzan los enunciados “la mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio” (6,89) y, como contraposición a esta suspicacia, se reclama más orden y fuerza institucional, “es importante tener gobiernos fuertes que garanticen la autoridad” (6,0).

TABLA 4.1. MODELO SOCIAL DATOS EN MEDIAS (EXCLUIDOS NS/NC)

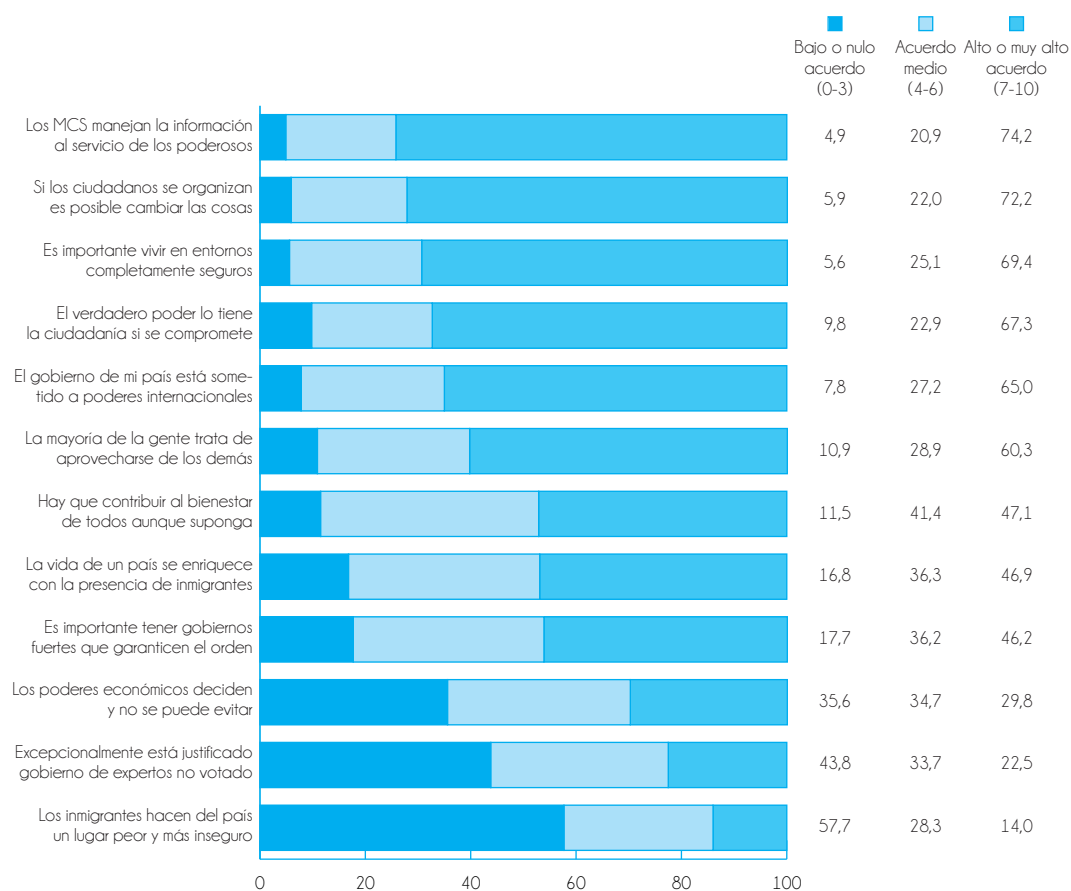
GRADO DE ACUERDO (0 = NADA DE ACUERDO / 10 = TOTALMENTE DE ACUERDO)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	6,17	
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,70	2,368
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,60	2,211
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,43	2,262
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,29	2,580
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,16	2,442
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,89	2,631
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,23	2,402
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	6,00	2,778
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	5,97	2,621
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,62	3,048
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,04	2,947
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,16	2,878

Como telón de fondo de estas percepciones se instaura la necesidad de seguridad, “es importante vivir en entornos completamente seguros” (7.43). Se reclama en mayor medida seguridad cuando se percibe un entorno social, político y económico bastante inestable en la actualidad y al que el cuerpo social debe ayudar a retornar a ciertos niveles, mediante el esfuerzo colectivo,

“hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo”, con un 6.23 de nota media. Con una mirada sobre la inmigración bastante positiva, es muy bajo el acuerdo que alcanza el enunciado “los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir” (3.16) y medianamente alto para “La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes”, con un 5.97.

Frente a lo imperativo y dominante de los poderes tradicionales y la política clásica, parece instaurarse la necesidad y la posibilidad de transformación del sistema o, al menos, de ciertos cambios en los que la voluntad popular resulta indispensable. Pero es obvio que en temas tan sensibles no todos los y las jóvenes presentan el mismo grado de acuerdos o desacuerdos con las imágenes sobre el modelo social presentadas en la batería. El gráfico siguiente da idea de cómo se agrupan las puntuaciones en la escala agrupada de acuerdo (0-3, bajo o nulo acuerdo; 4-6, acuerdo medio y 7-10, alto o muy alto acuerdo)¹.

GRÁFICO 4.1. MODELO SOCIAL GRADO DE ACUERDO EN ESCALA AGRUPADA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC



1. Tablas completas en el Anexo 2: A4.1 a A4.18. En estas tablas, así como en el cuestionario (Anexo 1), se pueden consultar los enunciados planteados completos.

Dentro del conjunto de acuerdos y desacuerdos, atendiendo a las posturas ambivalentes, llaman especialmente la atención aquellas referidas a la inmigración; pese a que casi un 58% está en franco desacuerdo con “los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir”, un 42,3% manifiesta niveles altos o medios de acuerdo (posiciones de 4 a 10) con el enunciado. Y un significativo 16,8% manifiesta alto desacuerdo (posiciones de 0 a 3) con “la vida cultural económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes”.

Por otro lado, también es mayoritario el sentido de la lucha o la confrontación con los “poderes establecidos”, pero un buen porcentaje de jóvenes no está de acuerdo con tales posturas. Por ejemplo, para la afirmación “los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo” hay un 34,7% que está medianamente de acuerdo con la misma y casi un 30% muy de acuerdo. Y cuando se habla de orden social, sobre el ítem “en casos excepcionales está justificado un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos”, más de la mitad de los y las jóvenes está de acuerdo en diferentes grados (56,2% posiciones de 4 a 10 en la escala de acuerdo).

Si hablamos de solidaridad y sentido de comunidad, también existen perfiles que se apartan de la tendencia mayoritaria de acuerdo. “Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos, aunque eso suponga esfuerzos para uno mismo” recoge bastante unanimidad en altos acuerdos, pero un 11,5% se posiciona en el lado contrario. La desconfianza hacia el otro es generalizada, pero casi un 11% manifiesta mayores niveles de empatía y está en desacuerdo con “la mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio”.

Como resumen, un altísimo nivel de acuerdo respecto a los tres pilares que definirían en buena medida la visión más crítica sobre el sistema: los medios de comunicación están al servicio del poder, el gobierno aparece sometido a poderes ajenos a la ciudadanía y “los otros” bajo sospecha. Y la asunción casi sin paliativos de que precisamente esto provoca la necesidad de emprender una acción ciudadana, que en sí misma dota de sentido a la nueva concepción de la política. Pero, frente a ello, minorías significativas que se posicionan en contra de estos postulados.

Comparados con los resultados del reciente estudio sobre jóvenes y valores (Elzo y Megías, 2014), vemos algunas disimilitudes en cuanto a la percepción del modelo social de los y las jóvenes participantes en esta encuesta (Tabla 4.2).

En general, demuestran una mayor confianza en el entorno, ya que les preocupa menos vivir en contextos seguros (un 69,4% frente a un 84,9%), apuestan mucho menos por gobiernos fuertes (un 46,2% versus un 69,1%) y no creen al mismo nivel en la necesidad de un gobierno de expertos (sólo un 22,5% apuesta por ellos, frente al 43,8%). Están bastante más en contra de los potenciales problemas de la inmigración (un 14% puntúa entre 7 y 10 de acuerdo en que los inmigrantes empeoran la vida del país, frente a un 27,2%) aunque tienden a ser igualmente suspicaces frente al “otro” (60,3% está en alto grado de acuerdo con la frase “la mayoría de la gente trata de aprovecharse...” frente al 63,7%). Es decir, todas estas diferencias que visibilizan el mayor grado de politización y activismo de la muestra que estamos utilizando.

TABLA 4.2. COMPARATIVA DEL MÁXIMO ACUERDO CON EL MODELO SOCIAL (PUNTOS 7 A 10 DE LA ESCALA DE ACUERDO). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC

MODELO SOCIAL GRADO DE ACUERDO (PUNTOS 7 A 10 DE LA ESCALA)	VALORES 2014 ¹ (18-24 años)	POLÍTICA... 2015 ² (18-25 años)
Es importante vivir en entornos completamente seguros	84,9	69,4
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	63,7	60,3
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	62,9	47,1
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	69,1	46,2
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	47,9	46,9
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	43,8	22,5
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	27,2	14,0

1. Elzo y Megias (2014). *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*: Escala 1-10.

2. Presente estudio: *Política e Internet* (2015): Escala 0-10.

El análisis factorial construye 4 factores, que explican conjuntamente el 64,4% de la varianza en las puntuaciones (Tabla 4.3):

- De los cuatro factores, el primero —el de mayor peso explicativo, con un 23,18%— agrupa a los ítems de compromiso ciudadano “si los ciudadanos se organizan...” y “el verdadero poder lo tiene la ciudadanía...” además de “los medios de comunicación manejan la información...” pero con menor peso en el factor.

Los perfiles de jóvenes más cercanos a estas posiciones son, como se muestra en la Tabla 4.4, aquellos que declaran mucho interés en la política, que se autoubican en posiciones de izquierdas o extrema izquierda, ateos, de baja religiosidad y de clase baja o media baja.

- El siguiente factor se diferencia radicalmente del anterior, pues agrupa a las variables que indican la necesidad de seguridad y estabilidad reclamada por un buen grupo de jóvenes. De ahí que se componga de “es importante tener gobiernos fuertes...”, “es importante vivir en entornos completamente seguros”, “en casos excepcionales...” y “los inmigrantes hacen del país un lugar más inseguro...”.

TABLA 4.3. FACTORIAL MODELO SOCIAL. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES

FACTORES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4
% Varianza explicada: 64.40%	23,18%	18,55%	12,31%	10,35%
Si los ciudadanos se organizan es posible cambiar las cosas	.854			
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	.817			
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los más poderosos	.515			
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen la autoridad		.861		
Es importante vivir en entornos completamente seguros		.790		
En casos excepcionales, está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	-.374	.516		
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir		.433	-.655	
La vida cultural, social y económica de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes			.843	
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos, aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo			.648	
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	-.351			.720
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales				.619
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio				.529

Kmo:.667/Rotación Varimax

El perfil de jóvenes más de acuerdo con estas posiciones se concreta en la presencia de un mayor número de personas que se declaran de derechas o extrema derecha, católicos practicantes, con interés medio hacia la política, de alta religiosidad y que se ubican en las clases altas o medias altas.

- Un tercer factor, con un peso del 12,3%, aglutina a los ítems más solidarios; “la vida cultural de un país...” y “hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos...”.

El perfil de los y las jóvenes que más puntúan en este factor se define por sobrerrepresentar a los estudiantes de niveles universitarios, con bastante interés declarado en la política, de izquierdas y extrema izquierda y agnósticos, principalmente.

- El cuarto factor es el de menor peso en el conjunto (10,3%) y contiene las variables que destilan en cierta medida resignación ante el panorama social y político. Así, los ítems “los poderes económicos son los que deciden...”, “el gobierno de mi país está sometido...” y “la mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás...”.

Este factor es el que menos está definido en cuanto a perfiles y sólo aparecen en el mismo, con mayor intensidad, aquellos con mucho interés por la política y los que se ubican en posiciones de derecha o extrema derecha ideológica.

TABLA 4.4. FACTORES RESUMEN POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES.

FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4
Bastante o mucho interés en la política (.18) Izquierda y extrema izquierda (.23) Ateos (.16) Baja o nula religiosidad (.14) Clase baja o media baja (.13) Nulo o poco interés en la política (-.20) Derecha y extrema derecha (-.47) Católicos pract. (-.38) Alta religiosidad (-.26) o media (-.22) Clase alta (.18)	Interés medio en la política (.24) Derecha y extrema derecha (.71) Católicos pract. (.42) Alta o muy alta religiosidad (.33) y Religiosidad media (.23) Clase alta y media alta (.19) Izquierda y extrema izquierda (.32) Ateos (.29)	Sólo estudio (.10) Universitarios (.19) Bastante o mucho interés en la política (.29) Izquierda y extrema izquierda (.29) Agnósticos (.20) y Otras confesiones (.14) En paro (-.51) y Sólo trabajo (-.26) FP (-.33) y Secundarios (-.72) Nulo o poco interés en la política (-.50) No se define ideológicamente (-.44) Clase baja y media baja (-.11)	Bastante o mucho interés en la política (.15) Derecha y extrema derecha (.12) 18-19 años (-.10) No se define ideológicamente (-.24)

4.2. SOBRE LA IMPLICACIÓN EN LA POLÍTICA TRADICIONAL

Complementariamente a lo ya visto hay que analizar la percepción que tienen los y las jóvenes de los modos y maneras de la política tradicional, en esencia, del sistema actual de funcionamiento democrático. Para ello se dispuso una batería de afirmaciones (Tabla 4.5) sobre las que debían mostrar su acuerdo o desacuerdo, siempre empleando la escala de 0 a 10.

**TABLA 4.5. VALORACIÓN DE MODELO POLÍTICO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

GRADO DE ACUERDO (0 = NADA DE ACUERDO / 10 = TOTALMENTE DE ACUERDO)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	5,33	
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	8,12	2,285
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,20	2,618
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,89	2,620
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	4,70	3,485
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,51	2,905
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,58	2,623

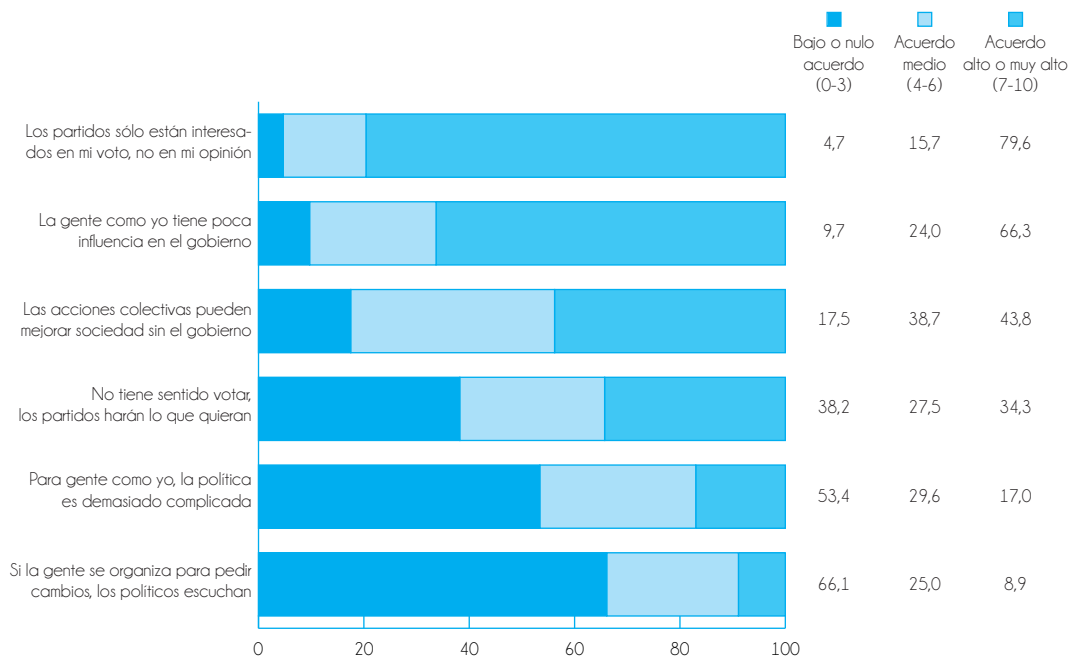
Si en los análisis anteriores —tanto de los problemas políticos como de la confianza en instituciones— había quedado claro que la actuación de los partidos era un serio problema, los datos presentados a continuación son absolutamente coherentes con esta visión. Coherencia que se prolonga en la apreciación de que, si las cosas no funcionan, se hace preciso un cambio.

Sobre un máximo posible de 10, el ítem “los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión” alcanza el 8,12 de nota media. También parece claro —en opinión de los y las jóvenes— que la voz ciudadana se deja oír escasamente en la acción de gobierno, dado el 7,20 de acuerdo que se le otorga a “la gente como yo tiene poca influencia en el gobierno”. Afirmación tras la cual quizás también se pueden esconder algunas justificaciones de las posturas más pasivas y descreídas en relación a la acción y participación ciudadana. Reforzando estas posiciones de distancia entre la acción política y la ciudadanía, pero desde un punto de vista contrario, existe un bajo grado de acuerdo con “cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan” (2,58). Negación muy rotunda que subraya la manera de ver la política y el modo de hacer política convencional.

Ahora bien, parece claro, en opinión de los y las jóvenes que, pese a estas percepciones, la política no debe seguir siendo ajena; existe un acuerdo bajo para la afirmación “la política es demasiado complicada para gente como yo, necesitas ser un experto para entenderla” (3,51). En el mismo sentido, “no tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran” obtiene un 4,70, un desacuerdo medio, lo que refuerza el interés por acciones inclusivas de la ciudadanía en la acción de gobierno, hecho que se recalca en “las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno”, que también recibe un grado de acuerdo medio (5,89).

El análisis de las respuestas en la escala agrupada, en el gráfico siguiente, nos muestra las tendencias generales de posicionamiento entre los diferentes ítems propuestos:

GRÁFICO 4.2. MODELO POLÍTICO. GRADO DE ACUERDO EN ESCALA AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC



Una mayoría (el 53,4%) está en desacuerdo alto (0-3 de la escala) con “para gente como yo, la política es demasiado complicada”. Por otro lado, el rechazo hacia el hacer político tradicional es mayoritario, ya que un 66% de encuestados está muy o bastante en desacuerdo con “cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan”.

Asimismo, una mayoría aún más rotunda que la anterior (casi el 80%) muestra niveles de acuerdo muy altos con que “los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión” o que “la gente como yo tienen poca influencia en el gobierno” (66,3% de acuerdos altos).

Existe más dispersión en las posiciones en torno a dos elementos centrales en la batería, especialmente en “no tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos” que reparte a los y las jóvenes de manera más o menos equilibrada. Quienes están muy de acuerdo con la misma representan al 34,3% de los y las jóvenes, los niveles de acuerdo medio al 27,5%, y los que manifiestan desacuerdo alto, un respetable 38,2%. La utilidad real del voto no deja de crear polémica entre los y las jóvenes. Y parecida dispersión encontramos en el ítem que resta, “las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno” para el que se presenta un 43,8% de acuerdos altos, un 38,7% de medios y un notable 17,5% de desacuerdos.

El análisis factorial de la batería (Tabla 4.6) revela tres factores de agrupación de las variables originales, que bien pueden responder a tres posicionamientos distintos con respecto a los problemas políticos.

El primer factor (con un peso en la varianza del 29,73%) agrupa a los ítems que expresan mayor suspicacia hacia el sistema de partidos o gobierno: “Los partidos sólo están interesados en mi voto” y “La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno”. El segundo factor (22,99%) aglutina a los ítems más relacionados con posturas cercanas a la desafección política: “Para gente como yo, la política es demasiado complicada” y “No tiene sentido votar, los partidos harán lo que quieran”. En el último factor (18,70%) aparecen los ítems más cercanos a posturas proactivas en relación al compromiso social y político: “Las acciones colectivas pueden mejorar a la sociedad sin depender del gobierno” y “Cuando la gente se organiza, los políticos escuchan”.

TABLA 4.6. FACTORIAL MODELO POLÍTICO. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES

FACTORES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
% Varianza explicada: 71,42%	29,73%	22,99%	18,70%
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	.834		
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	.664		
Para la gente como yo, la política es demasiado complicada		.863	
No tiene sentido votar, los partidos harán lo que quieran de todos modos		.661	
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno			.926
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	-.577		.528

Kmo:.667/Rotación Varimax

La composición de perfiles de jóvenes en cada factor (Tabla 4.7) resulta bastante reveladora.

- Comenzando por el factor número 3, se compone principalmente de jóvenes muy interesados en la política y los declarados como agnósticos. Aparecen en mucha menor medida los que manifiestan escaso interés por la política, aquellos ubicados en la derecha o extrema derecha ideológica y los confesos católicos.
- El factor 2 está más definido en cuanto a presencia de perfiles de jóvenes; se muestran en mayor medida aquellos que declaran estar en paro, con niveles bajos de estudios, escaso interés en la política, sin definir ideológicamente, católicos no practicantes, de religiosidad media y alta.
- El primer factor resulta menos preciso en cuanto los perfiles que lo componen: aquellos con estudios de FP, que declaran bajo interés en la política y confesos de otras religiones o agnósticos.

TABLA 4.7. RESUMEN DE LA COMPOSICIÓN DE FACTORES POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES.

FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
FP (.30) Nulo o poco interés en la política (.18) Otras confesiones religiosas (.24) y Agnósticos (.18) De 18 a 19 años (-.20) Católicos practicantes (-.26) Alta o muy alta religiosidad (-.18)	En paro (.43) Secundarios o inferior (.34) Nulo o poco interés en la política (.47) No se define ideológicamente (.35) Católicos no practicantes (.25) Religiosidad media (.24) y Alta (.23) Bastante o mucho interés en la política (-.41)	Bastante o mucho interés en la política (.18) Agnósticos (.16) Nulo o poco interés en la política (-.27) Derecha y extrema derecha (-.54) Católicos practicantes (-.32) Religiosidad media (-.15)

5. ACTITUDES Y POSTURAS FRENTE A LA PRAXIS POLÍTICA

En este capítulo se analizarán diversos aspectos relativos a las actitudes y posturas de chicos y chicas de la muestra frente a la acción política, desde sus niveles de asociacionismo hasta su disposición a participar en acciones, más o menos heterodoxas, de movilización sociopolítica.

5.1. ASOCIACIONISMO

Como primera aproximación al estudio de la participación política de los y las jóvenes, el análisis parte de una visión más amplia de su desempeño como ciudadanos, poniendo el foco de atención en su intervención en distintas entidades o asociaciones, incluidas entre ellas los partidos políticos pero también sindicatos, organizaciones de tipo social y otras. Este tipo de datos puede dar una idea sobre su grado de compromiso social y, por tanto, ofrecer un marco donde pueda ser mejor explicado su grado de participación en la vida social y pública.

Los datos sobre el grado de vinculación de los y las jóvenes (Tabla 5.1) confirman una marcada tendencia al muy bajo asociacionismo (con dos discretas excepciones):

TABLA 5.1. ASOCIACIONISMO. DATOS EN %.

TIPO DE ASOCIACIÓN	PERTENECE Y PARTICIPA ACTIVAMENTE	PERTENECE PERO NO PARTICIPA ACTIVAMENTE	ANTES PERTENECEÍAS PERO AHORA NO	NUNCA HAS PERTENECIDO PERO QUERRÍAS	NO PERTENECE, Y NO TIENES INTENCIÓN	NO LO SÉ / PREFIERO NO CONTESTAR
Partido político	1,1	2,8	2,8	12,2	76,8	4,3
Sindicatos	2,2	2,7	8,4	17,5	64,5	4,7
Parroquia o asoc. religiosa	3,2	4,3	10,1	3,1	75,0	4,3
Grupo deportivo/cultural/ocio	16,7	6,2	29,5	21,3	22,7	3,7
Org. social/voluntariado	11,8	5,1	12,7	38,9	27,3	4,2
Otro tipo organización	2,3	2,0	4,0	15,5	64,6	11,5

Estas excepciones son los grupos deportivos o culturales y las organizaciones sociales o de voluntariado. Para las primeras, un 16,7% de jóvenes declara participar de forma activa, lo que sumado al 6,2% que tiene una vinculación formal pero pasiva (no participa activamente) agrupa a casi un 23% de jóvenes que pertenece a las mismas. Algo parecido, aunque con porcentaje ligeramente menor, ocurre con los grupos de voluntariado: sumados los afiliados activos y pasivos representan casi el 17% de jóvenes.

Se confirma con estos datos la tendencia sobre asociacionismo que se viene observando entre los y las jóvenes españoles desde hace tiempo: creciente desafección hacia las organizaciones más politizadas (partidos políticos y sindicatos), en correspondencia con el desapego hacia la política tradicional, y sostenimiento (aunque en niveles bajos) de la vinculación con entidades del tercer sector o relacionadas con los intereses personales (deportivas, etc.)¹.

Merece la pena destacar los porcentajes de quienes no pertenecen a ninguna de estas organizaciones pero sí desean o han deseado hacerlo en algún momento: un 21% a una organización deportiva o cultural y un 38,9% a una de voluntariado que, ya hemos visto, son las que mayor declaración de pertenencia (ya sea activa o pasiva) suman.

Y resulta curioso, dado el rechazo y la desconfianza que hemos comprobado antes, que este tipo de intención no formalizada finalmente —sea cual sea el motivo— congregate a un porcentaje significativo de jóvenes en el caso de los partidos políticos (un 12,2%), y más aún en el de los sindicatos (17,5%).

Salvo para las asociaciones de tipo cultural o de voluntariado, la gran mayoría declara no pertenecer a ninguna de estas organizaciones, ni tener ni haber tenido intención de hacerlo nunca, con porcentajes superiores al 60%.

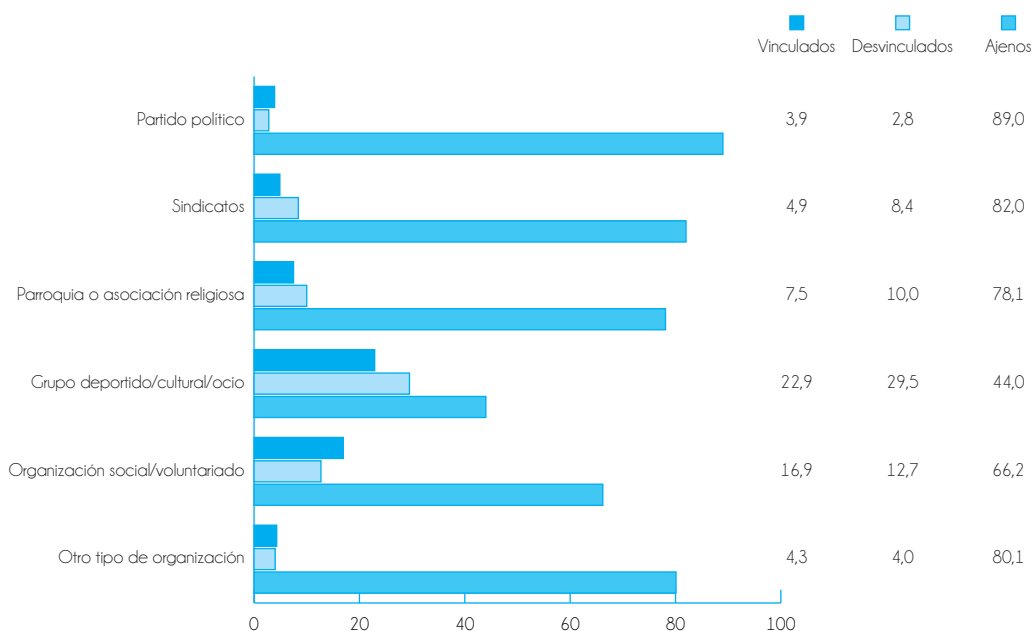
Ahora bien, existen ciertas diferencias en cuanto a los perfiles de jóvenes que aparecen ligados a cada una de estas posturas. Para analizar mejor las diferencias, se han agrupado las categorías originales en tres: **Vinculados**, en la que se incluyen a los afiliados activos y los no activos; **Desvinculados**, quienes abandonaron la organización en algún momento y, por último, los **Ajenos**, los y las jóvenes que ni han pertenecido nunca ni han pensado en hacerlo, además de aquellos que en algún momento pensaron en la afiliación, aunque no la formalizaron.

Los resultados de la agrupación se muestran a continuación, en el Gráfico 5.1.

En general, los porcentajes de jóvenes ajenos a las distintas organizaciones es alto; menos para las organizaciones sociales/de voluntariado (66%) y los grupos deportivos/culturales (44%), y muy altos para los partidos políticos (casi el 90%) y sindicatos (el 82%).

1. Izquierda y Callejo (2013). "Asociacionismo y participación voluntaria de los jóvenes españoles. Cambios y tendencias actuales". *Cuadernos de Trabajo Social*, vol 26-1: 159-170.

GRÁFICO 5.1. VINCULACIÓN CON ORGANIZACIONES, EN ESCALA AGRUPADA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NO SABE/NO CONTESTA



Los cruces de la categorías agregadas (*Vinculados*, *Desvinculados* y *Ajenos*) construyen diferentes perfiles sociodemográficos de los y las jóvenes, reflejando sensibles matices en cuanto a la participación más o menos intensa en las diferentes organizaciones, como muestra la Tabla 5.2:

- A los partidos políticos se vinculan más los hombres y aquellos jóvenes que se declaran más interesados en la política; las mujeres expresan más distancia con los mismos, igual que, obviamente, aquellos con un muy bajo interés declarado hacia las cuestiones políticas.
- Los más jóvenes (hasta los 19 años), de izquierdas o extrema izquierda y que declaran una ubicación religiosa diferente a la católica, se muestran más cercanos a los sindicatos.
- Por supuesto, el sentimiento religioso es la base de la mayor o menor vinculación con organizaciones de tipo confesional: católicos declarados y con un índice de religiosidad alto son el perfil más vinculado a éstas.
- Para el resto de organizaciones, los perfiles vinculados están menos definidos. Las de tipo social parecen atraer más a mujeres; hay más hombres no interesados en las mismas. También son más ajenos quienes están en paro, tienen un muy bajo interés en la política o se declaran de derecha o extrema derecha.

**TABLA 5.2. ASOCIACIONISMO POR PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS.
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS CON EL PORCENTAJE MEDIO. P<0.05**

	VINCULADOS	DESVINCLADOS	AJENOS
Partido político	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política - Centro ideológico		+ Mujeres + Nulo o poco interés en la política + No se define ideológicamente
Sindicatos	+ Entre 18 y 19 años + Otra situación de actividad + Bastante o mucho interés en la política + Izquierda y extrema izquierda + Otras confesiones + Ateos + Agnósticos - En paro - FP	+ Entre 23 y 25 años - Secundarios	+ En paro + Nulo o poco interés en la política - Universitarios - Izquierda y extrema izda
Parroquia o asociación religiosa	+ Derecha y extrema derecha + Católicos practicantes + Alta o muy alta religiosidad	+ Derecha y extrema derecha + Católicos practicantes	+ Otras confesiones + Ateos + Agnósticos + Baja o nula religiosidad + Clase social baja y media baja
Grupo deportivo/cultural/ocio	Sin diferencias significativas		
Organización social/voluntariado	+ Mujeres + Otra situación de actividad - Derecha y extrema derecha		+ Hombres + En paro + Nulo o poco interés en la política + Derecha y extrema derecha
Otro tipo organización	+ Bastante o mucho interés en la política - Secundarios		+ FP

5.2. LA IDENTIDAD TERRITORIAL

En la atribución de identidades personales e incluso ideologías, también juegan un papel determinante los sentimientos de pertenencia territorial, como un vector que marca actitudes y percepciones en los valores personales, especialmente en aquellos relacionados con la identidad.

Coincidimos con Castells² en que en un mundo globalizado la gente se aferra a su identidad como fuente que da sentido a sus vidas. En nuestro análisis, partimos del supuesto de que la determinación de una conciencia territorial, además de ser un parámetro de identidad personal, matizará el sentimiento e interés hacia la política.

La determinación de la identidad territorial se basa en la extensamente empleada batería de alternativas de identificación, que consta de los siguientes niveles: mundial, europeo, nacional, regional y local, entre las que los y las jóvenes debían decidir.

TABLA 5.3. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL

CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES TE IDENTIFICAS MÁS	N	%
Me considero sobre todo un ciudadano/a del mundo	280	34,7
Me considero sobre todo de España	185	22,9
Me considero sobre todo de mi Comunidad Autónoma	150	18,5
Me considero sobre todo de mi barrio, pueblo o ciudad	135	16,7
Me considero sobre todo de Europa	28	3,5
No lo sé / Prefiero no contestar	29	3,6
Total	808	100,0

Los resultados ofrecen un panorama ambivalente, que oscila entre lo cosmopolita y lo más cercano. El primer sentimiento, con gran diferencia porcentual con el resto, es el de identidad global (el mundo), alternativa que seleccionan el 34,7% de los entrevistados. El ámbito nacional (España) es a distancia la siguiente opción, elegida por casi el 23% de jóvenes. Los espacios regionales (18,5%) o locales (16,7%) cierran la lista de los lugares con los que más identificación existe. Hay que hacer constar el muy escaso sentimiento de apego por Europa, que sólo escogen el 3,5% de entrevistados. La Unión Europea, como constructo potencial de identidad política y social, queda lejos en el esquema de identidad de estos jóvenes.

Integrando los datos por categorías, existe una preferencia muy acusada por los entornos más cercanos. Por la identidad supranacional (Europa + el mundo) optan el 38,2%, por las más cer-

2. Castells, M. (2003). "El poder de la identidad". Publicado en *El País*, el 18 de febrero de 2003. Extraído de: <http://www.globalizacion.org/opinion/CastellsNacionalismo.htm>

canas (nacional, regional y local) se deciden el 58,1% de los y las jóvenes. Y cuanto más cercano es el territorio, mayor vinculación hacia el mismo: si España es elegida como referencia por el 22,9%, los entornos locales y regionales suman el 35,2% de las preferencias.

Existen diferentes perfiles de jóvenes más o menos cerca de las dimensiones supranacionales (el mundo + Europa), de la nacional (España) o de los territorios más cercanos (región o localidad)³:

**TABLA 5.4. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS*.
ESCALA AGRUPADA. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS AL 95% DE CONFIANZA.**

SEXO	RELIGIÓN	UBICACIÓN IDEOLÓGICA	INTENSIDAD RELIGIOSA
SUPRANACIONAL (Europa + el mundo)			
	- Otras confesiones	+ Izquierda y extrema izda.	+ Baja o nula
NACIONAL (España)			
+ Hombres	+ Católicos practicantes	+ Derecha y extrema dcha.	+ Media o alta
LOCAL (pueblo, barrio, ciudad) y REGIONAL (Comunidad Autónoma)			
	+ Otras confesiones	- Derecha y extrema dcha.	

* Sólo se ofrecen datos para las variables que presentan diferencias significativas.

No hay muchas variables que permitan diferenciar a los jóvenes más o menos identificados con las distintas identidades. Los hombres aparecen más estrechamente vinculados al entorno nacional, así como los católicos practicantes, aquellos con intensidad religiosa media o alta y los que se posicionan en la derecha ideológica. Los identificados más con las posiciones de izquierdas y aquellos con bajo o nulo sentimiento religioso presentan mayor vocación de cosmopolitismo. Y los que prefieren los entornos locales o regionales son de un perfil bastante más inespecífico.

5.3. EL INTERÉS POR LA POLÍTICA

Hasta ahora, los datos nos han presentado a unos jóvenes con una relativa mayor participación, en comparación con lo que sabíamos, en organizaciones de todo tipo, y que se muestran menos tendentes a una identificación territorial localista o regionalista. El interés por la política, que analizamos en las líneas siguientes, es demostrativo también de una especial inclinación de los y las jóvenes de la muestra hacia la participación en los asuntos políticos (cuando menos, a una mayor inquietud por estos temas).

3. Tablas completas en Anexo 2: A5.55 a A5.63.

**TABLA 5.5. GRADO DE INTERÉS POR LA POLÍTICA.
DATOS EN % PARA LA ESCALA AGRUPADA. PARA LA MEDIA, EXCLUIDOS NS/NC.**

GRADO DE INTERÉS (0 = NADA / 10 = MUCHÍSIMO)	N	%
Nulo o poco interés (0-3)	213	26,3
Interés medio (4-6)	254	31,4
Bastante o mucho interés (7-10)	334	41,4
No lo sé / Prefiero no contestar	7	0,9
Total	808	100,0
Media		5,31

Parece mayoritario un elevado interés hacia la política (posiciones 7 a 10 en la escala), expresado por el 41% de los entrevistados. Sumados al 31,4% que se decantan hacia posiciones medias (posiciones 4 a 6 de la escala), tenemos que casi el 73% (72,8%) de los y las jóvenes manifiestan un interés medio-alto. Mucho más escasos son aquellos que muestran indiferencia, concretamente el 26,3%, lo que da idea del interés por los temas políticos de los y las jóvenes.

Estos datos parecen desmontar, al menos en parte, el imaginario tópico sobre la desidia generalizada de los y las jóvenes frente a estos temas. Especialmente, cuando en el análisis de la evolución del grado de interés por la política los datos verifican que éste se viene incrementando de manera muy sensible en el tiempo (Tabla 5.6). Pese a la grave dificultad que determina el empleo de distintas escalas en los estudios utilizados (categorías de la escala nominal de mucho+bastante para los estudios CIS y puntos 7 a 10 en la escala empleada en este estudio) puede aventurarse con bastante base que desde el año 2008, el porcentaje de jóvenes que declaran tener un interés alto no ha dejado de crecer desde el 26,9% de 2008 hasta el 41,4% del presente estudio. No cabe duda de que los efectos de la crisis institucional han propiciado el que un grupo numeroso de jóvenes se muestre cada vez más interesado en las cuestiones referidas a la gestión de lo común.

**TABLA 5.6. EVOLUCIÓN GRADO DE INTERÉS POR LA POLÍTICA.
DATOS EN % EXCLUIDOS NS/NC.**

GRADO DE INTERÉS	CIS 2763 2008 ¹ (18-24 años)	CIS 2915 2011 ¹ (18-24 años)	CIS 2930 2012 ¹ (18-24 años)	IJE 2012 ¹ (15-29 años)	POLÍTICA... 2015 ² (18-25 años)
Bastante + mucho interés	26,9	28,2	33,6	40,7	41,4

1. Estudios CIS e IJE: datos categorías "mucho y bastante".

2. Presente estudio: *Política e Internet* (2015): valoraciones 7 a 10 en la escala de interés.

No pueden definirse de manera muy precisa los perfiles de los no interesados en política, aparte de que su actividad más significativa es estar en paro o que no se definan ideológicamente (Tabla 5.7). Pero sí puede concretarse con más detalle el de aquellos que manifiestan un interés elevado (tablas completas en Anexo 2: A4.64 a A4.71). Mayoritariamente son hombres, que poseen estudios superiores, sin confesión religiosa declarada, que pertenecen a posiciones políticas distintas de centro y que se ubican en clases que no son la media.

TABLA 5.7. GRADO DE INTERÉS POR LA POLÍTICA. DATOS EN ESCALA AGRUPADA. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS AL 95% DE CONFIANZA. $P < 0.05$

SEXO	ACTIVIDAD	ESTUDIOS*	RELIGIÓN	UBICACIÓN IDEOLÓGICA	INTENSIDAD RELIGIOSA
Nulo o poco interés (0-3)					
	+ En paro y otras situaciones			+ No sabe y no contesta	
Interés medio (4-6)					
		+ Secundarios			+ Media
Bastante o mucho interés (7-10)					
+ Hombres	- En paro y otras situaciones	+ Superiores universitarios	+ Ateos y agnósticos	- Centro	- Media

* Estudios en curso y finalizados.

Los niveles de interés por las cuestiones políticas que se han comprobado tienen su correlato en las frecuencias de seguimiento sobre noticias relacionadas con este ámbito (Tabla 5.8).

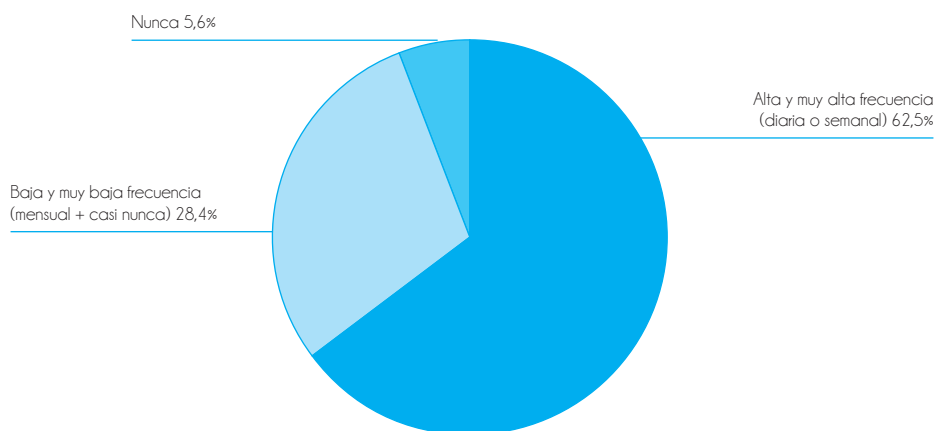
El seguimiento diario de noticias políticas es la frecuencia que recoge mayor porcentaje, con un 36,7% de jóvenes que así lo manifiestan. La frecuencia de seguimiento semanal no anda muy lejos, con un 25,8% de menciones. A mayor distancia queda la mensual, con un 9,9% de jóvenes que la señalan como opción.

Si comparamos las frecuencias de forma agregada (Gráfico 5.2) vemos un importante desequilibrio; los que declaran alguna frecuencia, sea diaria o semanal, son una amplia mayoría del conjunto de jóvenes, en concreto el 62,5%. Frente a ellos queda el 28,4% que se preocupan escasamente por este asunto (mensualmente o casi nunca). Y son muy escasos —apenas el 6%— los que nunca lo hacen. De nuevo se refrenda el interés de estos jóvenes por los asuntos relacionados con la política.

TABLA 5.8. FRECUENCIA SEGUIMIENTO DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA.

GRADO DE INTERES (0 = NADA / 10 = MUCHÍSIMO)	N	%
Diaria o casi diaria	296	36,7
Semanal	208	25,8
Mensual	80	9,9
Casi nunca	149	18,5
Nunca	46	5,6
No lo sé / Prefiero no contestar	28	3,5
Total	808	100,0

GRÁFICO 5.2. FRECUENCIA SEGUIMIENTO POLÍTICA EN LA ESCALA AGRUPADA. EXCLUIDOS NS/NC



El perfil mayoritario de los que declaran seguir con alta frecuencia (diaria o semanalmente) temas políticos está muy definido, como puede comprobarse (Tabla 5.9, escala agrupada). Preferentemente son hombres, los de mayor edad, aquellos que declaran estudios superiores y los que —obviamente— manifiestan un elevado interés por la política (puntuación de 7 a 10 en la escala de interés), y también los y las jóvenes que se posicionan ideológicamente en la izquierda o ex-

trema izquierda. No existe, por el contrario, tanta definición —prácticamente ninguna— entre los que declaran frecuencias bajas de seguimiento. De nuevo, en este caso de poco interés por el tema político, existe una amalgama de jóvenes difícilmente distinguibles en función de sus rasgos sociodemográficos, al igual que ocurría cuando se analizaba el bajo interés (tablas completas en Anexo 2: A5.72 a A5.80).

**TABLA 5.9. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA EN ESCALA AGRUPADA.
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS $P < 0.05$**

SEXO	EDAD	ACTIVIDAD	ESTUDIOS*	INTERÉS EN LA POLÍTICA	UBICACIÓN IDEOLÓGICA
Alta o muy alta frecuencia					
+ Hombres	+ 23-25 años	- En paro	+ Superiores universitarios	+ Bastante o mucho interés	+ Izquierda y extrema izquierda
Frecuencia baja y muy baja					
Sin diferencias significativas					
Nunca					
Sin diferencias significativas					

* Estudios en curso y finalizados.

Pero este alto interés y seguimiento sobre cuestiones políticas declarado por una buena parte de jóvenes no está vinculado a sensaciones o emociones positivas. La pregunta sobre “sentimientos que despierta la política” se basa en una batería de posibilidades de las que se debían escoger tres, como máximo. Los resultados (Tabla 5.10) demuestran que, interrogados por este asunto, los y las jóvenes expresan de manera mayoritaria —tomando como referencia el porcentaje de entrevistados que mencionan cada ítem— sentimientos negativos hacia la misma.

Un grupo muy numeroso de jóvenes, superior o cercano al 50%, escoge una “triada sentimental negativa” al reflexionar sobre política, cuyas bases son la indignación (el principal sentimiento, con un casi 54% de jóvenes que lo seleccionan), la desconfianza (52,1%) y la impotencia (47,7%), por este orden de importancia. Resultado más que obvio y esperable a tenor de las expresiones analizadas anteriormente acerca de la situación política actual, de los problemas del modelo político y de la escasa confianza en las instituciones democráticas. Muy cerca de esta triada, con un 38,4% de jóvenes que lo seleccionan, aparece el sentimiento de “preocupación”. Estas son las bases con las cuales los y las jóvenes abordan mayoritariamente su acercamiento a la política.

A estas percepciones centrales se suman de manera más minoritaria otros como “ira” (casi el 18% lo mencionan) o “desprecio” (13%). La báscula sentimental está tan impregnada de negatividad que incluso los sentimientos que podrían reflejar un absoluto desinterés hacia la misma —una posible respuesta ante el panorama político percibido— son muy escasamente mencionados; de

ahí que respuestas como “aburrimiento” o “indiferencia” no superen el 10% de menciones. La política juega un papel en la vida de los y las jóvenes, evidentemente, aunque en este caso tal papel se vea seriamente cuestionado. Si bien en muchas ocasiones se les acusa de indiferencia o simple desinterés hacia la misma, a la vista de los datos no parece posible seguir sosteniendo tal afirmación.

**TABLA 5.10. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
SELECCIÓN MÁXIMO DE TRES.**

	N (TOTAL MENCIONES)	% MENCIONES	% PERSONAS QUE MENCIONAN
Indignación	436	19,3	53,9
Desconfianza	421	18,6	52,1
Impotencia	386	17,1	47,7
Preocupación	310	13,7	38,4
Ira	145	6,4	17,9
Desprecio	104	4,6	12,9
Irritación	87	3,8	10,7
Aburrimiento	84	3,7	10,4
Interés	71	3,1	8,8
Tristeza	59	2,6	7,3
Indiferencia	58	2,5	7,1
Esperanza	51	2,2	6,3
Otros	17	0,8	2,1
Entusiasmo	16	0,7	2,0
Culpa	6	0,3	0,8
No lo sé / Prefiero no contestar	11	0,5	1,4
Total	2.261	100,0	279,8

La postura dominante parece definida por una mirada atenta seguida por sentimientos de frustración o enfado; no por falta de interés sino precisamente por lo contrario. Casi no merece la pena hablar de los sentimientos positivos, pues su ubicación en la escala por el número de menciones es lo suficientemente expresiva. “Entusiasmo” sólo es mencionado por el 2% de jóvenes y algo más la “esperanza”, que convoca al 6,3%. El “interés” es la única dimensión valorativa en principio positiva que agrupa a un número de jóvenes algo significativo, el 8,8%.

Igualmente revelador resulta comprobar ciertas diferencias en los perfiles en función de los sentimientos que despierta la política, si escogemos las opciones más mencionadas (Tabla 5.11 y tablas completas en Anexo 2: A5.81 a A5.89).

TABLA 5.11. PERFILES PARA LOS ÍTEMS MÁS MENCIONADOS. VARIABLES CON MENCIONES SIGNIFICATIVAMENTE SUPERIORES AL PORCENTAJE MEDIO. $P < 0.05$

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	PERFILES
Indignación	+ Izquierda y extrema izquierda + Agnósticos y ateos + Nula o baja intensidad religiosa
Desconfianza	+ Mujeres
Impotencia	+ Izquierda y extrema izquierda + Clase Media-media y Media-baja
Preocupación	+ Estudios superiores universitarios

El sentimiento de indignación que es central para una mayoría de jóvenes, lo es aún más para los que se posicionan en la órbita ideológica de la izquierda y extrema izquierda, se declaran ateos o agnósticos y tienen un bajo sentimiento religioso. Variables que correlacionan intensamente, como hemos podido comprobar a lo largo del análisis. La “desconfianza”, que seleccionaban el 52% de entrevistados, es aún más importante como sentimiento hacia la política para las mujeres. De nuevo los posicionados a la izquierda declaran en mayor medida que el resto el sentimiento de “impotencia”, a los que se suman esta vez los que se autoubican en las clases medias o bajas. La “preocupación” tiene más raíces como expresión sentimental hacia la política entre los que poseen estudios superiores.

5.4. FRENTE AL VOTO

En cualquier caso, la carga crítica hacia la política actual no provoca que se deslegitimen las formas participativas en la vida democrática, cuyo máximo representante es el voto. Ocurre lo contrario, como se puede comprobar en los datos de intención de voto, que figuran en la Tabla

5.1.2: casi el 81% de los y las jóvenes (80,8% exactamente) manifiesta su intención de votar en las próximas elecciones.

TABLA 5.12. INTENCIÓN DE ACUDIR A VOTAR EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES Y COMPARATIVA. DATOS EN %

	POLÍTICA... 2015 ¹ (18-25 años)	BARÓMETRO CIS OCTUBRE 2014 ² (18-24 años)	BARÓMETRO CIS OCTUBRE 2014 ² (población general)
Si	80,8	66,5	62,4
No	9,3	17,5	15,7
No lo sé / Prefiero no contestar	9,9	16,0	21,9
Total	808	200	2.480

1. Presente estudio: *Política e Internet* (2015).

2. Intención de voto calculada sumando el voto a candidaturas.

Este porcentaje de intención de voto es bastante superior al de la población entre 18 y 24 años del reciente barómetro CIS (octubre 2014), poco más de 14 puntos porcentuales y más aún (18,4%) comparado con el dato de intención de voto referido a la población general del mismo estudio, lo que da idea de una mayor inclinación y compromiso político de la muestra de jóvenes analizada en el estudio.

Aquellos más dispuestos a votar pertenecen a posiciones ideológicas de izquierda y extrema izquierda, y manifiestan mucho interés por los temas políticos (Tabla 5.13). Menos dispuestos que la media son aquellos que se declaran en paro, con niveles de estudios secundarios o de FP, con bajo interés por la política y sin posiciones ideológicas definidas.

TABLA 5.13. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN INTENCIÓN DE VOTO. VARIABLES CON MENCIONES SIGNIFICATIVAMENTE SUPERIORES AL PORCENTAJE MEDIO. $P < 0.05$

INTENCIÓN DE VOTO	PERFILES
Más dispuestos a votar (sí)	Izquierda y extrema izquierda Bastante o mucho interés en la política
Menos dispuestos a votar (no)	En paro Estudios secundarios /FP Nulo o poco interés en la política Sin posición ideológica definida

Los motivos para votar, entre aquellos que han declarado su disposición a hacerlo (Tabla 5.14), están centrados principalmente en argumentos basados en el derecho adquirido (58,9%) o en percibirlo como un deber (46,5%). Ambos constituyen la centralidad básica de los mismos y muestran la conciencia ciudadana de quienes responden en lo referido a obligaciones y derechos adquiridos en la participación de la vida democrática. Menos mencionada que las anteriores es la posición del voto reactivo —votar para que no ganen los partidos que no se desean— que, ocupando el tercer lugar en porcentaje de jóvenes que lo seleccionan, es escogido por un 29%, casi uno de cada tres. Una proporción que no deja de ser bastante elevada.

TABLA 5.14. MOTIVOS PARA ACUDIR A VOTAR.
BASE: DECLARAN “SI” IR A VOTAR EN PRÓXIMAS ELECCIONES

	N (TOTAL MENCIONES)	% MENCIONES	% PERSONAS QUE MENCIONAN
Lo considero un derecho	384	36,3	58,9
Lo considero un deber cívico	304	28,7	46,5
Para que no ganen los partidos que no me gustan	189	17,9	29,0
Por ideología	100	9,4	15,3
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	51	4,8	7,8
Otras (especificar)	13	1,2	1,9
Por ayudar a mi partido	8	0,8	1,2
Me han convencido de que lo haga	3	0,3	0,5
No lo sé / Prefiero no contestar	6	0,5	0,8
Total (base 653)	1.058	100,0	162,0

No deja de ser en cierta medida inicialmente paradójico que las motivaciones ideológicas ocupen el cuarto lugar en la selección, escogidas por el 15,3% de los jóvenes. Si se puede considerar que todo voto contiene ideología (o contra-ideología, cuando se vota “en contra de”), entre los y las jóvenes parece claro que lo que más importa es hacerlo porque forma parte del conjunto de deberes y derechos de la ciudadanía, lo cual, a la postre, también es una postura política o ideológica.

En los últimos estudios sobre valores realizados por la FAD y el CRS (2010 y 2014) ya se viene exponiendo la presencia cada vez mayor de una participación ciudadana más desideologizada,

cuando menos en función de lo que se venía entendiendo hasta hace poco por ideología. Las adscripciones inmutables de antaño parecen convertirse en puntuales, revisables, renovables, según se satisfaga o no al elector de manera eficaz e inmediata. Nada de “cheques en blanco”, parece quererse decir. Quizás la política —para una buena parte de los y las jóvenes— se ha convertido una praxis puntual, donde la vinculación —en este caso, con una gestión política determinada— sólo se produce cuando hay una conciencia de los objetivos instrumentales y las finalidades compartidas en función de las inquietudes o intereses del momento personal; un utilitarismo (al estilo de Bentham) que permita argumentar que el voto ideológico está en crisis y no el pragmático.

En la consideración del voto como derecho están más presentes las mujeres (Tabla 5.15; tablas completas en Anexo 2: A5.98 a A5.106). Los hombres y los católicos practicantes destacan cuando el motivo para votar se centraliza en el deber cívico, al mismo tiempo que tienden a minimizarse en esta dimensión los que se autodefinen como poco interesados en la política o aquellos autoubicados en las clases medias y bajas, menos interesados —como hemos comprobado en otras partes de este análisis— en cuestiones de ciudadanía y participación. La ideología como motor de incitación al voto es más predominante entre los hombres y mucho menos —de manera obvia— entre aquellos que no se definen políticamente. También aparecen menos en esta dimensión los confesos de catolicismo, los que declaran alta carga de intensidad religiosa o tienen estudios de FP.

TABLA 5.15. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN MOTIVOS PARA ACUDIR A VOTAR PARA LOS ÍTEMS MÁS MENCIONADOS. VARIABLES CON MENCIONES SIGNIFICATIVAMENTE SUPERIORES O INFERIORES AL PORCENTAJE MEDIO. $P < 0.05$

MOTIVOS DE VOTO	PERFILES
Lo considero un derecho	+ Mujeres
Lo considero un deber cívico	+ Hombres + Católicos practicantes - Nada o poco interesados en política - Clase media baja y baja
Por ideología	+ Hombres - FP - Sin adscripción ideológica - Católicos practicantes y otras religiones - Intensidad religiosa alta o muy alta

Entre los motivos para no ir a votar (Tabla 5.16) de aquellos y aquellas que deciden no hacerlo, la pésima percepción sobre la situación del panorama político surge como la principal barrera. La corrupción, con la amenaza de convertirse en una pandemia en la percepción social de la

política española, es el principal motivo para no votar para el 56,5% de los y las jóvenes que han decidido no hacerlo. La falta de representación (“no me representa ningún partido”) es el segundo argumento que se esgrime, y que menciona el 47,3%. Algo que, naturalmente, dificulta el voto por cuestión ideológica. Desconfianza en el sistema y ausencia de representatividad (sea ideológica, funcional o de resultados) como dupla de motivaciones principales que caracterizan a los abstencionistas.

TABLA 5.16. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE ESTÁ DISPUESTO A VOTAR

MOTIVOS POR LOS QUE NO VOTO	N (TOTAL MENCIONES)	% MENCIONES	% PERSONAS QUE MENCIONAN
Por la corrupción	42	26,3	56,5
No me representa ningún partido político	36	22,0	47,3
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	25	15,3	32,8
Mi voto no servirá para nada	17	10,7	22,9
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	12	7,6	16,4
Me da igual que gane un partido u otro	8	4,9	10,6
No creo en la democracia	8	4,9	10,6
No me aclaro, no entiendo de política	3	2,1	4,4
Otras (especificar)	3	2,1	4,4
Todavía no he pensado en el tema	3	1,6	3,5
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	2	1,2	2,5
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	1	0,9	1,9
No lo sé / Prefiero no contestar	1	0,5	1,0
Total (base 75)	161	100,0	214,9

En esta perspectiva sí aparece una justificación para la abstención, encuadrada dentro de los motivos tópicos que se argumentan cuando se relacionan juventud y política: la falta de interés por la misma y la decepción, doble dimensión significativa pero encuadradas ambas razones en

el ítem “la política no me interesa, estoy desengañado de ella”, un argumento que esgrime el 32,8% de los y las jóvenes que no piensan en acudir a votar. Por último, entre los motivos escogidos por un número significativo de personas, se encuentra la convicción de la falta de utilidad del sistema representativo (“mi voto no servirá para nada”) con el 22,9% de sujetos que lo mencionan.

A los problemas estructurales del sistema, como la falta de representación o la percepción de inutilidad del mismo, se suman trabas como la corrupción, muy presente además en los medios, para constituirse como argumentos principales que impiden la participación de los y las jóvenes en los procesos electorales. Y, sin embargo, todos estos motivos están fuertemente asociados; lo coyuntural (la corrupción) abunda en la falta de confianza, la decepción o la percepción de ausencia de representatividad del sistema democrático, por ejemplo.

Ciertos perfiles de jóvenes están menos inclinados a la participación (Tabla 5.17, tablas completas en Anexo 2: A5.107 a A5.115).

TABLA 5.17. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN MOTIVOS DE NO ACUDIR A VOTAR PARA LOS ÍTEMS MÁS MENCIONADOS. VARIABLES CON MENCIONES SIGNIFICATIVAMENTE SUPERIORES O INFERIORES AL PORCENTAJE MEDIO. $P < 0.05$

MOTIVOS NO VOTO	PERFILES
Por la corrupción	+ FP + Católicos practicantes - Clase media alta y alta - Posición ideológica de centro
No me representa ningún partido	+ Hombres + Estudios superiores universitarios + Interés medio en política + Católicos no practicantes - Clase media-media - Izquierda y extrema izquierda
La política no me interesa	+ Mujeres + Estudios secundaria/FP + Nulo o poco interés en política
Mi voto no servirá para nada	+ Nulo o poco interés en la política + Católicos practicantes + Clase media alta y alta
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas generales	+ En paro + FP + Extrema izquierda e izquierda - Clase media alta y alta

“No me representa ningún partido”, que parece representar la distancia entre política y ciudadanía como motivo para no votar, aparece más entre hombres, con estudios superiores y que manifiestan un interés medio por la política, y mucho menos entre los más posicionados ideológicamente. “La política no me interesa” es una opción para el abstencionismo más recogida por mujeres, y jóvenes con estudios de Secundaria y que declaran poco interés en general por la política. “Mi voto no servirá para nada”, otra opción de indiferencia o de rechazo del sistema, es más evidente como elección entre los católicos practicantes y las clases medias y altas. El desinterés hacia el voto que proviene de la decepción (“me decepcionó el partido al que vote en las últimas generales”) aparece más marcado entre aquellos que están en paro, tienen estudios de FP y pertenecen a orientaciones ideológicas de izquierda.

5.5. OTRAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN

Otro paso más allá para valorar la actitud de los y las jóvenes españoles frente a la política es analizar su opinión sobre la utilidad otorgada a distintas formas de activismo (Tabla 5.18). La batería propuesta para que los y las jóvenes valorasen su utilidad en la escala de 0 a 10 (de “nada útil” hasta “muy útil”) contiene tanto formas de activismo clásicas y convencionales (colaborar o pertenecer a partidos o sindicatos, participar en huelgas, peticiones de firmas, etc.) como otras que últimamente han protagonizado muchas acciones reivindicativas o de protesta popular, no sin cierta polémica sobre su legalidad o ética, como los *escraches*, la ocupación de plazas públicas, las acciones contra entidades bancarias o edificios públicos, etc.

No deja de ser significativo que la mejor valoración de utilidad no alcance el 7 de media, y que un buen número de ellas no llegue al 5 de calificación. En general, son bastante más valoradas en función de su utilidad las acciones que podríamos calificar como más convencionales. Y no sorprende, a tenor de los resultados de la pregunta anterior de intención de voto, que la más valorada sea “votar cuando hay elecciones”, que alcanza un 6,95 de nota media. La acción ciudadana más clásica y representativa de la democracia, el voto, sigue siendo una opción válida de participación en el sistema para amplias mayorías de jóvenes. Por el contrario, no ocurre lo mismo con otro tipo de ejercicios característicos antaño de la integración en el sistema. El “colaborar/pertenecer a un sindicato” (4,31) o “a partidos políticos” (3,85) aparecen bastante degradados, a la vista de sus calificaciones de utilidad; tampoco sorprende, dado que ambos tipos de organización no cuentan con la simpatía de los y las jóvenes, como se ha visto en el apartado de confianza institucional. En general, la afiliación a entidades políticas no ha sido especialmente masiva en este país, de manera significativa entre los jóvenes, que presentan tasas de afiliación aún menores que la población en general (Martín Hernández, 2006: 16)⁴.

No alcanzan tampoco una valoración de utilidad aceptable acciones de tipo más reactivo, como los famosos —por la polémica sobre su legalidad— *escraches* (4,28), ocupar los espacios públicos (3,65) o “boicotear y/o realizar pintadas...” (2,34). Lejos de percibir como más útiles

4. Martín Hernández, Á. (2006). *Participación socio-política de los jóvenes españoles: medios y trayectorias*. Madrid: CSIC.

estas medidas en la lucha contra las carencias del sistema, los y las jóvenes apuestan en mayor medida por acciones más colectivas y participativas, como “colaborar con asociaciones...” (6,18), la segunda nota más alta en utilidad. Un poco por debajo en cuestión de interés instrumental aparecen “firmar peticiones” (5,89), “participar en huelgas” (5,81) o “asistir a manifestaciones” (5,77), modelos de lo que se ha denominado “participación persuasiva” (Martín Hernández, 2006: 3), que intentan incidir directamente sobre las políticas y acciones gubernamentales. En el límite de la percepción de utilidad, superando por poco el 5 de media, aparecen las movilizaciones en contra de los desahucios (5,19) o “hablar con otras personas de temas políticos” (5,09)⁵.

TABLA 5.18. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE UTILIDAD (0 = NADA ÚTIL / 10 = MUY ÚTIL)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Media total ponderada	4,94	
Votar cuando hay elecciones	6,95	2,816
Colaborar/pertenecer con asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras.	6,18	2,324
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,89	2,426
Participar en una huelga	5,81	2,903
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,77	2,752
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	5,19	3,328
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,09	2,910
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,31	2,434
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,28	2,935
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,85	2,800
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras...	3,65	2,990
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,34	2,691

5. Las tablas completas de cruce de las distintas formas de acción por los perfiles sociodemográficos se encuentran en el Anexo 2: A5.116 a A5.124.

No deja de ser muy significativo que los y las jóvenes, incluso los integrados en un colectivo politizado por encima de la media (como parece ser el caso de nuestra muestra), valoren más la utilidad de los medios (de participación o de activismo) más tradicionales. La visibilidad de las acciones más “rompedoras”, pese a la participación en ellas de muchos jóvenes (pensemos por ejemplo en las ocupaciones del 15-M), parecen ser menos valoradas como útiles por el colectivo.

El modelo factorial sobre la batería de acciones (Tabla 5.19) arroja una perspectiva fundamental sobre las agrupaciones de las diferentes formas participativas y sobre los perfiles más o menos incorporados a las mismas:

TABLA 5.19. MODELO FACTORIAL. UTILIDAD PERCIBIDA DE LAS DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA.

FACTORES	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
% Varianza explicada: 62,92%	40,63%	13,12%	9,15%
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	.807		
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras...	.786		
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (<i>escraches</i>)	.741		
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	.638		
Participar en una huelga	.518	.478	
Firmar una petición, texto o denuncia de apoyo		.826	
Colaborar/pertenecer con asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras.		.795	
Asistir a manifestaciones o concentraciones		.580	
Colaborar/pertenecer a un partido político			.806
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas			.722
Votar cuando hay elecciones			.684
Colaborar/pertenecer a un sindicato			.463

Kmo:.845/Rotación Varimax

Tres factores resumen tres modelos distintos y bien diferenciados de participación política en función de su utilidad percibida:

El **primer factor** —el de mayor peso específico en la varianza, 40,6%— agrupa a las formas más “combativas” de persuasión, toda vez que implican actividades más llamativas o contundentes en cuanto a las estrategias empleadas. Por ejemplo, en éstas se encuentran *escraches*, boicoteos, ocupación de espacios públicos, concentraciones antidesahucios y huelgas. Actividades reactivas frente al generalizado sentimiento de impotencia que genera la política tradicional, y acordes con la convicción de que el poder gobierna de espaldas a la ciudadanía (y más en concreto, a los y las jóvenes), sin tener en cuenta las necesidades e intereses de ésta.

En la tabla siguiente (5.20) pueden verse claramente los perfiles de jóvenes que más sintonizan con la utilidad de estas acciones: los que se posicionan de manera clara en la izquierda ideológica, los que no se incluyen en una confesión religiosa y se atribuyen muy bajos índices de religiosidad. Muy lejos de este tipo de acciones se ubican los que se posicionan en la derecha ideológica, las clases altas, los que declaran confesión católica y tienen altos índices de religiosidad.

El **segundo factor** (13,2% de la varianza) también contiene acciones participativas persuasivas, pero con un importante matiz. Son aquellas de carácter menos “agresivo” en sus formas que las que componen el factor anterior. Es por eso que se agrupan las firmas de peticiones —la variable de mayor peso en el factor—, la colaboración con entidades u otros organismos de acción comunitaria, o la asistencia a manifestaciones.

El perfil de los jóvenes más cercanos a este tipo de actividades participativas es menos claro que el anterior; las mujeres parecen optar más por las mismas, así como también los posicionados en la izquierda y extrema izquierda y los que se definen como de clases media o baja. Los ausentes en el mismo son similares a los del factor anterior: de derechas, de clase alta y jóvenes con confesión religiosa declarada y alta intensidad de creencias.

El **último factor** (con sólo una potencia explicativa del 9,1%) también es bastante claro, tanto en las acciones que integra como en el perfil de los más proclives a las mismas en función de su utilidad. Se diferencia de los otros dos en que aquí sólo encontramos los modos participativos encuadrados en la acción política convencional. De hecho, encontramos que “pertenecer a un partido político” posee el mayor peso en el factor; asimismo, también se encuentra votar en las elecciones, hablar de temas políticos y pertenecer a un sindicato.

Los perfiles más presentes en el mismo comparten pocos aspectos con el resto: es muy visible la presencia de los y las posicionadas en la izquierda —siempre más proclives, como hemos comprobado, a acciones reivindicativas— pero aparecen marcadamente aquellos muy interesados en la política, las clases altas, los de mayor edad de la muestra y los y las que tienen un nivel de estudios más alto. Son escasas pero muy significativas, las ausencias: aparecen en mucha menor medida aquellos que tienen estudios de FP, los y las jóvenes que están en paro —como hemos visto anteriormente, este perfil es uno de los más decepcionados con la política convencional en general— y, casi de manera que resulta obligada por pura coherencia, los que no muestran interés por la política.

TABLA 5.20. FACTORES RESUMEN DE LA COMPOSICIÓN DE FACTORES POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DATOS EN COEFICIENTES FACTORIALES.

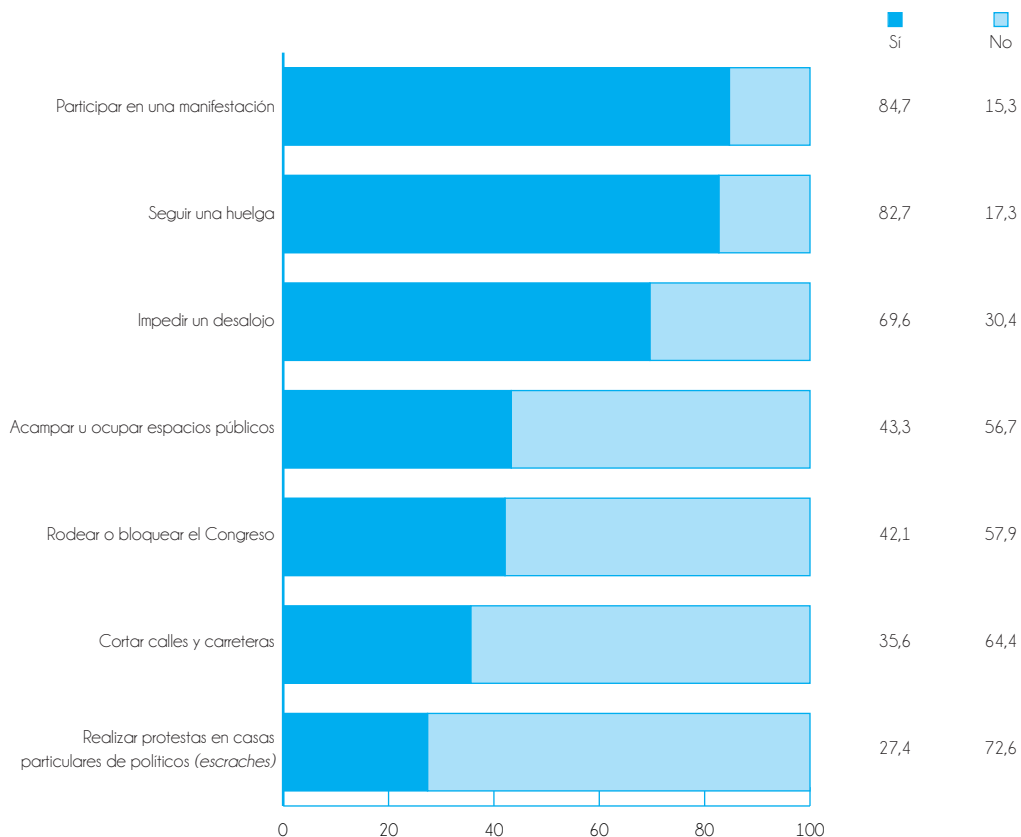
FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
Izquierda y extrema izquierda (.32)	Mujeres (.20)	De 23 a 25 años (.27)
Ateos (.22)	Izquierda y extrema izquierda (.16)	Otra situación de actividad (.19)
Baja o nula religiosidad (.13)	Baja y media baja (.13)	Universitarios (.18)
Derecha y extrema derecha (-.62)	Nulo o poco interés en la política (-.17)	Bastante o mucho interés en la política (.43)
Católicos practicantes (-.65)	Derecha y extrema derecha (-.33)	Izquierda y extrema izquierda (.22)
Alta o muy alta religiosidad (-.27)	Católicos practicantes (-.49)	Clase alta y media alta (.30)
Clase alta y media alta (-.20)	Alta o muy alta religiosidad (-.23)	En paro (-.58)
	Clase alta y media alta (-.20)	FP (-.30)
		Nulo o poco interés en la política (-.72)

En correspondencia con la visión de utilidad de las formas de participación hay que definir hasta qué punto se está más o menos dispuesto a adoptarlas. Para ello se seleccionaron de la batería anterior aquellas acciones que implican una necesidad de compromiso personal mayor, por situarse al margen de los cauces tradicionales o convencionales de participación; las que se aglutinan en torno a tipos de presión más potentes en sus formas, e incluso enfrentadas en mayor o menor medida a la legalidad, y que, en algunos casos, implican un mayor riesgo personal. El gráfico siguiente (5.3) detalla las acciones seleccionadas y los porcentajes de jóvenes dispuestos o no a participar en ellas.

De las siete opciones, sólo tres convocan acuerdos mayoritarios sobre una probable participación en las mismas. De forma abrumadora los y las jóvenes se declaran dispuestos a participar en una manifestación (casi el 85%) o a participar en una huelga (el 82,7%). Ambas acciones son respaldadas por cuanto son formas bastante arraigadas de protesta y acción social. Con algo menos de apoyo, pero aun así defendida de forma también mayoritaria, aparece impedir un desalojo, acción para la que están dispuestos a colaborar casi el 70% de los y las jóvenes. No cabe duda de que el impacto mediático de estas acciones y sus consecuencias más visibles confluyen para suscitar este gran apoyo.

Mucho menos respaldo reúnen el resto de propuestas de acción, para las que el acuerdo mayoritario bascula hacia la no participación. Se entiende este menor respaldo por ser más expuestas (acampar u ocupar espacios públicos, cortar calles y carreteras), o por haber sido puesta en discusión su legalidad (*escraches*) desde determinados ámbitos sociales e institucionales.

GRÁFICO 5.3. POSIBILIDAD DE PARTICIPAR EN DETERMINADAS ACCIONES.



Es significativo pero no sorprendente, vistos los resultados de los anteriores análisis, los perfiles de jóvenes más o menos dispuestos a implicarse en tales acciones (Tabla 5.21; tablas completas en Anexo 2: A5.1.25 a A5.1.33).

Los más dispuestos a todas, en general, son los fuertemente posicionados a la izquierda, con un alto interés declarado en la política y, preferentemente, hombres.

Tampoco sorprende el perfil de quienes se declaran bastante alejados de las mismas: jóvenes de derechas o extrema derecha, confesionales, pertenecientes a clases medias y altas, y con elevado sentimiento religioso.

TABLA 5.21. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES. VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS QUE SUPONEN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. $P < 0,05$

ACCIÓN	MAYOR POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	MENOR POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN
Participar en una manifestación	+ Bastante o mucho interés en la política + Extrema izquierda e izquierda	- Estudios secundarios - Católicos practicantes - Nulo o poco interés en la política - Clase alta y media alta
Seguir una huelga	+ Mujeres	- Nulo o poco interés en la política - Derecha y extrema derecha - Católicos practicantes
Impedir un desalojo	+ Extrema izquierda e izquierda + Bastante o mucho interés en la política	- Derecha y extrema derecha
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	+ Extrema izquierda e izquierda	- Nulo o poco interés en la política
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	+ Hombres	- Católicos practicantes - Clase alta y media alta
Cortar calles y carreteras	+ Extrema izquierda e izquierda + Bastante o mucho interés en la política	
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política + Extrema izquierda e izquierda	- Católicos practicantes - Clase alta y media alta

Queda por explorar la opinión sobre las diferentes movilizaciones ciudadanas —acampadas, manifestaciones, marchas, protestas de todo tipo, etc.— surgidas al hilo de la crisis y entendidas como expresión de la voluntad y acción popular frente al actual panorama económico e institucional. Esta opinión se estructura alrededor de tres dimensiones valorativas (simpatía⁶, interés y utilidad) que, en su conjunto, permiten analizar la visión global de los y las jóvenes hacia las mismas (Tabla 5.22).

Cabe señalar que los puntos extremos de la escala en positivo o negativo en las tres dimensiones no juegan un papel esencial en la valoración de estos movimientos. En los puntos altos, ni en interés, ni en simpatía ni en utilidad hay menciones que superen el 10%. En los puntos bajos (“nin-

6. La referencia al término “simpatía” es una reducción, a efectos de claridad del análisis, de la pregunta original del cuestionario “¿Hasta qué punto simpatizas con estos movimientos?”. En esta pregunta se consideró la opción de incorporar la categoría de respuesta “regular”, ausente en el resto.

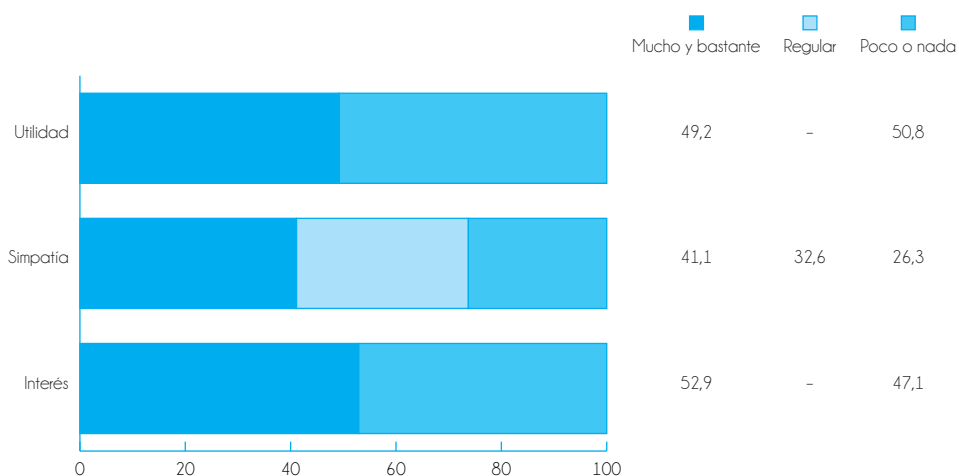
gundo”, “poco” o “nada”), encontramos a pocos más jóvenes; un mínimo del 8% para la valoración de utilidad y un máximo del 17,2% para la simpatía. La percepción de estos movimientos, pues, se juega en los terrenos medios (bastante o poco) de valoración.

TABLA 5.22. GRADO DE INTERÉS, SIMPATÍA Y UTILIDAD PERCIBIDA HACIA DIFERENTES MOVIMIENTOS CIUDADANOS

	MUCHO	BASTANTE	REGULAR	POCO	NINGUNO	NS/NC
Interés						
Interés por estos movimientos (%)	8,7	42,0		34,6	10,6	4,0
Total	71	340		279	86	33
Simpatía						
Simpatía por estos movimientos (%)	9,2	30,1	31,2	17,2	8,0	4,2
Total	74	244	252	139	65	34
Utilidad percibida						
Utilidad de estos movimientos (%)	8,2	38,4		40,1	8,1	5,2
Total	66	311		324	65	42

Una mejor perspectiva de las posiciones ante estos movimientos se refleja en la escala agrupada (Gráfico 5.4), de la que excluimos los no sabe/no contesta.

GRÁFICO 5.4. GRADO DE INTERÉS, SIMPATÍA Y UTILIDAD PERCIBIDA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ESCALA AGRUPADA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC



La calificación de “regular” solo se planteó para el ítem de simpatía.

- La dimensión más puntuada es la del **interés**, primer elemento que determina un acercamiento o no a este tipo de acciones populares. Prácticamente el 53% de los y las jóvenes dice sentir interés –bastante o mucho– por las mismas; el resto declaran lo contrario, nada o poco. Posición más bien equilibrada en cuanto al interés que despiertan este tipo de movimientos.
- El mismo reparto, tendente al equilibrio, se observa para la **utilidad** atribuida a estos movimientos; poco más de un 49% declara que son útiles en alto nivel, mientras que lo niegan en diferentes grados (poco o nada) casi el 51%.
- Menos equilibrada resulta la **simpatía**, seguramente debido a la presencia de la categoría de respuesta “regular”. La suma de las posiciones “bastante” y “mucho simpatía” copan la mayor parte de las declaraciones (41,1%) y bastante menos la categoría “regular” (32,6%).

Parece que, entre amplios grupos de jóvenes, estos movimientos despiertan simpatía y un cierto interés, aunque se duda de su utilidad como instrumentos de acción política.

De nuevo el análisis de los perfiles (Tabla 5.23; tablas completas en Anexo 2: A5.134 a A5.160) no aporta sorpresas ni diferencias sobre lo ya conocido.

TABLA 5.23. INTERÉS, SIMPATÍA Y UTILIDAD PERCIBIDA POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. ESCALA AGRUPADA. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. P<0.05

DIMENSIONES	POR ENCIMA DE LA MEDIA PORCENTUAL (EN MUCHO Y BASTANTE)	POR ENCIMA DE LA MEDIA PORCENTUAL (EN POCO O NADA)
Utilidad	Bastante o mucho interés en la política Izquierda y extrema izquierda Ateos Clase baja y media baja	Derecha y extrema derecha Alta o muy alta intensidad religiosa Clase alta y media alta
Simpatía	Bastante o mucho interés en la política Izquierda y extrema izquierda Ateos Baja o nula religiosidad Clase baja y media baja	Hombres Nulo o poco interés en la política Derecha y extrema derecha Católicos practicantes Alta o muy alta intensidad religiosa Clase alta y media alta
Interés	Bastante o mucho interés en la política Izquierda y extrema izquierda Ateos	Entre 18 y 19 años Otras situaciones de actividad y en paro Nulo o poco interés en la política Derecha y extrema derecha Católicos practicantes Alta o muy alta intensidad religiosa Clase alta y media alta

Existe un grupo mucho más cercano a este tipo de movilizaciones entre los jóvenes declarados de izquierdas o extrema izquierda, con alto interés por la política, con escaso sentimiento y vivencia religiosos y de clases media o baja.

Su contraparte, es decir, los jóvenes de derechas, religiosos y de clase alta, se ubican mucho más lejos de las posturas de proximidad a los movimientos.

6. POLÍTICA E INTERNET

No cabe duda de la importancia e influencia de Internet en las nuevas formas de comunicación, relación e, incluso, en el nacimiento y proliferación de todo tipo de movimientos amparados en el altavoz virtual que supone la Red. Como afirma Rendueles (2013)¹ parece necesario, cada vez en mayor medida, describir las relaciones personales y los movimientos transformadores colectivos a partir de su impronta y visibilidad en la Red (aunque el autor, de hecho, cuestiona la relevancia de las redes sociales en la acción política).

En las páginas que siguen trataremos de dar cuenta de estas realidades.

Para comenzar hemos preguntado por los medios que se emplean para estar al tanto de la actualidad política, de los que se podían señalar hasta tres opciones como máximo. Los resultados se muestran en la Tabla 6.1.

La televisión sigue siendo el medio más empleado para seguir la actualidad política: prácticamente 3 de cada 4 chicos y chicas la emplean (el 73%), con gran diferencia en menciones sobre el segundo canal informativo, los medios alternativos *online* y los periódicos *online*, ambos con parecido número de menciones (44,5% y 43,6%, respectivamente). La triada copa el protagonismo en cuanto a medios, y la televisión sigue siendo la protagonista de la información política, a pesar de que despierte poca confianza por la percepción de su cercanía con el poder.

Blogs o foros cuentan mucho menos como canales informativos (19,2%), por mucho que sea un porcentaje significativo en tanto que supone una búsqueda activa de información personalizada, y una apuesta por fuentes de información al margen (supuestamente) de los canales tradicionales u oficiales. El porcentaje de jóvenes que declara emplear la prensa escrita convencional (17,7%) confirma su fracaso frente a la misma en versión *online*. Una proporción parecida emplea la radio (15,1%). El resto de opciones apenas merece el comentario, pues los porcentajes de sus menciones no superan la barrera del 5%.

Hay bastante distinción en el empleo de medios según los diferentes perfiles de jóvenes. Los medios *online*, tanto los medios alternativos como los periódicos digitales, parecen más utilizados por hombres, por los que declaran alto interés en la política y por aquellos con fuerte orientación ideológica de izquierdas (incluyendo a los que se ubican en la izquierda o extrema izquierda), mientras que no son preferentes —al menos, al mismo nivel que en los anteriores perfiles— para aquellos con escaso interés en la política, que se sitúan en la derecha y extrema derecha o que no se definen ideológicamente, católicos declarados (éstos priman la prensa escrita como canal).

1. Rendueles, C. (2013). *Sociofobia*. Barcelona: Capitán Swing.

**TABLA 6.1. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
RESPUESTA MÚLTIPLE.**

MEDIOS (SELECCION DE 3 MÁXIMO)	N (TOTAL MENCIONES)	% MENCIONES	% PERSONAS QUE MENCIONAN
Televisión	591	32,0	73,1
Medios alternativos <i>online</i>	359	19,5	44,5
Periódicos diarios generales <i>online</i>	353	19,1	43,6
Blogs, foros	155	8,4	19,2
Periódicos diarios generales escritos	143	7,7	17,7
Radio	122	6,6	15,1
Otros	44	2,4	5,5
Boletines locales o informales	18	1,0	2,2
Medios alternativos <i>offline</i>	17	0,9	2,0
Revistas sobre política y sociedad	9	0,5	1,1
Ninguno	22	1,2	2,8
No lo sé / Prefiero no contestar	14	0,8	1,7
Total	1.846	100,0	228,4

Comprobamos que existe una fuerte división, basada en gran parte en la ubicación ideológica (Tabla 6.2, tablas completas en Anexo 2: A6.1 a A6.9).

Hacia la televisión como canal, como ya hemos visto el más empleado con amplia diferencia, están más orientadas las mujeres, los que se ubican en posiciones de derecha y los que reconocen alta intensidad en vivencias religiosas.

**TABLA 6.2. MEDIOS EMPLEADOS (LAS SEIS MENCIONES MÁS RELEVANTES)
PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS.
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. $P < 0.05$**

MEDIOS	POR ENCIMA DE LA MEDIA	POR DEBAJO DE LA MEDIA
Televisión	+ Mujeres + Derecha y extrema derecha + Católicos practicantes y no practic. + Intensidad religiosa media y alta o muy alta	- No sabe no contesta en posición ideológica
Medios alternativos <i>online</i>	+ Hombres - Bastante o mucho interés en la política + Izquierda y extrema izquierda	- Sólo trabaja o en paro - Estudios secundarios - Nulo o poco interés en la política - Derecha y extrema derecha - Católicos practicantes y no pract. - Intensidad religiosa media o alta y muy alta
Periódicos diarios generales <i>online</i>	+ Hombres + Alto o muy alto interés en política	- Entre 18 y 22 años - En paro - Secundarios y FP - Nulo o poco interés en política - No sabe no contesta en posición ideológica
Blogs, foros	+ Hombres	- Otras situaciones de actividad - Estudios secundarios - Nulo o poco interés en la política - No sabe no contesta en posición ideológica - Católicos practicantes y no pract. - Intensidad religiosa media o alta y muy alta
Periódicos diarios generales escritos	+ Estudios secundarios + Interés medio en la política + Católicos practicantes + Intensidad religiosa alta o muy alta	- En paro
Radio		- Estudios secundarios - Clase media baja y baja

Por otro lado, no cabe duda de la implantación masiva de Internet, especialmente en estas franjas de edad, que roza el 90%². Esta penetración, prácticamente universal en el segmento etario, induce a explorar la frecuencia de su uso para el seguimiento de la actualidad política. La tabla siguiente (6.3) muestra que la tasa de consulta de Internet para seguir noticias y acontecimientos relacionados con este tema está bastante repartida entre las diferentes frecuencias tomadas de una en una, con preeminencia de la frecuencia más elevada: el 33,6% de los y las jóvenes dicen entrar en Internet con este objetivo “a diario”. En todo caso, está claro que la frecuencia es alta, lo que reafirma la convicción de un buen número de jóvenes interesados por la política.

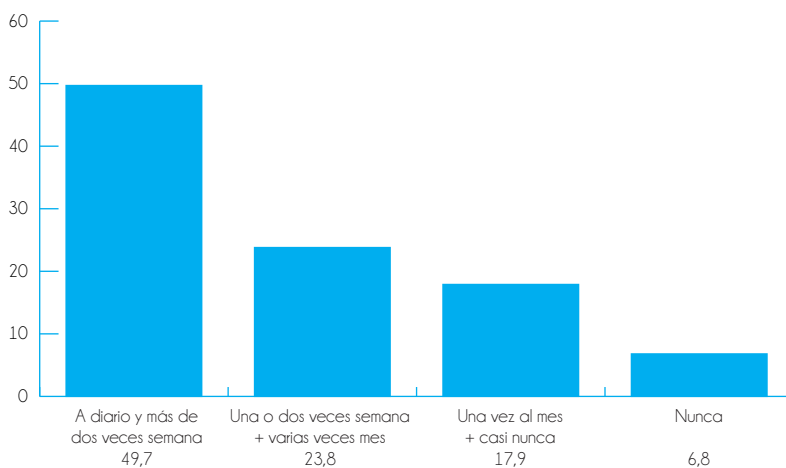
TABLA 6.3. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.

CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES TE IDENTIFICAS MÁS	N	%
A diario	271	33,6
Más de dos veces a la semana	130	16,1
1-2 veces semana	100	12,4
Varias veces al mes	92	11,4
Una vez al mes	25	3,1
Casi nunca	120	14,8
Nunca	55	6,8
No lo sé / Prefiero no contestar	15	1,9
Total	808	100,0

Una agrupación de las mismas frecuencias (Gráfico 6.1) confirma una mayor concentración de las más altas. La suma de la frecuencia “a diario” con la inmediatamente siguiente, “más de dos veces por semana”, concentra al 49,7% de los y las jóvenes. Las frecuencias medias (“1 ó 2 veces por semana” y “varias veces al mes”) convocan a un número notablemente inferior pero significativo, el 23,8%. Más residuales son las frecuencias bajas o muy bajas (“una vez al mes” y “casi nunca” que suman 17,9%), y la no consulta (el 6,8%).

2. EGM (2014). *Oleada de febrero-noviembre*.

GRÁFICO 6.1. FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET PARA TEMAS POLÍTICOS. ESCALA AGRUPADA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC



Hombres, de izquierda y con alto interés por temas políticos son los jóvenes que más declaran entrar en Internet para seguimientos de estas cuestiones, siempre teniendo en cuenta la escala agrupada de frecuencias (Tabla 6.4; tablas completas en Anexo 2: A6.10 a A6.18). Muy por debajo de ellos, los que no se posicionan ideológicamente, los que poseen menor nivel de estudios y los más jóvenes (entre 18 y 19 años).

TABLA 6.4. FRECUENCIA DE USO DE INTERNET PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS (FRECUENCIA AGRUPADA). DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. $P < 0.05$

FRECUENCIA	POR ENCIMA DE LA MEDIA	POR DEBAJO DE LA MEDIA
Todos los días + más de dos veces por semana	+ Hombres + Bastante o mucho interés en política + Extrema izquierda e izquierda	- Entre 18 y 19 años - Estudios secundarios y FP - Nulo o poco interés en política - No contesta en ubicación ideológica
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	Sin diferencias significativas	
Una vez al mes + casi nunca	+ Nulo o poco interés en política	- Bastante o mucho interés en política - No contesta en ubicación ideológica
Nunca	Sin diferencias significativas	

No cabe duda de que si una mayoría de jóvenes consulta temas políticos por medio de Internet con mucha frecuencia, la importancia atribuida a este canal debe considerarse alta. La tabla siguiente (6.5) confirma que para el 45% de los y las jóvenes, este medio tiene mucha importancia. Si sumamos a éstos los que responden que “bastante”, obtenemos que el 85% considera muy relevante a Internet entre sus fuentes de información sobre política. El perfil de quienes tienen esta apreciación de alta importancia del medio sigue los parámetros que ya hemos visto: jóvenes muy posicionados a la izquierda y extrema izquierda, con estudios medios o superiores, con alto interés por la política y sin confesión religiosa (Anexo 2: tablas A6.19 a A6.27).

TABLA 6.5. IMPORTANCIA DEL USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.

	N	%
Mucho	364	45,0
Bastante	325	40,2
Regular	76	9,4
Poco	15	1,9
Nada	14	1,8
No lo sé / Prefiero no contestar	14	1,8
Total	808	100,0

La coherencia entre la importancia atribuida al medio y la frecuencia con la que se hace uso del mismo es alta, en buena lógica. El 56% de los que consideran Internet un medio importante en niveles de “mucho” y “bastante” (Tabla 6.6) acceden muy regularmente a la consulta de noticias políticas, bien “todos los días” o “dos veces o más a la semana”. Y un 25% de este mismo público dice entrar en Internet con este objetivo al menos una o dos veces por semana o varias veces al mes, como mínimo.

En el otro lado, quien piensa que Internet no es importante para el seguimiento tiende a no consultarlo, evidentemente. Casi el 93% de los que no le atribuyen “nada” de importancia declara que no lo emplea “nunca”. Y siguiendo también una línea de coherencia, quienes le atribuyen una importancia “regular” o “poca” tienden a tener una frecuencia de uso muy baja (el 47% “una vez al mes” o “casi nunca”), aunque es significativo que existe un cierto porcentaje de jóvenes de esta categoría que entran regularmente, un 14% con alta frecuencia (todos los días o más de dos veces por semana) y un 22,2% con frecuencia media (una o dos veces por semana o varias veces al mes).

TABLA 6.6. IMPORTANCIA DEL USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA, POR FRECUENCIA DE USO DE INTERNET. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %. P<0.05

FRECUENCIA DE USO INTERNET (AGRUPADA)	IMPORTANCIA USO INTERNET (AGRUPADA)		
	MUCHO + BASTANTE	REGULAR + POCO	NADA
Todos los días + más de dos veces semana	56,4	14,3	0,0
Una o dos veces semana + varias veces al mes	25,0	22,2	0,0
Una vez al mes + casi nunca	14,6	47,8	7,1
Nunca	3,5	15,6	92,9
Total	683	90	14

El uso y la importancia atribuida a Internet como medio de exploración de la política es innegable entre los y las jóvenes, a la vista de los datos. Y la consecuencia es su capacidad de transmisión y amplificación de movimientos sociales y ciudadanos que, bajo su amparo, han conseguido convocar una mayoritaria atención pública. A la pregunta realizada sobre este tema “En los últimos tiempos han surgido movimientos sociales y políticos a través de Internet, ¿conoces alguno?” responde afirmativamente el 41,6% (Tabla 6.7).

TABLA 6.7. CONOCIMIENTO DE MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS EN INTERNET Y PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS AFINES A ESE CONOCIMIENTO.

	N	%	PERFILES MÁS ASOCIADOS (P<0.05)
Si	336	41,6	Hombres / Bastante o mucho interés en la política Extrema izquierda e izquierda / Agnósticos y ateos
No	472	58,4	Entre 18 y 19 años / Estudios secundarios y FP Derecha y extrema derecha Católicos practicantes y no practicantes Intensidad religiosa alta o muy alta
Total	808	100,0	

Este porcentaje, sin ser una mayoría, pone de manifiesto su potencia como altavoz entre un determinado perfil de jóvenes, que concuerda con las características de los más interesados en la política, preferentemente hombres, situados ideológicamente a la izquierda y sin confesión religiosa, rasgos sociodemográficos repetidamente validados como más cercanos a este tipo de movimientos. Los más jóvenes (entre 18 y 19 años), con estudios de Secundaria o FP, afines ideológi-

camente a la derechas y de confesión católica son los que menos declaran conocer este tipo de movimientos por la Red (tablas completas en Anexo 2: A6.28 a A6.36). Estos últimos son, además, los que menos declaran consultar Internet para el seguimiento de la actualidad política y, lógicamente, los que también declaran menor importancia de la Red como medio para tal fin.

En una proporción parecida a los que declaran conocer movimientos sociales o políticos en Internet aparecen aquellos que declaran haber consultado la página web de un partido: un 43,1% (Tabla 6.8, tablas completas en Anexo 2: A6.37 a A6.45). Un porcentaje muy alto y destacable, sobre todo vista la distancia marcada con los políticos, los partidos políticos y la política tradicional, en general. Los perfiles de quienes lo han hecho también son muy parecidos a los del caso anterior, lo que demuestra una línea unitaria de bastante coherencia en las declaraciones de los y las jóvenes.

TABLA 6.8. CONSULTA DE PÁGINA WEB DE PARTIDO Y PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS AFINES.

	N	%	PERFILES MÁS ASOCIADOS (P<0.05)
Si	348	43,1	Hombres / Universitarios Bastante o mucho interés en la política Izquierda y extrema izquierda
No	331	41,0	Sólo trabaja y En paro / Estudios secundarios y FP Nulo o poco interés en la política Centro político y no se define ideológicamente Católicos practicantes y no practicantes
No recuerda	104	12,9	
No contesta	24	3,0	
Total	808	100,0	

Muchos menos son quienes afirman estar suscritos a un boletín de actualidad política *online*. Este hecho, que supone un interés mucho más activo, sólo se da en el 7,2% de entrevistados (Tabla 6.9), cuyos perfiles siguen el patrón habitual de los más dinámicos en cuanto a comportamiento político en la Red: de izquierda o extrema izquierda, con alto interés en política, sin confesión religiosa declarada (tablas completas en Anexo 2: A6.46 a A6.54).

El eco de los movimientos sociales y políticos por Internet tiene reflejo en la actividad que se da en las redes sociales (principalmente Facebook y Twitter) o en los mensajes de correos electrónicos. Se preguntó a los y las jóvenes sobre si habían recibido comunicaciones (sea por el “muro” de Facebook, tuits o correos electrónicos) de diferentes actividades, como firma de manifiestos, convocatorias de manifestaciones, comentarios o críticas de candidatos, etc (Tabla 6.10).

TABLA 6.9. SUSCRIPCIÓN A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.

	N	%	PERFILES MÁS ASOCIADOS (P<0.05)
Si	58	7,2	+ Bastante o mucho interés en política + Izquierda y extrema izquierda + Indiferentes y agnósticos
No	728	90,1	
No lo sé / Prefiero no contestar	21	2,6	
Total	808	100,0	

**TABLA 6.10. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MUROS CON...
DATOS EN %**

	SI	NO	NO RECUERDO	NO LO SÉ/PREFIERO NO CONTESTAR
Manifiesto/recogida firmas	70,4	21,3	5,5	2,3
Convocando manifestación	60,6	29,0	7,5	2,5
Crítica sobre político/candidato	59,2	31,3	7,1	2,2
Otros temas de actualidad política	56,4	24,5	15,1	3,4
Apoyo a candidato	29,4	55,5	12,1	2,5

En general, la recepción de este tipo de comunicaciones es alta. Las cifras de quienes reconocen su recepción oscila entre el 70,4% de quienes afirman haber recibido mensajes para la “recogida de firmas” y el 56,2% de “otros temas de actualidad política”. La convocatoria para manifestaciones casi roza el 61% y, muy de cerca, comentarios y críticas de políticos o candidatos, el 59.2%. Las comunicaciones de apoyo a candidatos —parte de la política oficial de los partidos en la Red— son las que menos se declaran, el 29,4%. Quizás es una evidencia de la insuficiencia del trabajo de los partidos políticos en este aspecto.

Por supuesto, el perfil de quienes declaran haber recibido más este tipo de comunicaciones sigue los parámetros ya vistos en anteriores apartados (Tabla 6.1.1; tablas completas en Anexo 2: A6.55 a A6.63).

**TABLA 6.1.1. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUIITS O MENSAJES DE MUROS CON...
POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. $P < 0.05$**

RECEPCIÓN MENSAJE CON...	POR ENCIMA DE LA MEDIA	POR DEBAJO DE LA MEDIA
Manifiesto/recogida firmas	+ Bastante o mucho interés en la política + Izquierda y extrema izquierda + Indiferente/agnóstico	- Estudios secundarios - Nulo o poco interés en la política - No se posiciona ideológicamente - Católicos practicantes - Intensidad religiosa alta y muy alta
Convocando manifestación	+ Bastante o mucho interés en la política + Izquierda y extrema izquierda	- Estudios secundarios - Nulo o poco interés en la política - No se posiciona ideológicamente - Católicos practicantes y no prac. - Intensidad religiosa media y alta
Crítica sobre político/candidato	+ Bastante o mucho interés en la política	- Nulo o poco interés en la política - No se posiciona ideológicamente
Otros temas de actualidad política	+ Bastante o mucho interés en la política + Izquierda y extrema izquierda	- Estudios secundarios - Nulo o poco interés en la política - No se posiciona ideológicamente
Apoyo a candidato	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política	- Interés medio en la política - No se posiciona ideológicamente

Hasta aquí se ha explorado la participación pasiva; el siguiente análisis estará orientado a valorar el comportamiento activo en relación a los temas políticos (no como receptores, sino como creadores de información u opinión o, cuando menos, de "reemisores" de contenidos) de los y las jóvenes, lo que permitirá constatar el activismo político en la Red. En concreto, las actividades analizadas son tareas como firmas de manifiestos, reenvíos de mensajes de contenido político, creación de comentarios, contactos con políticos o partidos y otras actividades similares.

Los resultados (Tabla 6.1.2) muestran que existe una gran diferencia de comportamientos en función del tipo de actividad propuesta. Están bastante extendidas las prácticas que, aun necesitando un proceder más proactivo, suponen un menor esfuerzo e implicación personal (como firmar peticiones, algo que ha hecho el 60,3%). En este mismo sentido de implicación limitada, y en menor proporción, está el reenvío de información, rebotar o retuitear mensajes (48,4%), situado en el mismo nivel que las comunicaciones *online* con asociaciones u organizaciones (48%).

Las comunicaciones con mayor carga significativa en lo que se refiere a compromiso personal, son menos mencionadas. La que mayor número de jóvenes reúne es participar activamente en

foros, páginas web o blogs, algo que manifiesta el 42,8%, porcentaje que indica una participación alta. En mucha menor proporción aparecen otras actividades como contactar con alguna administración para quejarse o protestar (29,8%), realizar alguna donación a asociaciones u organizaciones (23,4%) y, significativamente por debajo de todas las demás, “contactar con algún político/partido”, algo que sólo declaran haber realizado el 12,3% de los y las jóvenes.

TABLA 6.12. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET.
DATOS EN %

	SI	NO	NO RECUERDO	NO LO SÉ/PREFIERO NO CONTESTAR
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	60,3	33,9	3,2	2,1
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	48,4	42,2	6,3	2,5
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	48,0	42,4	6,9	2,3
Escribir comentarios en algún foro, blog o pág. web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	42,8	47,4	6,6	2,7
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	29,8	62,3	5,3	2,2
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	23,4	68,7	4,9	2,3
Contactar con algún/a político/a o algún partido político	12,3	82,2	2,9	1,9

Este tipo de comportamientos demandan mayor implicación; consiguientemente, encontramos que los perfiles más implicados en estas actividades son un reflejo del perfil general de jóvenes con mayor tendencia a la participación (Tabla 6.13; tablas completas en Anexo 2: A6.64 a A6.72).

Es el perfil ya conocido: hombres, posicionados en la izquierda y que declaran elevado interés por los temas políticos; también se replica el perfil de los menos activos: ideología de derechas o no definidos políticamente que alcanzaron sólo estudios secundarios y que manifiestan escaso interés por los temas políticos.

**TABLA 6.13. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS INTERNET
POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS. DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS. $P < 0.05$**

	POR ENCIMA DE LA MEDIA	POR DEBAJO DE LA MEDIA
Firmar una petición o adherirse a alguna campaña o a un manifiesto	+ Estudios universitarios + Bastante o mucho interés en la política	- Estudios secundarios o inferior - Nulo o poco interés en política - Derecha y extrema derecha
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	+ Bastante o mucho interés en la política	- Estudios secundarios /FP - No se define ideológicamente - Intensidad relig. alta o muy alta
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva...)	+ Bastante o mucho interés en la política	- En paro - Nulo o poco interés en política - No se define ideológicamente
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política - Izquierda o extrema izquierda	- Nulo o poco interés en política
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política	- No se define ideológicamente
Realizar una donación para una campaña, una asoc. u organización		- Nulo o poco interés en política - No se define ideológicamente
Contactar con algún/a político/a o algún partido político	+ Hombres + Bastante o mucho interés en la política	- No se define ideológicamente

La alta participación en algunas de las anteriores actividades tiene su base explicativa en la alta exposición a temas políticos que puede darse en Internet (Tabla 6.14). El acceso a información sobre campañas electorales, no buscado intencionadamente, es bastante elevado: un 47,2% lo declara. En el mismo sentido de elevada exposición, incluso fuera del circuito de redes sociales propiamente dichas (como Facebook o Twitter), un 36,2% declara haber recibido un WhatsApp sobre la convocatoria a una manifestación.

Otra cosa es que la exposición a este tipo de temas redunde en una implicación más activa; la creación de contenidos o participación en blogs especializados en política o en temas sociales, es bastante baja en comparación: sólo un 4,7% declara hacerlo, respondiendo a idéntico perfil de elevado interés político (Tabla 6.14; tablas completas en Anexo 2: A6.73 a A6.99).

**TABLA 6.14. ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA.
MENCIONES SÍ.**

	N	%	PERFILES MÁS ASOCIADOS (P<0.05)
Participación activa en alguna web, foro o blog de contenido político, protesta* Sí	38	4,7	+ Bastante o mucho interés en política + Otras religiones
Acceso a información sobre campañas electorales en Internet sin haber buscado** Sí	382	47,2	+ Medios o superiores universitarios + Bastante o mucho interés en política
Recepción de WhatsApp sobre manifestación Sí	293	36,2	+ Bastante o mucho interés en política

* Participación activa (creando contenidos, comentando, coordinando, etc.) en alguna web, foro o blog de contenido político, protesta y/o movilización social.

** Acceso a información sobre campañas electorales en Internet sin haberla buscado (correo electrónico, YouTube, etc.).

7. LAS DIVERSAS POSTURAS FRENTE A LO POLÍTICO. UNA TIPOLOGÍA

Este último apartado del informe tiene como objetivo presentar una visión más general del conjunto de la información ofrecida, basándonos en un modelo estadístico —multivariable, de tipo clúster— que trata de agrupar a los y las jóvenes a partir de sus opiniones, valoraciones y percepciones respecto a los temas tratados.

Las variables del cuestionario que se han tenido en cuenta para la construcción de este intento de tipología son las siguientes:

- Valores e intereses (preguntas 9 a 27).
- Modelo social (preguntas 49 a 60).
- Modelo político (preguntas 68 a 73).
- Utilidad de acciones (preguntas 81 a 92).

Como toda clasificación en función de un conjunto de variables como las anteriores, resulta evidente que el objetivo es agrupar a los y las jóvenes en base a ciertos criterios opináticos. Y en este sentido, la pertenencia de un determinado sujeto a un grupo significa que se parece al resto de miembros de ese grupo, a la par que difiere lo más posible de otros individuos, clasificados en otros tipos. No deja de ser una clasificación teórica, exploratoria y aproximativa, en el sentido que se fuerza la pertenencia de los y las jóvenes a un determinado conjunto con el que se comparten ciertas similitudes, sin que pueda hablarse de que los individuos clasificados en cada tipo sean exactamente iguales.

DESCRIPCIÓN DE LOS GRUPOS

El modelo obtenido configura tres clústers, que clasifican conjuntamente al 100% de la muestra. No es habitual que un análisis de este tipo catalogue a todos los entrevistados en las diferentes tipologías y, en este caso, la explicación está en la fuerte diferencia opinática que se da entre los y las jóvenes frente a los diferentes temas tratados, aspecto que se ha podido comprobar a lo largo del análisis¹.

1. Cuando un individuo resulta "no clasificado", parte de la explicación puede estar en que sus posturas y valoraciones se sitúan en la media general o muy cerca de ella, con lo cual es imposible asignarlo a un determinado grupo.

Debemos iniciar la descripción de los tipos explicando su agrupación en función de las similitudes obtenidas a partir del análisis de las distancias entre las medias de las variables que los constituyen y las medias de esas variables para toda la muestra.

Esas valoraciones medias de las distintas variables utilizadas en la aproximación estadística se reflejan en la Tabla 7.1. En esa tabla, en **negrita**, se subrayan las medias más distanciadas (por arriba) de la general, y en **azul** las más distantes por debajo. Así podremos ir catalogando (por presencia o ausencia de las variables) los diferentes tipos.

TABLA 7.1. VALORES MEDIOS DE LOS TIPOS. DATOS EN MEDIAS.

	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS (36,7%)	ACTIVISTAS POLITIZADOS (46,1%)	INDIVIDUALISTAS PASIVOS (17,2%)	MEDIA GENERAL
VALORES				
Tener personas en quien confiar	9,68	8,60	8,15	8,93
Tener unas buenas relaciones familiares	9,50	8,01	7,97	8,57
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	9,08	7,97	7,23	8,26
Tener una vida sexual satisfactoria	9,05	7,61	7,19	8,08
Tener éxito en el trabajo	9,12	7,26	8,08	8,10
Ganar dinero	8,92	7,13	7,93	7,93
Cuidar el medio ambiente	8,52	7,58	6,66	7,78
Poder confiar en los responsables públicos	8,21	7,02	5,99	7,30
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,91	6,80	6,58	7,18
Ser una persona creativa y emprendedora	8,05	6,68	6,53	7,17
Respetar normas y la autoridad	7,83	6,17	6,18	6,80
Tener muchos amigos y conocidos	7,65	6,03	5,76	6,60
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,73	6,29	4,34	6,13
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	6,48	5,96	4,19	5,86
Tener éxito social y popularidad	6,72	5,07	4,77	5,64
Vivir al día sin pensar en mañana	5,97	5,15	4,54	5,36
Interesarse por temas políticos	4,77	5,57	2,99	4,84
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	3,07	2,86	2,97	2,96

TABLA 7.1. VALORES MEDIOS DE LOS TIPOS. DATOS EN MEDIAS (CONTINUACIÓN)

	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS (36,7%)	ACTIVISTAS POLITIZADOS (46,1%)	INDIVIDUALISTAS PASIVOS (17,2%)	MEDIA GENERAL
MODELO SOCIAL				
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	8,24	7,89	6,01	7,71
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,92	7,71	6,67	7,61
Es importante vivir en entornos completamente seguros	8,58	6,63	7,23	7,46
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,70	7,69	5,33	7,30
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,18	7,40	6,25	7,12
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	7,29	6,45	7,19	6,89
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,67	6,37	4,77	6,22
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	7,16	5,13	5,69	5,99
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	6,27	6,48	3,90	5,9
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,85	4,22	4,97	4,58
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,36	3,76	3,57	3,95
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,49	2,40	4,42	3,15
MODELO POLÍTICO				
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	8,52	7,89	8,03	8,15
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,65	6,85	7,36	7,24

TABLA 7.1. VALORES MEDIOS DE LOS TIPOS. DATOS EN MEDIAS (CONTINUACIÓN)

	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS (36,7%)	ACTIVISTAS POLITIZADOS (46,1%)	INDIVIDUALISTAS PASIVOS (17,2%)	MEDIA GENERAL
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,96	6,46	4,23	5,90
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	5,20	3,79	6,36	4,75
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	4,19	2,99	3,85	3,59
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,48	2,92	1,64	2,54
UTILIDAD ACCIONES				
Votar cuando hay elecciones	7,35	7,53	4,52	6,96
Colaborar/pertenecer con asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	6,81	6,78	3,64	6,27
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	6,62	6,22	3,94	5,99
Participar en una huelga	5,99	6,89	2,66	5,85
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,99	6,82	2,75	5,83
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	5,33	6,17	2,57	5,25
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,15	6,06	2,14	5,07
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,56	5,13	2,00	4,39
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,03	5,23	2,22	4,27
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,86	4,73	1,49	3,86
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras...	3,44	4,72	1,23	3,65
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,04	3,00	1,03	2,31

Datos resaltados: señalan la puntuación más diferencial (en positivo o negativo) dentro de cada tipo. Basado en el intervalo de confianza de la media al 95%.

En resumen, los tres grupos, claramente diferenciados, figuran en la Tabla 7.2:

TABLA 7.2. DISTRIBUCIÓN DE CASOS POR TIPOS

	% DEL TOTAL	N
Conservadores institucionalistas (Tipo 1)	36,7	297
Activistas politizados (Tipo 2)	46,1	372
Individualistas pasivos (Tipo 3)	17,2	139
Total	100,0	808

TIPO 1: Conservadores institucionalistas

El tipo 1 no es el de mayor tamaño en lo que se refiere al número de jóvenes que lo integran, pero su peso (36,7%) es muy significativo en el conjunto de la distribución; aproximadamente uno de cada tres jóvenes se agrupa en el mismo.

Lo más destacable de este grupo es que puntúan los valores, prácticamente todos, por encima de la media. La única excepción: "interesarse por temas políticos". En general, apoyan más firmemente que los y las jóvenes de otros grupos los valores, tanto de desarrollo e integración y de seguridad personal y material, pero también hay una apreciación mayor del presentismo y el hedonismo, y de algunos items que traducen atención al entorno, como "cuidar el medio ambiente"; incluso, aunque ya con menor énfasis, valores enfocados a lo social, "preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo" o "hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad". En este grupo, por lo tanto, se aúnan el interés muy marcado por los intereses personales, la estabilidad, el orden y la seguridad, con una defensa de los valores colectivos (acaso, por el dictado de la norma formal, de lo políticamente correcto, sin descartar una defensa, algo más difusa, de los valores sociales).

En cuanto al modelo social, ya lo apuntan sus valores, son los que apoyan de manera más fuerte la necesidad de un orden que proporcione seguridad y que respalde sus aspiraciones vitales; así, valoran significativamente por encima de sus compañeros elementos organizativos asentados en valores de firmeza y orden, como "es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la seguridad" y "es importante vivir en entornos completamente seguros". Si su interés radica en sus necesidades de crecimiento personal, demandan un contexto en el que estas demandas estén garantizadas. Coherentemente con ello, son más proclives que sus compañeros a apoyar medidas del tipo de gobiernos de expertos en casos de emergencia. Quizás su necesidad de orden y protección también venga avalada por ser los más suspicaces frente a "los otros", desconfianza que no los separa significativamente del conjunto, pero que muestran en mayor medida que otros.

Esta exigencia de estabilidad, muy vinculada a valores de orden y control, no se traduce en un descreimiento generalizado del valor de las acciones sociales y reivindicativas. Más bien se configuran como complemento. Creen, aunque no especialmente por encima de los y las jóvenes de otros grupos, que la ciudadanía organizada puede transformar las cosas, y también en la necesidad del esfuerzo colectivo para contribuir al bienestar común. Demanda de orden y estabilidad, por lo tanto, doble: desde los poderes políticos e institucionales, pero también desde la implicación de la ciudadanía en el cuidado de la propia comunidad.

Si nos referimos a su visión de la política, son los que más escépticos se muestran hacia la misma, y justifican su posición argumentando su supuesta complejidad, a lo que se suma su creencia de que a los partidos sólo les interesa el voto, no su opinión como ciudadanos. Quizás su visión de la gestión pública es más bien funcional, por lo que se ha ido observando a lo largo del análisis. Lejos de las ideologías, la política, en opinión de los y las jóvenes de este grupo, parece servir nada más que para garantizar estabilidad y un funcionamiento social normalizado. A ello se debe su alto grado de acuerdo con que existan, de necesitarse, gobiernos fuertes o de expertos y a su visión de una política convencional excepcionalmente compleja.

Cuando se habla de las acciones colectivas y de su utilidad se sitúan en un punto intermedio con respecto a los otros grupos; no creen en estas acciones con el mismo nivel de intensidad que lo hacen los y las jóvenes del tipo 2, como veremos, pero tampoco son tan escépticos como los y las jóvenes encuadrados en el grupo 3. Pivotan, por tanto, en un territorio a caballo entre cierta percepción de utilidad de las mismas pero sin adjudicarles un valor especialmente significativo, siempre en comparación con los otros dos grupos. En todo caso, su defensa del orden y la seguridad hace que puntúen por debajo de la media global las acciones que potencialmente más pueden agredir lo establecido.

En cuanto a su composición sociodemográfica, encontramos a más mujeres² —de manera significativa— que en el resto de grupos. No ocurre así con la edad, donde los y las miembros de este tipo se distribuyen similarmente en comparación con el resto de tipos. Por actividad, es el grupo en donde más jóvenes declaran estar compaginando trabajo y estudios, aunque con escasísimas diferencias respecto al tipo 2. En cuanto a su nivel de estudios no hay diferencias significativas frente al resto de tipos.

Por lo que respecta a sus posiciones ideológicas, el clúster 1 es una amalgama ideológica que, en conjunto, se sitúa entre el grupo 2, claramente más de izquierdas, y el 3 que se coloca decididamente a la derecha de la media global. Ocurre lo mismo cuando se analiza el interés por la política; además, los porcentajes de bajo interés, medio y alto interés están más proporcionados que en el resto de tipos.

Es un clúster con más católicos que el segundo y menos que el tercero, situándose los agnósticos y ateos en la media global. Lo mismo sucede con la intensidad de la vivencia religiosa de sus in-

2. Para facilitar la lectura del capítulo, evitamos reiterar las llamadas a consulta de las tablas de cruce de los distintos tipos con las variables sociodemográficas e ideológicas. Todas esas tablas están en el Anexo 2, numeradas de la A7.1 a la A7.23.

tegrantes. Por otro lado, no se aprecian diferencias (en ninguno de los dos grupos) en la clase social declarada.

Atendiendo a los elementos que conforman la autoimagen de los y las jóvenes, este tipo se coloca igualmente entre los tipos 2 y 3 en aquellos ítems que muestran diferencias significativas: más tolerantes, más participativos y menos contentos con su situación que los del grupo 3 y más que los del segundo.

En lo referido a la confianza institucional, los miembros del 1 puntúan por encima de la media a las FFAA y a la policía, instituciones relacionadas con el orden, valor apreciado especialmente por los y las jóvenes que componen este tipo y que ya analizábamos en la descripción general del grupo. Parecen confiar algo menos que los encuadrados en el grupo 2 en las instituciones más centrales y representativas del sistema, como partidos políticos, sistema judicial, sindicatos o el propio Parlamento.

El asociacionismo presenta entre los tres grupos diferencias muy relevantes: los y las jóvenes de este tipo 1 declaran estar asociados actualmente a un partido político o a un sindicato más que sus compañeros del grupo 3, pero menos que los miembros del grupo 2. En este sentido, como casi siempre, ocupan una posición intermedia entre los tres tipos. Pero se acercan a los miembros del tipo 2 en los niveles de adscripción a organizaciones deportivas o de voluntariado. En su vinculación a organizaciones religiosas, lógicamente, se sitúan por detrás del grupo 3 y delante de sus compañeros del 2.

En cuanto a las acciones en las que se está dispuesto a participar, los miembros de este tipo se declaran muy dispuestos a todas aquellas acciones que suponen un activismo formalmente correcto y, algo menos, sobre todo menos que los integrantes del grupo 2, en las actividades más confrontadas con el orden establecido. Obviamente, en todos los casos están más dispuestos a la acción que sus compañeros del grupo 3 (a tomar parte en *escraches*, ocupación de espacios públicos o rodear el Congreso).

No hay sorpresas en sus posturas frente a la vivencia de votar; siendo la acción típica del activismo democrático formal, los y las jóvenes del grupo 1 son bastante propensos al voto (el 78%); algo menos que los miembros del tipo 2 y mucho más que los del tipo tres.

Entre los sentimientos que despierta la política y que muestran diferencias significativas, este tipo 1 encabeza las vivencias de desconfianza y preocupación, de por sí muy intensas en todo el colectivo de jóvenes.

También es lógico que, dado el perfil del grupo, se sitúe por encima de los otros a la hora de utilizar la televisión para informarse. También creen que Internet es muy importante para la información política y lo consultan con frecuencia, siempre en una posición intermedia entre el tipo 3 y el tipo 2.

A nadie sorprenderá a estas alturas que el nivel de activismo político en Internet, sobre todo en aquellas acciones más integradas en la política formal, esté muy por encima del grupo 3 y detrás del activismo puntero de los y las jóvenes del segundo tipo.

Conservadores institucionalistas (36,7%)

Su mayor preocupación se orienta a la estabilidad del sistema político y social, y se centra en el desarrollo vital y profesional, por lo que necesitan entornos sociales seguros. Entienden la política desde su lado más instrumental, desideologizándola, y abogan más que otros por gobiernos fuertes. Asumen la necesidad de mantener el juego político y aceptan participar en él, sobre todo en las acciones más formales y que, en todo caso, no ponen en riesgo lo establecido. Su relación con los medios *online* para informarse o participar de temas políticos se queda a medio camino.

TIPO 2: Activistas politizados

El tipo 2 es el mayoritario en número de integrantes (el 46,1%) y, de entrada, se define por el perfil de su jerarquía de valores: menos énfasis en los postulados presentistas y materialistas, defensa lógica de los elementos relacionados con el bienestar personal y apuesta por los valores solidarios, pero en ambos casos por detrás de los y las jóvenes del primer tipo. En todo caso, su señal de identidad, su marca más definitoria, es su claro mayor nivel de interés por temas políticos, cosa que viene a matizar su formalmente menor énfasis con los valores solidarios. Podría pensarse que aquello que el tipo 1 encabeza es la exigencia formal de defender algunos postulados, lo políticamente correcto (lo cual no niega que pueda sintonizar con sus postulaciones, no significa que los y las jóvenes del tipo 1 se muevan por motivaciones cívicas o falsas); en cambio, este segundo grupo, menos enfático, incluso más crítico con las propuestas formales; subraya las exigencias de acción: se muestra más por sus obras que por sus declaraciones.

En cuanto al modelo social, su apuesta es por la integración; de manera significativa son más conscientes que sus compañeros de otros grupos de las ventajas que aporta la inmigración a la vida económica y cultural del país, y se sitúan bastante por encima en el rechazo a sus supuestas consecuencias negativas sobre la seguridad. También apuestan en mayor medida por un modelo social que podríamos denominar como más “relajado” que los y las jóvenes del grupo 1; son los que menos se vinculan con la idea de gobiernos fuertes y dicen necesitar menos un entorno absolutamente seguro. También son los menos suspicaces, pues tienden a confiar algo más en los otros.

Su mayor interés y compromiso con la política tiene su correlato —obviamente— en sus visiones sobre la misma. No creen que ésta sea ininteligible, o que partidos y políticos no puedan ser influidos para realizar transformaciones. A tenor de esto, están convencidos de la capacidad de la ciudadanía para cambiar las cosas y del valor del voto. Y esta visión más implicada en la política y en la percepción de la importancia de ejercer presión e influencia sobre el poder tiene traducción directa en su convicción de la utilidad de las acciones colectivas, muy superior a la del resto de grupos; son quienes más defienden su sentido, con mucha diferencia sobre sus congéneres de otros grupos y para todas las acciones propuestas: desde las que se vinculan a la

participación política convencional (afiliarse a partidos/sindicatos y votar en elecciones) hasta las más contundentes en sus formas, como ocupación de espacios públicos, *escraches*, etc.

Este segundo tipo presenta en cuanto a sus rasgos sociodemográficos bastantes matices y particularidades comparado con los otros dos grupos; es el más equilibrado en cuanto a la presencia de hombres y mujeres (48,1% y 51,9%, respectivamente). En lo referido a la edad sigue las pautas de la distribución general. Por muy escaso margen es el tipo donde más jóvenes declaran estar sólo estudiando y en el que menos declaran estar en paro, pero, aparte de estas mínimas diferencias, sigue también las pautas generales de la muestra global, sin que nada lo señale especialmente. Teniendo en cuenta los estudios finalizados y en curso, es el tipo en el que más jóvenes declaran tener una formación universitaria y en el que hay menos personas con estudios de FP y, sobre todo, sólo secundarios.

Sus posiciones ideológicas y religiosas marcan claras diferencias con respecto a los otros dos tipos: es el tipo donde más jóvenes de izquierda y extrema izquierda hay y donde menos posiciones en el centro o derecha de la escala se declaran. Asimismo, es el de menor declaración de no sabe no contesta, afirmando de esta manera su fuerte definición ideológica en comparación con otros. Este claro posicionamiento ideológico tiene correspondencia con su mayor declaración de interés por la política, mucho más alta. Además, el 73% de los y las jóvenes de este tipo declaran una baja o muy baja intensidad religiosa y es donde encontramos a una proporción de ateos mucho mayor que en el resto de tipos. Su clase social no evidencia diferencias significativas, siendo su reparto muy similar al del resto de tipos. En cuanto a los elementos que conforman la autoimagen de los y las jóvenes, los miembros de este grupo se perciben significativamente como más tolerantes y más participativos en lo público que los miembros del resto de grupos. Por otro lado, parecen confiar algo más en las instituciones más centrales y representativas del sistema, como partidos políticos, sistema judicial, sindicatos o el propio Parlamento. No sorprende este dato, al ser quienes más interesados por la política se declaran.

El asociacionismo presenta entre los jóvenes de este grupo marcados rasgos diferenciales: declaran en mayor medida estar asociados a un partido político o a un sindicato, en correspondencia con su mayor interés por la política. Comparten con el tipo 1 una vinculación parecida con organizaciones deportivas o asociaciones de voluntariado.

Como era esperable, en referencia a la participación política, los y las jóvenes del grupo 2 son los más dispuestos, con mucha diferencia, a votar (más del 90%), seguidos de cerca por los encuadrados en el grupo 1 (78%) y muy lejos de los agrupados en el tipo 3. Los sentimientos que despierta la política en este tipo están centrados en la impotencia (probablemente como vivencia que motiva la proactividad más que como emoción justificativa de la inhibición). Y comparten el sentimiento de preocupación con el tipo 1.

Su uso de la televisión como recurso informativo es bastante menor que en el resto de tipos, y bastante más elevado el empleo de medios digitales alternativos. Y se sitúan a medio camino entre los tipos 1 y 3 en el uso de medios convencionales, como la prensa escrita o la radio. La importancia de Internet como medio de información está mucho más asentada en este tipo que en el resto de grupos. De forma paralela y sintónica con todo lo anterior, son los jóvenes más ac-

tivos en todas las acciones políticas realizadas en Internet, algo más que el tipo 1 y con significativa diferencia con respecto al tipo 3. Su declarado interés por la política resulta coherente con una mayor implicación en las acciones, especialmente en algunas de las mismas, como la consulta de páginas web de partidos o candidatos —algo que han hecho más de la mitad de sus miembros—, o el retuit o rebote de mensajes de contenido político, que alcanza casi el 60% de menciones. También son los más proactivos, en el sentido de participación activa y no mera consulta pasiva o recepción de información: casi un 11% están suscritos a boletines de actualidad política, porcentaje que aun pareciendo bajo es muy significativo comparado con la media de este ítem de los otros dos grupos, que sólo llega al 3,75%. Son también los que más se han puesto en contacto con partidos (16,7%, el doble de los otros dos grupos) o asociaciones (53,2%), han escrito comentarios en foros o webs (el 48%) o han realizado alguna donación (29,2%). En suma y siempre comparados con el resto de grupos, los y las jóvenes del tipo 2 se muestran muy dinámicos en todas las formas de hacer política en la Red.

Activistas politizados (46,1%)

Su rasgo más distintivo es que están vigorosamente interesados por la política y por los temas políticos; interesados de una forma práctica, activa, sin que precisen de posicionamientos rotundos en la defensa de los valores sociales convencionales. Desconfían de la política convencional y son decididos defensores de fórmulas alternativas de participación ciudadana. Son quienes más apuestan por acciones de presión y persuasión, incluso las más discutidas. Están fuertemente ideologizados y se sitúan en posiciones políticas de izquierda. Su activismo tiene un claro reflejo en su uso de Internet como instrumento informativo y político, algo que hacen de forma habitual.

TIPO 3: Individualistas pasivos

El tercer tipo integra al 17,2% de los y las jóvenes. Su característica principal es lo que podría interpretarse como una desvalorización de los valores ideales, sobre todo de aquellos definidos por los intereses comunes, y un encerrarse en lo personalista, casi como autismo social. Infravaloran lo comunitario y social, como “cuidar el medio ambiente”, “preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo” o “hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad”. Evidentemente, el individualismo es su bandera; una bandera construida por la negación del compromiso colectivo o social. No destacan tanto por la defensa de la seguridad y la estabilidad, aunque parecen más preocupados que otros por “ganar dinero” o “tener éxito en el trabajo” (no tanto como los encuadrados en el grupo 1). Y tampoco es que se regulen por valores hedonistas o presentistas por contraposición a su atonía vital, pues ni siquiera en valores como “tener éxito social y popularidad” o “vivir al día sin pensar en el mañana” puntúan por encima de los otros dos tipos. Es más bien un ensimismamiento desinteresado lo que les caracteriza.

Esta postura de mayor indiferencia en lo personal, en lo social, en sus intereses y motivaciones, tiene reflejo en el resto de temas analizados. Desconectados de lo colectivo, confían menos en

las capacidades transformadoras de los movimientos ciudadanos y creen poco en el esfuerzo individual para colaborar al bien común. Y presentan como grupo ciertas ambigüedades al valorar el modelo social. Están menos convencidos que sus compañeros de otros grupos de que el gobierno esté sometido a intereses ajenos o que los medios de comunicación estén manipulados por los poderosos y, al mismo tiempo, piensan que los poderes económicos son los que deciden, sin posibilidad de modificación. Y son el grupo más suspicaz con respecto a la inmigración, ya que consideran en mayor medida que otros que ésta perjudica al país y son los menos convencidos de las ventajas culturales y económicas de la misma.

Los temas políticos no son en absoluto de su interés. Igual que en el análisis de sus valores queda claro que lo comunitario no les interesa, resulta evidente que son los que menos piensan en el valor del voto, en la posibilidad de que los políticos escuchen las demandas ciudadanas o en que la ciudadanía organizada pueda influir en mejoras sociales.

Al igual que en el grupo 2, en este tipo 3 encontramos una distribución por sexo tendente al equilibrio y un reparto de edades que se asemeja mucho al del resto de tipos. Es el grupo con más jóvenes que declaran estar en paro o sólo trabajando. Igualmente, se diferencia del resto de grupos por integrar más jóvenes con sólo estudios secundarios o de nivel inferior.

Su posición política es una de las claves definitorias de este tipo y parece una imagen invertida del tipo 2: es donde más jóvenes encontramos de derecha y extrema derecha y, lógicamente, donde menos posiciones de izquierda o extrema izquierda existen. También es el grupo que menos declara estar interesado en política. Tiene una proporción más acusada de católicos practicantes que el resto, y bastante menos de ateos o agnósticos, en especial comparando con el tipo 2. También es donde más jóvenes declaran otras confesiones distintas a la católica. Y es el tipo donde más intensidad religiosa encontramos, ya sea media, alta o muy alta. Como en el resto de grupos, la clase social no los significa especialmente. En cuanto a los elementos que conforman la autoimagen de los y las jóvenes, son los que se reconocen menos "contentos con su situación actual" y se describen también a sí mismos como más "consumistas" (especialmente, si comparamos con el grupo 2).

Los miembros de este grupo 3 presentan mayores niveles de desconfianza institucional, salvo respecto a la Iglesia. Nada sorprendente resulta el dato, en coherencia con la mayor proporción de católicos practicantes presentes en este grupo.

Frente al asociacionismo, sus miembros aparecen más vinculados a parroquias y, en general, menos vinculados a cualquier otro tipo de organización. Obviamente, son, con diferencia, los más reactivos ante cualquiera de las propuestas de acción y reivindicación, en su línea de distanciamiento de cualquier aspecto de la vida pública.

En correlato con su desapego hacia casi todo, nuevamente en cuanto a la participación política, son los que menos intención de acudir a las urnas manifiestan (el 59,7%). Para confirmar su alejamiento comparativo por la política y los temas relacionados, cuando expresan sus sentimientos hacia la misma aparecen dominados por la indiferencia y mucho menos que por la preocupación o impotencia. En cuanto a los medios empleados para estar al tanto de noticias políticas, los

miembros de este grupo 3 son los que menos declaran el empleo de cualquier medio de comunicación. Y no deja de llamar la atención que, aunque expresen la importancia de Internet para estar informado de la actualidad política (muy + bastante, 78,9%) no muy lejos de los otros tipos, sean, al mismo tiempo, los que menos lo usen (36,8% lo consultan con frecuencia).

Para terminar, y aunque el nivel de participación en las diferentes acciones en la Red es mucho más bajo que en los tipos 1 y 2, también los miembros del grupo 3 muestran ciertos signos de actividad política (sobre todo, valga la contradicción, de carácter pasivo) en Internet: un 29,3% ha consultado páginas de partidos o candidatos, un 46,8% ha recibido mensajes convocando a manifestaciones y un 59% peticiones de firmas. Al menos uno de cada tres ha contactado con alguna asociación, un 29% es activo en foros de contenido político y un 26,6% ha rebotado mensajes con este tipo de contenidos. Pese a ser el tipo más despolitizado, tampoco puede hablarse de un total alejamiento de estos temas: una prueba más de la ideologización particular de la muestra, de la mayor ideologización de los jóvenes que tienen una presencia activa en Internet.

Individualistas pasivos (17,2%)

Presenta como característica diferencial un aislamiento en sus propios intereses, un alejamiento de lo colectivo. Son algo más materialistas que otros jóvenes, más defensores de sus necesidades o privilegios. Su desarrollo vital parece no querer traspasar la frontera del mundo exterior, de todo lo que no tenga que ver con ellos y ellas. En su pasividad política, aunque manifiestan que Internet es un medio importante, son quienes menos lo emplean para informarse o participar.

CONCLUSIONES

Al comenzar este capítulo de conclusiones es preciso, una vez más, advertir de la necesaria prudencia en la interpretación de los datos. Esta experiencia, obligada en cualquier investigación, se hace aquí más perentoria por las características de la muestra utilizada. Estos centenares de hombres y mujeres jóvenes, entre los 18 y los 25 años, probablemente no son totalmente representativos de los y las jóvenes españoles de su edad; el haber sido escogidos, no al azar en un universo totalizador de esas edades sino de un panel de personas usuarias habituales de Internet, matiza la extrapolación de datos y crea unas condiciones de particularidad que obligan a la prudencia que antes señalábamos.

Es cierto que la penetración de Internet en estas edades es “casi” universal, “casi”. También lo es que, si en algún caso está legitimada la utilización de una muestra con este sesgo, es precisamente en éste en el que lo que queremos estudiar es específicamente la visión juvenil sobre los movimientos políticos en Internet. Todo eso es cierto y, precisamente porque lo es, creemos que se justifica esta forma de selección. Pero eso no significa que no haya que tener en cuenta su peculiaridad a la hora de leer los datos.

La variable en la que se muestran con más rotundidad los matices de la muestra es la referida al nivel de estudios, en curso o finalizados, que supera ampliamente el de la población general de la misma edad. Y esto tiene una especial significación desde el momento en que el nivel académico alcanzado correlaciona (lo sabemos por estudios, del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y de otros, anteriores) con los niveles de politización. Además, aunque de forma menos rotunda, el perfil ideológico de nuestros encuestados resulta estar algo a la izquierda de las posturas conocidas del colectivo general a esas edades.

Acaso hay que concluir que los y las jóvenes más presentes en Internet, con más penetración en los paneles *online*, tienen características matizadamente diferentes a la población general; o que hay insuficiencias en la muestra. En todo caso, más allá de que sea una cuestión en la que no cabe entrar ahora, hay dos observaciones pertinentes: a nuestros efectos, la selección y sus resultados resultan válidos por significativos, pero hay que ser prudentes al extrapolarlos ciegamente a la población general. Cuando hemos pretendido unos jóvenes representativos del colectivo, hemos encontrado hombres y mujeres entre 18 y 25 años, con un nivel de formación y de politización por encima de la media; una población que nos importa especialmente por ser, quizás, la más determinante en la construcción de esos fenómenos que tratamos de estudiar.

1. En una primera aproximación a las lecturas políticas de los encuestados, no sorprende confirmar los escasísimos niveles de confianza institucional que manifiestan. La visión más positiva de las webs y de los medios *online*, la postura vacilante frente a la policía, las Fuerzas Armadas y el sistema educativo, la ambivalencia ante la Unión Europea, el sistema judicial o los medios de comunicación convencionales, y el franco desprestigio de sindicatos y Parlamento y, más aún, de las empresas, los bancos, la Iglesia y los partidos políticos, son elementos sobradamente

conocidos. Como también se sabe de lo progresivo del deterioro de la confianza en las instituciones relativas a la democracia formal, deterioro que se acentúa en nuestra investigación. Habría pocas dudas respecto a que esta posición, aún más crítica que la que se ha instalado en otros colectivos, se deriva precisamente (luego lo veremos) del mayor interés, interés frustrado, que los y las jóvenes de esta investigación muestran por la acción política. De hecho, casi el 42% de ellos y ellas declaran mucho interés (7-10 en la escala) por los temas políticos, casi diez puntos más que una muestra equivalente en el estudio *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*, del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, de 2014.

Lógicamente, ese interés por la política se concreta en los temas que en la actualidad centralizan la agenda de preocupaciones juveniles en este aspecto. En la escala 0-10, la corrupción alcanza una media de importancia de 9,05; la distancia entre los partidos y las preocupaciones de los ciudadanos, el 8,63 y el cuestionamiento de los líderes políticos, el 8,40. Otras cuestiones (la ausencia de participación ciudadana, la falta de democracia interna en los partidos, la pérdida de autoridad de los gobiernos o los conflictos en la organización del Estado), también obtienen medias altas de preocupación, aunque no tanto (entre 6 y 7,5).

Más allá de la desconfianza y el desapego para con las instituciones formales de la acción política, resulta esclarecedora la postura de los jóvenes frente a distintas derivas o dinámicas sociales, frente a lo que podría denominarse su modelo social. Y habría tres características que se conforman, con distinta contundencia, como los ejes de ese modelo. Una primera, relativa a lo que se podría entender como el empoderamiento de esa acción política, el paso que también se ha descrito como “de la representación a la aproximación”; los jóvenes no se conforman con asumir el rol de “ciudadanos representados”, no aceptan sólo votar: quieren una participación activa en política con objetivos propios y con fórmulas diferentes. Hasta 7,70 sobre la media de acuerdo con que “si los ciudadanos se organizan es posible cambiar las cosas”, y 7,29 con “el verdadero poder lo tiene la ciudadanía, si es capaz de comprometerse”.

El segundo eje discursivo, probablemente muy al dictado de las vivencias que condiciona la grave y prolongada crisis socioeconómica y política, que traduce una cierta vivencia de desolación del ciudadano frente a poderes que no controla: medios de comunicación al servicio de los poderosos (7,60), poderes internacionales que someten al Gobierno (7,16) o instituciones financieras como auténticos poderes fácticos (4,62).

Finalmente, un tercer argumento (reacción lógica de una parte del colectivo, que necesita defenderse de la ansiedad y la inseguridad que la situación actual condiciona) discurre en demanda de un entorno firme, que tranquilice. Así, “es importante vivir en entornos completamente seguros” (7,43), “es importante tener gobiernos fuertes, que garanticen el orden y la autoridad” (6,00) e, incluso, la pertinencia de crear un gobierno de expertos en casos excepcionales (4,04).

Son tres líneas ya conocidas en anteriores estudios pero que, coherentemente con lo ya expresado en esta ocasión se matizan de acuerdo con las posturas básicas: se acentúa la tendencia al empoderamiento, se subraya menos la vivencia de importancia y, aún menos, la demanda de seguridades externas.

En todo caso, esa tendencia a la “apropiación” de la acción política, como decíamos, se monta sobre la desconfianza en la “representación”. Que los partidos sólo piensen en el voto y no en los ciudadanos obtiene una media de 8,12; esto, combinado con la idea de que la gente es poco tenida en cuenta por los gobiernos (7,20), llega a condicionar que una minoría, pero muy significativa (más del 34%), esté muy de acuerdo en que no tiene sentido votar. Que los políticos no escuchan a la gente, aunque ésta se organice, es algo con lo que tiene acuerdo relativo casi un 34% de chicos y chicas: frente a eso (o por eso), casi un 44% está convencido de que “las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del Gobierno”.

En otro orden de cosas, como un elemento contextualizador de alguna de las cuestiones que están en la agenda del cambio político, la identidad de los jóvenes parece situarse tanto más cuanto más amplio es el espacio de identificación: 34,7% ciudadanos del mundo y 16,7% de su barrio, su pueblo o su ciudad; en medio, el 22,9% que se sienten sobre todo españoles y españolas y el 18,5% que se identifica con su Comunidad Autónoma. Un matiz complementario se encuentra en el hecho de que la identidad supranacional se da más en colectivos menos religiosos y que se posicionan en la izquierda, y la española sobrerrepresenta a los grupos que se confiesan católicos y más de derecha política. Las otras adscripciones identitarias no presentan ningún perfil sociodemográfico descollante.

2. Pese al notable grado de interés por lo público que muestra una buena parte de las personas encuestadas, en la línea de investigaciones anteriores, éstas confiesan un francamente bajo nivel de asociacionismo. No llega al 23% la tasa de los que pertenecen a una asociación cultural o deportiva (16,7% de forma activa) ni al 17% quienes se integran en un grupo de voluntariado social (11,8% activamente).

Las asociaciones parroquiales, y más aún, las dependientes de partidos políticos o sindicatos, tienen adhesiones casi simbólicas (entre el 3% y el 3,7%). Esta reticencia a integrarse en asociaciones de interés colectivo se subraya cuando se observan las tasas, apreciables, de quienes pensaron que debían asociarse pero nunca llegaron a hacerlo (39% en organizaciones sociales, 21% en grupos culturales o deportivos, y 12% y 17% a partidos políticos o sindicatos, respectivamente).

Los jóvenes encuestados, en la línea de lo descrito hasta aquí (incluso sus bajos niveles de asociacionismo parecen algo mayores que los conocidos hasta ahora), muestran un notablemente alto interés por la política: 41% confiesan muy alto interés, frente al 26,3% que declaran que su interés es nulo o muy escaso. Resulta lógico que, dado lo anterior, la frecuencia de seguimiento de las noticias y la actualidad política sea también bastante elevada (36,7% a diario y 25,8% semanalmente); nunca o casi nunca se interesa por esas noticias algo más del 24%.

Otra cosa es que ese interés declarado esté asociado a vivencias positivas. Muy al contrario, parece que las percepciones de la política se acompañan de reacciones o sentimientos incluíbles en el ámbito de lo negativo: indignación (en 53,9% de personas), desconfianza (52,1%), importancia (42,7%) y preocupación (38,4%) sobre todo. Los grupos que sienten esperanza (6,3%) o entusiasmo (2,0%) no dejan de ser residuales.

Pese a todo, o precisamente por ello, a pesar del cuestionamiento de la política formal, del desprestigio de las instituciones y de la emergencia de nuevas formas de empoderamiento político, los jóvenes parecen dispuestos a seguir votando; más bien, a votar mucho más de lo que lo hacían anteriormente. Según nuestros resultados, hasta un 80% confiesa su intención de votar en las próximas elecciones, más de diez puntos por encima de lo que señalaba el barómetro del CIS de octubre de 2014.

Lo que resulta significativo es que, entre las razones para ejercitar ese voto, las de carácter ideológico o partidario parecen tener poco peso (“por ayudar a mi partido” el 1,2%, “para que salga un candidato” el 7,8%, “por ideología” el 15,3%; incluso la razón reactiva de “para que no ganen los partidos que no me gustan” sólo consigue que la señale un 29%). Las razones mayoritarias se refieren a ver el voto como un derecho (58,9%) o como un deber cívico (46,5%).

Complementariamente, entre las razones para no votar que subrayan quienes no van a hacerlo no se encuentran sorpresas: 56,5% por la corrupción, 47,3% porque no se sienten representados, 32,8% por desinterés en la política y 22,9% por descreer de la utilidad del voto. Luego, un rosario de razones en la misma línea de distanciamiento o negación de lo político.

3. También desde otra perspectiva puede confirmarse que, pese a las críticas y al distanciamiento de las formas más institucionalizadas de la política, la convicción de que hay que votar sigue eminentemente enraizada en el colectivo de jóvenes. La utilidad de votar cuando hay elecciones sigue siendo la opción que se presupone más útil de entre toda una batería de posibles conductas. Con una media de 6,95 (en la escala 0-10), el voto se percibe más necesario y útil que pertenecer a asociaciones cívicas o reivindicativas (6,18), que firmar peticiones (5,89) o participar en huelgas (5,81) o manifestaciones (5,77). Desde luego, no deja de ser un tanto paradójico, más útil que pertenecer a un sindicato (4,31) o a un partido (3,85). También más útil que esas otras formas de acción directa que, con frecuencia, se dice que han sustituido a las formas tradicionales de hacer política: ocupar viviendas como maniobra frente a los desahucios supera por poco la media de utilidad percibida (5,19), y todas las otras propuestas se quedan claramente por debajo de esa media en la percepción de los y las jóvenes: *escraches* (4,28), ocupación de espacios públicos (3,65) o boicot y pintadas en bancos o edificios gubernamentales (2,34).

A partir de lo anterior no deja de ser lógico que los porcentajes de jóvenes dispuestos a participar en acciones reivindicativas sean mucho mayores que aquellos que corresponden a las formas históricas y tradicionales de reivindicación política (que, en estos momentos, por estar totalmente integradas son las menos arriesgadas —todo hay que decirlo—). Casi un 85% ve muy posible su participación en una manifestación y algo menos del 83% en una huelga; siete de cada diez se imaginan participando en el boicot a un desahucio, más de cuatro de cada diez ocupando espacios públicos y pocos menos “rodeando” el Parlamento; ya son porcentajes menores los dispuestos a cortar calles y carreteras (35,6%) o a participar en *escraches* a políticos (27,4%). Conviene en todo caso subrayar que quienes están en disposición de participar en acciones que suponen un riesgo de confrontación, o que son cuestionadas socialmente (boicots, bloqueos, cortes de tráfico, *escraches*...), aun siendo minorías, son minorías muy nutridas, para algunas cuestiones rondando la mitad del colectivo.

Coherentemente con estas posturas, al preguntar a los y las encuestadas por su opinión sobre las movilizaciones (en la línea de las analizadas anteriormente) que han surgido al hilo de la crisis y en respuesta a la misma, encontramos que alrededor de la mitad de los jóvenes dicen seguir estos movimientos con bastante (42,0%) o mucho interés (8,7%) y que son pocos menos quienes los ven con bastante (30,1%) o mucha simpatía (9,2%), prácticamente la misma proporción que los cree mucho (8,2%) o bastante útiles (38,4%).

4. Uno de los objetivos básicos del estudio era situar la importancia y significación de Internet en la manera de percibir la política. En este sentido, lo primero por lo que se interrogó a los jóvenes fue qué medios empleaban para el seguimiento de la actualidad política. En sus respuestas sigue quedando claro el predominio de la televisión como fuente informativa: más de siete de cada diez jóvenes aseguran utilizar este medio; pero inmediatamente después, aunque a distancia evidente, aparece un paquete de medios *online* como fuentes informativas. Los medios alternativos en la Red son empleados por el 44,5%, algo más que quienes frecuentan los periódicos digitales (43,6%); incluso los blogs y los foros, que ya son de uso minoritario (19,2%), se emplean más que los tradicionales diarios escritos (17,7%) o que la radio (15,1%). Son datos que marcan claramente el cambio de tendencia en la forma de estar informados, que corre paralela a (como veíamos anteriormente) la confianza y la credibilidad que se otorga a los diferentes medios: la información, y probablemente la opinión, en la Red va ganando claramente ventaja en la estrategia para informarse y para hacer política.

De hecho, también lo dicen los encuestados, un tercio de ellos y ellas usan a diario Internet para informarse, y pocos menos son los que lo hacen al menos una o dos veces a la semana; quienes no lo hacen nunca o casi nunca son apenas un 20%. Es lógico, por tanto, que casi la mitad de los jóvenes (45,0%) crean muy importante Internet para seguir la actualidad política, y otro 40% lo estime bastante importante; un exiguo 3,7% cree que "Internet no importa".

El correlato obvio es que casi la mitad de hombres y mujeres jóvenes conocen los movimientos, plataformas o acciones que "en los últimos tiempos" han surgido de Internet; algo más los hombres, los de las franjas de más edad, los que se posicionan en la izquierda y no confiesan grandes inquietudes religiosas (perfil que suele repetirse en las posturas de mayor interés por lo político y por el activismo). Son algunos más (hasta el 43,1%) los que declaran haber consultado la página web de partidos políticos, y ya una minoría (7,2%) quienes están inscritos y reciben boletines *online* de información política.

Una prueba evidente del dinamismo activista en la Red es que más del 70% informado ha recibido correos, tuits o mensajes con manifiestos o buscando recoger firmas, el 60,6% con convocatorias de manifestación, el 59,2% con informaciones o críticas sobre algún político, el 56,4% tratando otros aspectos de la actualidad política y, curiosamente, sólo el 29,4% con mensajes de apoyo a un candidato.

Pese a que, es bien conocido, puede haber amplia distancia entre opiniones formales y comportamientos, sorprenden los porcentajes de jóvenes que, más allá de estar formalmente interesados o de tener una buena opinión de las acciones políticas en Internet, han participado directamente en alguna de esas acciones. Hay una lógica correspondencia con los niveles de

integración, de riesgo, de diferenciación, etc., de los diferentes casos pero, en conjunto, la dinámica participativa en Internet parece distanciarse de esa pasividad e indiferencia políticas que el tópico achaca a los jóvenes y que ellos mismos todavía conceden mayoritariamente (aunque, como hemos repetido, en una tendencia clara a invertir los términos).

El 60,8% de los y las jóvenes ha firmado una petición o se ha adherido a un manifiesto, el 48,4% ha participado en cadenas de difusión de una protesta o convocatoria, el mismo porcentaje utiliza Internet para comunicarse y participar en asociaciones, algunos menos (42,8%) han participado en foros de debate político, el 29,8% ha reclamado o protestado ante una administración, el 23,4% ha realizado donaciones para organizaciones o campañas y, de forma nada sorpresiva al final del *ranking*, el 12,3% usó la Red para contactar con algún partido político.

5. La distancia estadística del conjunto de encuestados, de los jóvenes españoles entre 18 y 25 años —con las salvedades que se apuntaban—, muestra tres tipos ideales en función de sus valores, del modelo social y político que defienden, y de sus posturas frente a la manera de hacer política. Tres tipos que hemos dado en denominar *Conservadores institucionalistas* (Tipo 1: el 36,7% de los jóvenes), *Activistas politizados* (Tipo 2: 46,1%) e *Individualistas pasivos* (Tipo 3: 17,2%).

En los integrantes del Tipo 1 (*Conservadores institucionalistas*: 36,7%) su mayor preocupación se orienta a la estabilidad del sistema político y social, y se centra en el desarrollo vital y profesional, por lo que necesitan entornos sociales seguros. Entienden la política desde su lado más instrumental, desideologizándola, y abogan más que otros por gobiernos fuertes. Asumen la necesidad de mantener el juego político y aceptan participar en él, sobre todo en las acciones más formales y que, en todo caso, no ponen en riesgo lo establecido. Su relación con los medios *online* para informarse o participar de temas políticos se queda a medio camino.

En el grupo hay una sobrerrepresentación de mujeres, sin que abunden unas franjas de edad más que otras; esto último también sucede con el nivel de estudios, que se reparte igual que en la muestra total. Tanto desde el punto de vista de la ideología política como de la religiosa, este Tipo 1 se sitúa entre los otros dos: mezcla de posturas políticas y abundancia de católicos declarados (aunque no tanto de practicantes). Esta misma posición intermedia se puede percibir en los niveles de asociacionismo o de praxis política; en cualquier caso la vinculación de integrantes es mayor en asociaciones de carácter cultural o deportivo y su praxis política abunda en todo lo referido a lo formal institucional (incluyendo el voto, por supuesto), con ausencia de las actividades que cuestionan el sistema. En el grupo se confía más en las instituciones garantes del orden (policía, Fuerzas Armadas), apareciendo mayor distancia respecto a la representación directa de la acción política. Aunque se declara la importancia de la Red y su funcionalidad, y aunque los y las jóvenes de este grupo no son en absoluto ajenos a la actividad en la misma (sobre todo, lógicamente, en las acciones más integradas), se sigue obteniendo la información muy mayoritariamente a través de la televisión.

Por su parte, si se habla de los *Activistas politizados* (Tipo 2: 46,1%), su rasgo más distintivo es que están vigorosamente interesados por la política y por los temas políticos; interesados de una forma práctica, activa, sin que precisen de posicionamientos rotundos en la defensa de los valores sociales tradicionales. Desconfían de la política convencional y son decididos de-

ensores de fórmulas alternativas de participación ciudadana. Son quienes más apuestan por acciones de presión y persuasión, incluso las más discutidas. Están fuertemente ideologizados y se sitúan en posiciones políticas de izquierda. Su activismo tiene un claro reflejo en su uso de Internet como instrumento informativo y político, algo que hacen de forma habitual. Es el tipo más equilibrado en cuanto al género y tampoco presenta una distribución etaria diferente de la global. En cambio, hay una clara sobrerepresentación de estudiantes, sobre todo universitarios. También es el tipo en el que sus componentes confiesan menos sentimientos religiosos, habiendo numerosos agnósticos o ateos.

Pese a la diferencia de fórmulas de participación “alternativas”, en el conjunto del grupo se declara un nivel de confianza en las instituciones democráticas (partidos, sindicatos, Parlamento, judicatura...) mayor que en otros grupos. Al hacerlo así, probablemente más que afirmando su aprobación de la manera de funcionar de esas instituciones, están subrayando su importancia.

Los hombres y mujeres de este grupo son los más activos políticamente y los que, de manera más completa, utilizan todos los recursos de la Red para la acción política, ya sea para acciones encuadradas en lo ortodoxo (contacto con partidos, informaciones, debates...) o de protesta o presión (acciones reivindicativas, convocatorias...).

Finalmente, los jóvenes que se sitúan en sintonía con el tercer tipo (*Individualistas pasivos*: 17,2%), aunque sean los menos numerosos, resultan significativos por representar el tópico de la “forma de ser joven en política”; representan el tópico, y son sólo el 17%. Estos jóvenes presentan como característica diferencial un aislamiento en sus propios intereses, un alejamiento de lo colectivo. Son algo más materialistas que otros jóvenes, más defensores de sus necesidades o privilegios. Su desarrollo vital parece no querer traspasar la frontera del mundo exterior, de todo lo que no tenga que ver con ellos y ellas. En su pasividad política, aunque manifiestan que Internet es un medio importante, son quienes menos lo emplean para informarse o participar. Confían poco en los movimientos ciudadanos y en la posibilidad del sujeto común de implicarse en política, una acción que vive como lejana, como propia de gente con intereses particulares, y que, en todo caso, no le interesa.

El grupo no presenta una distribución peculiar por género o edad, pero sí por el nivel de formación, siendo el colectivo en el que hay más sujetos con un nivel de Secundaria o que están trabajando y no estudiando. También dominan en él quienes se sitúan en el centro-derecha o la derecha y quienes se dicen católicos practicantes (también hay, más que en otros grupos, personas religiosas pero no católicas; los que escasean son los ateos). También son los que muestran menos confianza en las instituciones, salvo en la Iglesia, con la que aparecen vinculados a través de las parroquias.

Son los menos dispuestos a votar (59,7%) y, desde luego, los menos implicados en acciones políticas de todo tipo (incluyendo las realizadas a través de Internet), sin que eso quiera decir que se mantengan totalmente al margen.

Quizás este último dato (que ni siquiera los menos implicados dejen de estarlo en algún nivel) es la mejor muestra de los niveles de politización que los jóvenes nos han expresado; al menos, estos jóvenes con más presencia en Internet que son los que han ocupado nuestra atención.

- Ballesteros, J. C.; Megías, I. y Rodríguez, E. (2012). *Jóvenes y emancipación en España*. Madrid: FAD/Obra Social Caja Madrid.
- Castells, M. (2003). "El poder de la identidad". Publicado en *El País*, 18 de febrero de 2003. <http://www.globalizacion.org/opinion/CastellsNacionalismo.htm>
- Castells, M. (2006). *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- CIS (2008). *Barómetro junio 2008 (2763)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2011). *Barómetro noviembre 2011 (2915)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2012). *Barómetro enero 2012 (2930)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2014). *Barómetro octubre 2014 (3041)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- EGM (2014). *Oleada febrero-noviembre*.
- Elzo, J. y Megías, E. (codirectores) (2014). *Jóvenes y valores. Un ensayo de tipología*. Madrid: CRS - FAD.
- Encuesta Social Europea (2012-2013). *Ronda 6*. Reino Unido: ESS-ERICK.
- EPA (Encuesta Población Activa). *Último trimestre 2013*. Madrid: INE.
- Equipo IGOPnet (2014). *Jóvenes, Internet y política*. Madrid: CRS - FAD.
- Gil Calvo, E. (2002). "Emancipación tardía y estrategia familiar". *Estudios de Juventud* n° 58/02: 1-9.
- Gordo, A. y Megías, I. (2006). *Jóvenes y cultura Messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD.
- INE (2014). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares 2014*. Madrid: INE.
- INJUVE (2004). *Informe Juventud en España*. Madrid: INJUVE.
- INJUVE (2009). *Jóvenes, participación y cultura política. Ej 142*. Madrid: INJUVE.
- INJUVE (2011). *Jóvenes, participación y cultura política. Ej 153*. Madrid: INJUVE.
- Izquierda y Callejo (2013). "Asociacionismo y participación voluntaria de los jóvenes españoles. Cambios y tendencias actuales". *Cuadernos de Trabajo Social*, vol 26-1: 159-170.

- López, A.; Gil, G.; Moreno, A.; Comas, D.; Funes, M. J. y Parella, S. (2008). *Informe Juventud en España 2008*. Madrid: INJUVE.
- Martín Hernández, Á. (2006). *Participación socio-política de los jóvenes españoles: medios y trayectorias*. Madrid: CSIC.
- Megías, E. (coord.) (2001). *Valores sociales y drogas*. Madrid: FAD.
- Megías, E. (coord.) (2005). *Jóvenes y política. El compromiso con lo colectivo*. Madrid: FAD.
- Megías, E. (coord.) (2010). *Valores sociales y drogas 2010*. Madrid: FAD/Obra Social Caja Madrid.
- Megías, E. y Elzo, J. (coords.) (2006). *Jóvenes, valores y drogas*. Madrid: FAD.
- Megías, I. (2014). "Jóvenes, redes sociales y nuevas estrategias y expectativas en torno a las relaciones personales y el ocio". En: *El papel del ocio en la construcción social del joven*. Colección de Documentos de Estudio de Ocio, nº 52. Bilbao: Ociogune.
- Megías, I. y Rodríguez, E. (2013). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: CRS - FAD.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. *Datos básicos del sistema universitario español. Curso 2013-2014*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Moreno, A. y Rodríguez, E. (2013). *Informe juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE.
- Peschard, J. (2001). *La cultura política democrática*. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. México DF: Instituto Federal Electoral.
- Rendueles, C. (2013). *Sociofobia*. Barcelona: Capitán Swing.
- Rodríguez, E. y Ballesteros, J. C. (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: CRS - FAD.
- Rodríguez, E. y Ballesteros, J. C. (2014). "Jóvenes y diversidad ante un futuro condicionado por la crisis". En *Metamorfosis, Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, nº 0, Marzo 2014.
- Rodríguez, E.; Ballesteros, J. C. y Megías, I. (2011). *Bienestar en España: ideas de futuro desde el discurso de padres y madres*. Madrid: FAD/Obra Social Caja Madrid.
- Super, D. y Neville, D. (1986). *The values scale*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Press.
- VVAA (2011). *Jóvenes españoles 2010*. Madrid: Fundación Santa María.

ANEXO 1. CUESTIONARIO

PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS

1. Edad (años cumplidos)

2. Sexo

- Varón 1
- Mujer 2

3. Respecto a la actividad, ¿en cuál de las siguientes situaciones te encuentras?

DEFINICIÓN DE TRABAJO. Cualquier actividad realizada por cuenta propia o ajena, realizada a cambio de un sueldo, salario u otra forma de retribución. No se considera trabajo actividades no remuneradas (por ejemplo voluntariado, ayuda en casa, colaboración en empresa familiar no remunerada, etc.).

- Sólo trabajo 1
- Principalmente trabajo y además estudio 2
- Principalmente estudio y hago/busco algún trabajo 3
- Sólo estudio 4
- Estoy en paro, no hago nada más 5
- Otra situación 6
- NS/NC 99

A QUIENES ESTUDIAN

4.A. ¿Qué estás estudiando?

- Primarios (EGB, 1^{er} Ciclo ESO) 1
- Secundarios (Bachillerato, 2^o Ciclo ESO, no FP) 2
- Universitarios (diplomatura, licenciatura, grado) 3
- Doctorados, Postgrado (no FP) 4
- FP/Otra formación profesional 5
- NS/NC 99

4.B. ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios completados?

- Primarios (EGB, 1^{er} Ciclo ESO) 1
- Secundarios (Bachillerato, 2^o Ciclo ESO, no FP) 2
- Universitarios (diplomatura, licenciatura, grado) 3
- Doctorados, Postgrado (no FP) 4
- FP/Otra formación profesional 5
- NS/NC 99

5. Muchas personas se definen por su clase social, es decir, por su profesión, sus ingresos económicos y por los estudios que tienen... En tu caso, pensando en la profesión y en los estudios que tienen tus padres, ¿en qué clase social te incluirías?

- Alta 1
- Media-alta 2
- Media 3
- Media-baja 4
- Baja 5
- NS/NC 6

6. En términos religiosos, ¿cuál es tu posición?

- Católico practicante 1
- Católico no practicante 2
- Protestante/Evangélico/Baptista... 3
- Musulmán 4
- Creyente de otra religión 5
- Indiferente/agnóstico 6
- Ateo/no creyente 7
- Otras 8
- NS/NC 9

7. Independientemente de que profeses o no una religión, dime cuál es tu grado de religiosidad empleando una escala de 0 (que significa nada religioso) a 10 (que significa totalmente religioso) (99 NS/NC).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

99

8. Habitualmente se habla de la izquierda y la derecha política, en una escala del 0 al 10, siendo el 0 la extrema izquierda y el 10 la extrema derecha, ¿dónde te situarías con respecto a tus simpatías políticas? (99 NS/NC)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

99

VALORES E INTERESES

¿Me podrías decir qué grado de importancia tiene cada una de estas cuestiones en tu vida, en una escala del 0 al 10 en la que el 0 sería “nada importante”, y el 10 “muy importante”? (Leer uno a uno)

- 9. Tener éxito en el trabajo
- 10. Tener unas buenas relaciones familiares
- 11. Tener muchos amigos y conocidos
- 12. Disponer de mucho tiempo libre/ocio
- 13. Vivir al día sin pensar en el mañana
- 14. Ser una persona creativa y emprendedora
- 15. Tener éxito social y popularidad
- 16. Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad
- 17. Interesarse por temas políticos
- 18. Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales
- 19. Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo
- 20. Respetar las normas y la autoridad
- 21. Cuidar el medio ambiente
- 22. Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional
- 23. Tener una vida sexual satisfactoria
- 24. Ganar dinero
- 25. Tener personas en quien confiar
- 26. Poder confiar en los responsables públicos

AUTOIMAGEN

27. ¿Hasta qué punto crees que estos rasgos te caracterizan a ti como persona? Elegir máximo 3.

- Trabajador/a
- Solidario/a
- Independiente

Comprometido/a	4
Consumista	5
Honrado/a	6
Pensando sólo en el presente	7
Responsable	8
Tolerante	9
Rebelde	10
Egoísta	11
Bien integrado/a en la familia	12
Participativo/a, preocupado/a por lo público	13
Poco contento/a con mi situación	14
Con poco sentido de deber	15
Con poco sentido del sacrificio	16
Generoso/a	17
Maduro/a	18
Leal	19
Indolente, aburrido/a	20

CONFIANZA EN INSTITUCIONES

En una escala de 0 a 10, ¿cuánto confías en cada una de las siguientes entidades o instituciones? 0 significa que no confías en absoluto en la entidad o institución y 10 significa que confías plenamente.

28. Parlamento	<input type="checkbox"/>
29. Medios de comunicación convencionales	<input type="checkbox"/>
30. Sistema Judicial	<input type="checkbox"/>
31. Policías	<input type="checkbox"/>
32. Partidos políticos	<input type="checkbox"/>
33. ONG	<input type="checkbox"/>
34. Sindicatos	<input type="checkbox"/>
35. Patronal	<input type="checkbox"/>
36. Formas/medios de información a través de Internet	<input type="checkbox"/>
37. Unión Europea	<input type="checkbox"/>
38. Iglesia	<input type="checkbox"/>

- 39. Fuerzas Armadas
- 40. Sistema financiero/bancario
- 41. Sistema educativo
- 42. La Monarquía

ASOCIACIONISMO

Las personas, algunas veces, pertenecen a ciertos grupos o asociaciones. Para cada uno de los grupos que te voy a leer a continuación, dime, por favor, si tú:

- | | |
|---|--|
| 1. Perteneces y participas activamente. | 2. Perteneces pero no participas activamente. |
| 3. Antes pertenecías pero ahora no. | 4. Nunca has pertenecido pero querías hacerlo. |
| 5. No perteneces, y no tienes intención de hacerlo. | 6. NS/NC |

- 43. Un partido político
- 44. Un sindicato u organización profesional o estudiantil
- 45. Una parroquia u otro tipo de asociación religiosa
- 46. Un grupo deportivo, cultural o de ocio
- 47. Una organización social o de voluntariado
- 48. Otro tipo de organización, asamblea, plataforma o colectivo político

MODELO SOCIAL

Pensando en cómo debería ser la sociedad o el entorno en el que quieres vivir, ¿cuál es tu grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones? Considera una escala del 0 al 10 en la que el 0 sería nada de acuerdo, y el 10 totalmente de acuerdo.

- 49. Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad
- 50. Es importante vivir en entornos completamente seguros
- 51. La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes
- 52. En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos
- 53. Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo
- 54. Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir
- 55. La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio

Ahora me gustaría que me dijeras hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones, en una escala de 0 a 10 en la que 0 es que estás en total desacuerdo y 10 que estás totalmente de acuerdo con cada una de ellas.

- 56. Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo
- 57. Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas
- 58. Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos
- 59. El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse
- 60. El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales ...

PROBLEMAS POLÍTICOS

Desde tu punto de vista, ¿hasta qué punto las siguientes cuestiones son un problema importante en España en este momento? Contesta en una escala del 0 al 10 en la que el 0 sería "nada importante" y el 10 "muy importante".

- 61. La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas
- 62. La escasa participación ciudadana en la política
- 63. La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)
- 64. La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos
- 65. La poca autoridad de los gobiernos
- 66. La corrupción política
- 67. La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente

MODELO POLÍTICO

Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes enunciados, en una escala de 0 a 10 en la que 0 es "nada de acuerdo" y 10 "muy de acuerdo".

- 68. La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno
- 69. Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla
- 70. Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan
- 71. Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno ..
- 72. No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos
- 73. Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión

IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL

74. De las siguientes opciones, ¿cuál es la que mejor define con qué te identificas tú?

- Te consideras sobre todo de tu barrio, pueblo o ciudad 1
- Te consideras sobre todo de tu Comunidad Autónoma 2
- Te consideras sobre todo de España 3
- Te consideras sobre todo de Europa 4
- Te consideras sobre todo un ciudadano/a del mundo 5
- NS/NC 6

INTERÉS Y VALORACIÓN POR LA POLÍTICA

75. ¿Cuánto te interesa la política, en función de una escala del 0 al 10, donde 0 significa “nada en absoluto” y 10 significa “muchísimo”?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 99

76. ¿Con qué frecuencia sigues la actualidad política?

- Diaria o casi diaria 1
- Semanal 2
- Mensual 3
- Casi nunca 4
- Nunca 5
- NS/NC 6

77. De los siguientes, ¿qué sentimientos te inspira, principalmente, la política? Escoger máximo tres respuestas.

- Ira 1
- Entusiasmo 2
- Preocupación 3
- Indiferencia 4
- Impotencia 5
- Aburrimiento 6
- Indignación 7
- Desconfianza 8
- Esperanza 9

Culpa	10
Irritación	11
Interés	12
Desprecio	13
Tristeza	14
Otros	15
NS/NC	16

78. Pensando en una próxima convocatoria electoral, ¿estarías dispuesto/a votar?

Sí	1
No	2
NS/NC	3

79. ¿Por qué motivos estarías dispuesto/a votar? Elegir máximo dos.

Lo considero un deber cívico	1
Lo considero un derecho	2
Por ayudar a mi partido	3
Para que no ganen los partidos que no me gustan	4
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	5
Por ideología	6
Me han convencido de que lo haga	7
Otras (especificar)	8
NS/NC	9

80. ¿Por qué motivos no estarías dispuesto/a votar? Elegir máximo tres.

Para mí, las elecciones son muy poco importantes	1
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	2
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	3
Me da igual que gane un partido u otro	4
Por la corrupción	5
No me representa ningún partido político	6
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	7
Mi voto no servirá para nada	8
No creo en la democracia	9

No estoy censado, estoy en otra localidad	10
No me aclaro, no entiendo de política	11
Todavía no he pensado en el tema	12
Otras (especificar)	13
NS/NC	14

¿Cómo valoras la utilidad de cada una de las siguientes formas de participación o acción social (para objetivos con los que estuvieses de acuerdo), en función de una escala del 0 al 10, donde 0 significa que no te parece nada útil y 10 significa que te parece muy útil?

- 81. Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien
- 82. Colaborar/pertenecer con asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras
- 83. Colaborar/pertenecer a un sindicato
- 84. Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (*escraches*)
- 85. Asistir a manifestaciones o concentraciones
- 86. Votar cuando hay elecciones
- 87. Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...
- 88. Participar en una huelga
- 89. Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas
- 90. Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas
- 91. Colaborar/pertenecer a un partido político
- 92. Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras...

Y tú personalmente, ¿estarías dispuesto a realizar o implicarte en las siguientes acciones por una causa en la que creas? (SÍ / NO)

- 93. Participar en una manifestación
- 94. Seguir una huelga
- 95. Acampar u ocupar plazas o espacios públicos
- 96. Realizar protestas en casas particulares de políticos (*escraches*)
- 97. Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento
- 98. Cortar calles y carreteras
- 99. Impedir un desalojo

MOVIMIENTOS POLÍTICOS E INTERNET

100. ¿Con cuánto interés sigues las distintas movilizaciones ciudadanas (acampadas, manifestaciones, marchas, protestas...)?

- Mucho interés 1
- Bastante 2
- Poco 3
- Ninguno 4
- NSNC 5

101. ¿Hasta qué punto simpatizas con estos movimientos?

- Mucho 1
- Bastante 2
- Regular 3
- Poco 4
- Nada 5
- NS/NC 6

102. En general, ¿crees que este tipo de movimientos o movilizaciones ciudadanas son...

- Muy útiles 1
- Bastante útiles 2
- Poco útiles 3
- Nada útiles 4
- NS/NC 5

103. ¿Qué medios utilizas para estar al tanto de la actualidad política? Elegir máximo tres.

- Televisión 1
- Radio 2
- Periódicos diarios generales escritos 3
- Periódicos diarios generales *online* 4
- Revistas sobre política y sociedad 5
- Medios alternativos *offline* 6
- Medios alternativos *online* 7
- Boletines locales o informales 8
- Blogs, foros 9

- Otros 10
- Ninguno 11
- NS/NC 12

104. Y ¿con qué frecuencia usas Internet para estar al tanto de la actualidad política?

- A diario 1
- Más de dos veces a la semana 2
- 1-2 veces semana 3
- Varias veces al mes 4
- Una vez al mes 5
- Casi nunca 6
- Nunca 7
- NS/NC 8

105. ¿Qué importancia consideras que tiene Internet para estar informado de actualidad política?

- Mucho 1
- Bastante 2
- Regular 3
- Poco 4
- Nada 5
- NS/NC 6

106. En los últimos tiempos han surgido movimientos sociales y políticos a través de Internet, ¿conoces alguno?

- Sí 1
- No 2
- ¿Cuál/cuales?

107. ¿Alguna vez has consultado la página web de algún partido político o algún/a candidato/a?

- Sí 1
- No 2
- No recuerda 3
- No contesta 4

108. ¿Y estás suscrito/a a algún boletín o lista de distribución a través de Internet sobre temas de actualidad política?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 3

¿Alguna vez has recibido un correo electrónico, tuit, o mensaje en el muro de tu perfil con alguno de los siguientes contenidos?

1. Sí	3. No recuerdo	
2. No	4. No tengo/no uso Internet	5. NS/NC

109. De apoyo a un/a candidato/a o partido
110. Con alguna crítica sobre un/a político/a o un partido político
111. Convocando a una manifestación, una sentada o a otros actos de protesta
112. Con un manifiesto o recogida de firmas electrónicos
113. Sobre otros temas de actualidad u otro tipo de convocatoria

¿En alguna ocasión has realizado alguna de las siguientes actividades a través de Internet?

1. Sí	3. No recuerdo	
2. No	4. No tengo/no uso Internet	5. NS/NC

114. Contactar con algún/a político/a o algún partido político
115. Contactar con alguna administración para quejarte o protestar
116. Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)
117. Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización
118. Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos
119. Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto
120. Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.

121. ¿Participas activamente (creando contenidos, comentando, coordinando, etc.) en alguna web, foro o blog de contenido político, protesta y/o movilización social?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 3

122. ¿Has recibido o accedido a información sobre campañas electorales o sobre política a través de Internet sin haberla buscado expresamente (a través del correo electrónico, YouTube, redes sociales como Facebook, páginas web, etc.)?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 3

123. ¿Alguna vez has recibido un WhatsApp o mensaje de móvil (SMS) informándote de una manifestación?

- Sí 1
- No 2
- No tengo teléfono móvil 3
- No contesta 4

ANEXO 2. TABLAS

*TABLA A2.1. VALORES, DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS, EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Tener éxito en el trabajo	7,85	8,23	8,50	8,01	7,98
Tener unas buenas relaciones familiares	8,08	8,83	8,52	8,38	8,54
Tener muchos amigos y conocidos	6,35	6,73	6,65	6,55	6,53
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,22	7,16	7,06	7,23	7,19
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,21	5,44	5,21	5,41	5,32
Ser una persona creativa y emprendedora	7,04	7,24	7,34	7,14	7,10
Tener éxito social y popularidad	5,73	5,59	5,82	5,53	5,69
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,64	5,98	6,03	5,68	5,87
Interesarse por temas políticos	5,17	4,66	5,40	4,64	4,93
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	2,84	3,03	3,20	3,02	2,82
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	5,82	6,30	6,40	6,04	6,03
Respetar las normas y la autoridad	6,57	6,92	7,29	6,61	6,72
Cuidar el medio ambiente	7,55	7,91	7,55	7,61	7,87
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	7,93	8,44	8,38	8,10	8,23
Tener una vida sexual satisfactoria	8,07	8,09	7,95	8,02	8,15
Ganar dinero	7,89	7,96	8,17	7,86	7,91
Tener personas en quien confiar	8,55	9,14	8,96	8,80	8,88
Poder confiar en los responsables públicos	7,14	7,38	7,65	7,22	7,20

**TABLA A2.2. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Tener éxito en el trabajo	8,00	7,87	8,20	8,15	8,57
Tener unas buenas relaciones familiares	8,55	8,43	8,50	8,72	8,42
Tener muchos amigos y conocidos	6,50	6,61	6,55	6,63	6,40
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,25	7,34	7,10	7,23	6,69
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,51	5,35	5,19	6,09	5,67
Ser una persona creativa y emprendedora	7,15	6,96	7,29	7,16	7,77
Tener éxito social y popularidad	5,41	5,75	5,70	5,60	5,52
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,36	5,78	6,00	6,00	5,87
Interesarse por temas políticos	4,23	5,14	5,06	3,98	4,77
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	2,67	3,19	2,87	2,63	3,37
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	5,81	6,21	6,18	5,45	5,35
Respetar las normas y la autoridad	6,63	7,07	6,57	7,02	6,86
Cuidar el medio ambiente	7,53	7,69	7,88	7,71	7,63
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	7,82	8,22	8,40	7,67	8,05
Tener una vida sexual satisfactoria	7,85	7,99	8,24	7,90	8,43
Ganar dinero	7,79	7,83	8,02	8,24	7,75
Tener personas en quien confiar	8,74	8,90	8,90	8,92	8,62
Poder confiar en los responsables públicos	6,94	7,39	7,34	6,98	7,14

**TABLA A2.3. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Tener éxito en el trabajo	8,10	7,99	8,41
Tener unas buenas relaciones familiares	8,86	8,43	8,42
Tener muchos amigos y conocidos	6,60	6,67	6,16
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	6,71	7,24	7,09
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,58	5,14	5,71
Ser una persona creativa y emprendedora	7,46	7,07	7,38
Tener éxito social y popularidad	5,18	5,75	5,72
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	6,45	5,94	5,60
Interesarse por temas políticos	4,59	5,36	4,05
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	3,81	3,03	2,77
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,05	6,29	5,77
Respetar las normas y la autoridad	7,08	6,69	7,04
Cuidar el medio ambiente	8,19	7,74	7,90
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,00	8,38	8,21
Tener una vida sexual satisfactoria	7,95	8,11	8,25
Ganar dinero	7,91	7,87	8,23
Tener personas en quien confiar	8,67	8,93	8,77
Poder confiar en los responsables públicos	7,54	7,41	7,06

**TABLA A2.4. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Tener éxito en el trabajo	8,14	8,08	8,07
Tener unas buenas relaciones familiares	8,46	8,73	8,53
Tener muchos amigos y conocidos	6,42	6,73	6,34
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,08	7,11	7,40
Vivir al día sin pensar en el mañana	6,32	4,92	5,93
Ser una persona creativa y emprendedora	7,33	7,02	7,28
Tener éxito social y popularidad	5,60	5,40	5,38
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,33	5,64	5,69
Interesarse por temas políticos	4,24	4,63	3,65
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	3,26	2,87	2,00
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	5,64	6,00	5,33
Respetar las normas y la autoridad	6,90	6,49	6,91
Cuidar el medio ambiente	7,59	7,51	7,70
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	7,42	8,08	7,82
Tener una vida sexual satisfactoria	7,71	7,79	8,29
Ganar dinero	7,89	7,69	8,23
Tener personas en quien confiar	8,54	8,88	8,89
Poder confiar en los responsables públicos	6,80	7,38	6,68

**TABLA A2.5. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Tener éxito en el trabajo	8,18	7,97	8,05
Tener unas buenas relaciones familiares	8,61	8,47	8,41
Tener muchos amigos y conocidos	6,55	6,62	6,49
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,21	7,16	7,19
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,49	5,50	5,09
Ser una persona creativa y emprendedora	7,12	7,02	7,25
Tener éxito social y popularidad	5,68	5,67	5,61
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,27	5,73	6,24
Interesarse por temas políticos	2,62	4,53	6,60
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	2,49	2,88	3,21
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	5,21	5,89	6,76
Respetar las normas y la autoridad	6,64	6,92	6,70
Cuidar el medio ambiente	7,56	7,61	7,97
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	7,98	8,01	8,50
Tener una vida sexual satisfactoria	7,92	8,12	8,15
Ganar dinero	8,16	7,98	7,75
Tener personas en quien confiar	8,85	8,81	8,92
Poder confiar en los responsables públicos	6,91	7,15	7,60

**TABLA A2.6. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Tener éxito en el trabajo	7,87	8,08	8,56	8,32
Tener unas buenas relaciones familiares	8,41	8,55	8,44	8,56
Tener muchos amigos y conocidos	6,61	6,55	6,29	6,57
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,19	7,13	7,39	7,25
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,34	5,28	4,92	5,83
Ser una persona creativa y emprendedora	7,10	7,15	7,25	7,26
Tener éxito social y popularidad	5,43	5,72	6,2	5,84
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	6,14	5,81	5,27	5,09
Interesarse por temas políticos	5,7	4,44	5,30	3,11
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	2,49	3,35	4,19	2,17
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,62	5,77	5,28	5,75
Respetar las normas y la autoridad	6,39	7,05	7,21	6,79
Cuidar el medio ambiente	7,92	7,66	7,46	7,59
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,43	8,14	8,04	7,71
Tener una vida sexual satisfactoria	8,13	7,99	8,29	8,06
Ganar dinero	7,72	7,96	8,47	8,2
Tener personas en quien confiar	8,94	8,85	8,65	8,79
Poder confiar en los responsables públicos	7,37	7,34	6,73	7,04

**TABLA A2.7. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Tener éxito en el trabajo	8,13	8,34	8,04	8,14	7,87
Tener unas buenas relaciones familiares	8,78	8,85	8,63	8,55	8,15
Tener muchos amigos y conocidos	6,66	6,68	6,41	6,77	6,37
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,03	7,09	7,08	7,41	7,18
Vivir al día sin pensar en el mañana	4,66	5,36	5,18	5,55	5,28
Ser una persona creativa y emprendedora	7,07	7,24	7,42	7,17	7,07
Tener éxito social y popularidad	5,91	5,95	5,48	5,59	5,38
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,96	5,91	5,65	5,89	5,73
Interesarse por temas políticos	4,65	4,47	4,10	5,18	5,23
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	6,29	3,39	4,83	2,48	1,77
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,09	5,64	5,88	6,22	6,37
Respetar las normas y la autoridad	7,67	7,21	6,61	6,62	6,33
Cuidar el medio ambiente	7,73	7,64	7,70	7,88	7,81
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,07	8,10	8,37	8,37	8,27
Tener una vida sexual satisfactoria	7,45	8,05	8,36	8,35	8,07
Ganar dinero	7,52	8,33	8,03	8,05	7,68
Tener personas en quien confiar	8,64	8,92	9,00	9,06	8,83
Poder confiar en los responsables públicos	7,08	7,31	6,95	7,47	7,26

**TABLA A2.8. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Tener éxito en el trabajo	8,02	8,14	8,26
Tener unas buenas relaciones familiares	8,34	8,62	8,98
Tener muchos amigos y conocidos	6,52	6,60	6,70
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,24	7,06	7,17
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,40	5,07	5,42
Ser una persona creativa y emprendedora	7,16	6,99	7,51
Tener éxito social y popularidad	5,51	5,81	6,13
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,75	5,68	6,39
Interesarse por temas políticos	5,05	4,48	4,86
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	1,93	3,46	6,39
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,11	5,82	6,40
Respetar las normas y la autoridad	6,59	6,80	7,44
Cuidar el medio ambiente	7,81	7,50	7,88
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,26	8,06	8,27
Tener una vida sexual satisfactoria	8,18	7,94	7,89
Ganar dinero	7,89	7,96	8,08
Tener personas en quien confiar	8,90	8,82	8,87
Poder confiar en los responsables públicos	7,31	7,14	7,36

**TABLA A2.9. VALORES. DIFERENCIA DE MEDIAS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

IMPORTANCIA EN SU VIDA DE ... (0 = nada importante / 10 = muy importante)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Tener éxito en el trabajo	8,26	8,02	8,11
Tener unas buenas relaciones familiares	8,52	8,48	8,51
Tener muchos amigos y conocidos	6,72	6,59	6,48
Disponer de mucho tiempo libre/ocio	7,42	7,13	7,21
Vivir al día sin pensar en el mañana	5,29	5,27	5,44
Ser una persona creativa y emprendedora	7,29	7,09	7,21
Tener éxito social y popularidad	6,04	5,71	5,39
Hacer cosas para mejorar el barrio o la comunidad	5,83	5,79	5,86
Interesarse por temas políticos	5,36	4,84	4,85
Preocuparse por cuestiones religiosas o espirituales	3,56	2,98	2,60
Preocuparse por lo que ocurre en otros lugares del mundo	6,00	6,08	6,10
Respetar las normas y la autoridad	6,74	6,82	6,65
Cuidar el medio ambiente	7,55	7,62	8,01
Obtener un buen nivel de capacitación cultural y profesional	8,08	8,19	8,31
Tener una vida sexual satisfactoria	8,04	8,08	8,16
Ganar dinero	8,13	7,84	8,04
Tener personas en quien confiar	8,97	8,79	8,99
Poder confiar en los responsables públicos	7,39	7,23	7,35

**TABLA A2.10. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Trabajador/a	51,1	58,2	47,8	52,7	58,2
Solidario/a	13,9	16,6	12,6	14,4	16,7
Independiente	25,4	25,3	25,4	25,1	25,4
Comprometido/a	19,5	17,4	12,9	19,6	19,0
Consumista	4,0	6,4	8,2	5,5	4,4
Honrado/a	32,2	16,9	29,1	23,2	23,1
Pensando sólo en el presente	1,2	2,2	1,3	2,4	1,4
Responsable	48,9	54,0	45,4	52,5	52,7
Tolerante	16,4	18,6	17,8	18,1	17,2
Rebelde	4,0	3,2	3,1	3,2	3,9
Egoísta	2,5	0,5	4,5	1,5	0,5
Bien integrado/a en la familia	6,2	12,5	9,5	9,5	9,7
Participativo/a, preocupado/a por lo público	5,6	4,7	3,1	4,9	5,7
Poco contento/a con mi situación	5,6	7,2	8,3	5,1	6,9
Con poco sentido del deber	0,3	0,2	0,0	0,3	0,3
Con poco sentido del sacrificio	1,9	1,0	3,1	2,0	0,6
Generoso/a	13,6	15,9	18,5	18,2	11,7
Maduro/a	17,6	16,9	25,3	14,5	16,9
Leal	21,7	18,9	20,2	20,4	20,0
Indolente, aburrido/a	1,2	0,3	1,1	0,8	0,6
Total	371	437	109	273	426

**TABLA A2.1.1. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0.05**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Trabajador/a	73,5	47,7	55,0	52,0	62,1
Solidario/a	14,9	15,2	15,2	20,0	15,9
Independiente	29,6	23,5	25,2	22,5	32,6
Comprometido/a	17,9	16,8	19,3	23,7	13,6
Consumista	5,7	6,1	5,1	1,6	5,3
Honrado/a	20,5	25,7	23,9	24,1	21,2
Pensando sólo en el presente	2,3	2,0	1,1	4,9	0,0
Responsable	51,8	49,2	54,9	43,4	43,2
Tolerante	10,2	20,1	18,7	13,2	5,3
Rebelde	1,7	2,9	4,4	7,4	0,0
Egoísta	0,0	0,9	2,0	4,2	0,0
Bien integrado/a en la familia	11,5	13,7	6,5	5,8	10,6
Participativo/a, preocupado/a por lo público	5,0	2,8	6,6	1,6	22,0
Poco contento/a con mi situación	2,6	4,1	7,7	14,6	18,9
Con poco sentido del deber	0,0	0,3	0,3	0,0	0,0
Con poco sentido del sacrificio	0,0	2,6	0,8	1,6	0,0
Generoso/a	15,0	17,3	12,9	15,5	22,0
Maduro/a	17,7	17,1	16,6	22,3	13,6
Leal	15,0	24,3	19,1	20,0	13,6
Indolente, aburrido/a	0,0	0,7	1,1	0,0	0,0
Total	112	264	369	45	14

**TABLA A2.1.2. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Trabajador/a	34,0	51,6	57,7
Solidario/a	25,2	14,6	16,4
Independiente	17,7	25,5	22,3
Comprometido/a	7,4	18,7	19,3
Consumista	5,0	5,7	4,4
Honrado/a	48,2	22,9	26,2
Pensando sólo en el presente	0,0	1,1	3,7
Responsable	44,3	53,1	51,0
Tolerante	12,8	19,9	18,8
Rebelde	0,0	3,0	8,2
Egoísta	0,0	1,7	1,1
Bien integrado/a en la familia	7,4	10,3	5,7
Participativo/a, preocupado/a por lo público	2,5	5,8	2,0
Poco contento/a con mi situación	13,8	5,6	6,5
Con poco sentido del deber	0,0	0,2	0,7
Con poco sentido del sacrificio	0,0	1,6	1,7
Generoso/a	37,3	12,9	17,0
Maduro/a	22,7	16,8	14,7
Leal	17,7	22,5	17,1
Indolente, aburrido/a	0,0	0,8	2,1
Total	29	486	109

**TABLA A2.13. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Trabajador/a	70,5	65,5	64,0
Solidario/a	19,9	10,1	20,1
Independiente	26,4	29,5	27,7
Comprometido/a	18,7	13,5	25,9
Consumista	2,9	3,8	7,0
Honrado/a	20,1	23,8	20,3
Pensando sólo en el presente	7,3	1,7	0,0
Responsable	41,3	53,1	49,9
Tolerante	5,8	13,9	11,8
Rebelde	1,5	4,4	2,7
Egoísta	2,3	0,0	1,4
Bien integrado/a en la familia	8,9	16,0	4,1
Participativo/a, preocupado/a por lo público	2,3	7,6	5,6
Poco contento/a con mi situación	5,2	9,5	6,8
Con poco sentido del deber	0,0	0,0	0,0
Con poco sentido del sacrificio	1,5	0,0	1,4
Generoso/a	22,0	8,6	18,2
Maduro/a	27,4	14,7	14,5
Leal	13,3	18,5	16,6
Indolente, aburrido/a	0,0	0,0	0,0
Total	50	69	54

**TABLA A2.14. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Trabajador/a	58,1	59,3	49,7
Solidario/a	13,9	14,5	17,0
Independiente	22,1	24,6	28,0
Comprometido/a	18,4	16,9	19,8
Consumista	7,8	4,4	4,5
Honrado/a	21,7	24,8	25,0
Pensando sólo en el presente	1,7	1,6	1,9
Responsable	60,4	51,2	46,5
Tolerante	5,7	20,9	21,9
Rebelde	1,4	1,3	6,3
Egoísta	1,8	1,4	1,3
Bien integrado/a en la familia	10,3	13,1	6,7
Participativo/a, preocupado/a por lo público	2,6	3,2	8,2
Poco contento/a con mi situación	7,8	5,1	6,7
Con poco sentido del deber	0,0	0,3	0,3
Con poco sentido del sacrificio	1,6	1,5	1,3
Generoso/a	17,7	15,3	12,5
Maduro/a	19,7	15,7	16,6
Leal	18,8	19,9	21,3
Indolente, aburrido/a	0,0	0,9	1,1
Total	213	254	334

**TABLA A2.15. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Trabajador/a	50,3	58,2	67,6	50,6
Solidario/a	19,0	11,9	13,2	15,1
Independiente	28,3	21,6	26,9	26,7
Comprometido/a	18,1	17,9	31,3	11,6
Consumista	5,6	4,1	9,0	5,8
Honrado/a	19,3	27,3	29,9	24,4
Pensando sólo en el presente	2,4	0,9	0,0	2,3
Responsable	47,3	56,0	50,0	53,5
Tolerante	22,0	16,7	7,5	11,6
Rebelde	4,7	2,8	3,0	2,3
Egoísta	0,9	2,5	1,5	0,0
Bien integrado/a en la familia	7,7	11,9	9,0	9,3
Participativo/a, preocupado/a por lo público	7,7	4,4	1,5	0,0
Poco contento/a con mi situación	8,0	5,7	4,5	4,7
Con poco sentido del deber	0,3	0,3	0,0	0,0
Con poco sentido del sacrificio	2,4	0,9	0,0	1,2
Generoso/a	16,1	13,5	4,5	23,0
Maduro/a	16,4	17,0	16,4	22,1
Leal	20,5	18,9	16,4	25,6
Indolente, aburrido/a	0,3	1,6	0,0	0,0
Total	336	318	67	86

**TABLA A2.16. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0,05**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Trabajador/a	55,5	68,4	40,4	50,6	47,6
Solidario/a	25,3	17,4	20,0	11,7	13,6
Independiente	14,9	17,1	26,5	28,8	32,0
Comprometido/a	16,1	21,5	26,7	15,6	16,2
Consumista	2,7	6,6	8,2	4,6	5,0
Honrado/a	33,3	20,6	16,7	26,4	23,7
Pensando sólo en el presente	1,4	1,1	2,8	2,1	1,9
Responsable	46,5	59,6	40,4	46,5	49,5
Tolerante	13,3	12,0	18,2	22,2	21,2
Rebelde	0,0	0,9	7,5	5,2	5,2
Egoísta	6,5	1,5	1,8	0,8	0,9
Bien integrado/a en la familia	12,5	11,9	11,1	9,6	7,3
Participativo/a, preocupado/a por lo público	7,8	5,0	5,4	3,0	5,9
Poco contento/a con mi situación	4,3	3,9	13,9	8,1	7,8
Con poco sentido del deber	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
Con poco sentido del sacrificio	0,0	0,3	0,0	3,5	1,9
Generoso/a	22,3	10,7	19,0	16,5	14,7
Maduro/a	18,4	18,1	15,7	17,5	16,8
Leal	16,9	18,3	22,1	19,9	22,5
Indolente, aburrido/a	0,0	0,3	0,0	1,6	1,0
Total	53	236	41	140	293

**TABLA A2.17. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0.05**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Trabajador/a	52,3	58,4	65,0
Solidario/a	13,1	15,9	24,8
Independiente	28,9	18,5	17,7
Comprometido/a	17,4	19,9	19,3
Consumista	5,2	5,6	4,2
Honrado/a	22,3	28,6	23,0
Pensando sólo en el presente	1,7	2,5	1,0
Responsable	50,4	56,4	51,5
Tolerante	20,4	12,8	13,2
Rebelde	4,0	3,5	2,3
Egoísta	1,4	1,3	2,0
Bien integrado/a en la familia	8,1	13,3	11,6
Participativo/a, preocupado/a por lo público	5,6	4,9	3,6
Poco contento/a con mi situación	7,5	5,7	3,6
Con poco sentido del deber	0,4	0,0	0,0
Con poco sentido del sacrificio	1,7	0,8	0,0
Generoso/a	14,7	16,4	12,2
Maduro/a	18,6	15,2	14,3
Leal	20,4	16,0	25,6
Indolente, aburrido/a	1,1	0,0	0,6
Total	498	182	116

**TABLA A2.18. IDENTIFICACIÓN CON RASGOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0,05**

¿HASTA QUÉ PUNTO TE IDENTIFICAS CON LOS SIGUIENTES RASGOS?	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Trabajador/a	46,4	58,5	52,6
Solidario/a	17,9	14,9	14,8
Independiente	30,8	22,7	26,7
Comprometido/a	19,7	18,6	18,4
Consumista	6,9	4,9	5,3
Honrado/a	24,8	24,4	23,7
Pensando sólo en el presente	1,2	1,8	1,4
Responsable	48,6	52,7	50,7
Tolerante	16,4	19,6	14,7
Rebelde	3,2	2,8	5,3
Egoísta	4,4	0,5	1,9
Bien integrado/a en la familia	9,7	11,3	7,0
Participativo/a, preocupado/a por lo público	6,3	5,4	4,5
Poco contento/a con mi situación	6,3	3,3	12,4
Con poco sentido del deber	0,0	0,4	0,0
Con poco sentido del sacrificio	3,9	0,7	1,5
Generoso/a	14,7	13,9	16,2
Maduro/a	13,2	18,4	15,3
Leal	19,0	19,4	22,4
Indolente, aburrido/a	1,2	0,7	0,7
Total	96	441	253

TABLA A3.1. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Parlamento	2,91	2,93	3,73	2,86	2,75
Medios de comunicación convencionales	3,28	3,67	3,73	3,50	3,42
Sistema judicial	3,57	3,56	4,10	3,44	3,51
Policía	4,54	4,64	5,06	4,68	4,41
Partidos políticos	1,75	1,77	2,33	1,69	1,66
ONGs	5,05	5,12	5,83	5,11	4,88
Sindicatos	2,54	3,37	3,58	2,94	2,87
Patronal	2,27	2,95	3,26	2,73	2,42
Medios de comunicación Internet	5,16	4,98	5,27	5,02	5,04
Unión Europea	3,93	3,96	4,56	3,92	3,81
Iglesia	1,91	1,87	2,35	1,63	1,94
Fuerzas Armadas	4,31	3,70	4,57	3,95	3,85
Sistema financiero	2,07	2,29	2,60	2,17	2,09
Sistema educativo	4,03	4,54	4,44	4,29	4,27

TABLA A3.2. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Parlamento	2,71	3,26	2,85	2,38	2,86
Medios de comunicación convencionales	3,61	3,73	3,33	3,12	4,14
Sistema judicial	3,31	3,91	3,49	2,86	3,90
Policía	4,39	4,85	4,50	4,17	5,74
Partidos políticos	1,81	1,91	1,72	1,41	1,38
ONGs	4,51	5,51	5,13	4,31	4,45
Sindicatos	2,79	3,10	3,10	2,23	2,80
Patronal	2,40	2,90	2,64	2,12	2,02
Medios de comunicación Internet	4,91	5,26	5,09	4,13	5,42
Unión Europea	3,68	4,20	4,00	3,09	4,22
Iglesia	1,76	2,14	1,83	1,22	2,00
Fuerzas Armadas	3,90	4,39	3,79	3,54	4,12
Sistema financiero	2,26	2,28	2,14	1,81	2,86
Sistema educativo	4,33	4,46	4,24	4,14	4,16

TABLA A3.3. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Parlamento	2,81	3,09	2,76
Medios de comunicación convencionales	3,66	3,55	3,22
Sistema judicial	4,05	3,72	3,32
Policía	4,48	4,61	4,81
Partidos políticos	2,33	1,83	1,59
ONGs	5,52	5,41	4,68
Sindicatos	3,96	3,06	3,06
Patronal	3,11	2,75	2,67
Medios de comunicación Internet	5,40	5,28	4,64
Unión Europea	4,46	4,09	3,96
Iglesia	3,06	1,94	1,80
Fuerzas Armadas	6,00	3,83	4,36
Sistema financiero	3,16	2,16	2,06
Sistema educativo	4,31	4,34	4,23

*TABLA A3.4. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.*

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Parlamento	2,52	2,90	2,32
Medios de comunicación convencionales	3,19	3,85	3,33
Sistema judicial	2,96	3,53	3,02
Policía	4,37	4,24	4,63
Partidos políticos	1,90	1,67	1,39
ONGs	4,41	4,71	4,06
Sindicatos	2,22	3,07	2,43
Patronal	2,37	2,30	2,13
Medios de comunicación Internet	4,37	5,11	4,60
Unión Europea	3,36	3,93	3,21
Iglesia	1,55	1,76	1,58
Fuerzas Armadas	4,54	3,20	3,89
Sistema financiero	2,35	2,30	1,80
Sistema educativo	4,48	4,34	3,93

TABLA A3.5. CONFIANZA INSTITUCIONAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Parlamento	2,21	3,53	2,92
Medios de comunicación convencionales	3,32	3,99	3,21
Sistema judicial	2,90	3,97	3,70
Policía	4,34	4,95	4,48
Partidos políticos	1,21	2,05	1,90
ONGs	4,34	5,31	5,41
Sindicatos	2,46	3,31	3,07
Patronal	2,29	3,17	2,44
Medios de comunicación Internet	4,46	5,13	5,41
Unión Europea	3,51	4,26	3,99
Iglesia	1,81	2,20	1,70
Fuerzas Armadas	3,98	4,62	3,50
Sistema financiero	2,06	2,72	1,87
Sistema educativo	3,91	4,44	4,45

TABLA A3.6. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Parlamento	2,65	3,16	3,46	2,70
Medios de comunicación convencionales	3,22	3,72	3,64	3,54
Sistema judicial	3,35	3,79	3,76	3,41
Policía	3,83	5,07	5,70	4,89
Partidos políticos	1,61	1,89	2,22	1,51
ONGs	5,42	4,92	4,53	4,81
Sindicatos	3,51	2,85	1,56	2,58
Patronal	2,69	2,77	2,03	2,41
Medios de comunicación Internet	5,24	5,08	4,83	4,51
Unión Europea	3,65	4,24	4,28	3,80
Iglesia	1,03	2,38	4,10	1,71
Fuerzas Armadas	2,60	4,69	6,33	4,91
Sistema financiero	1,58	2,57	3,07	2,46
Sistema educativo	4,44	4,26	4,30	3,92

TABLA A3.7. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Parlamento	4,17	3,39	2,95	2,79	2,42
Medios de comunicación convencionales	3,89	4,10	3,38	3,43	3,02
Sistema judicial	4,59	3,87	3,52	3,54	3,20
Policía	6,47	5,22	4,46	4,44	3,83
Partidos políticos	3,00	1,94	1,51	1,46	1,55
ONGs	5,25	5,23	4,59	5,17	5,05
Sindicatos	2,28	2,91	3,00	3,01	3,15
Patronal	2,99	2,83	2,72	2,57	2,42
Medios de comunicación Internet	4,37	4,95	4,89	5,28	5,31
Unión Europea	4,32	4,29	4,13	3,93	3,68
Iglesia	6,12	2,94	1,53	1,23	0,60
Fuerzas Armadas	6,09	5,05	3,37	3,70	2,99
Sistema financiero	3,12	2,86	2,01	1,87	1,73
Sistema educativo	4,14	4,55	4,59	4,32	4,16

TABLA A3.8. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Parlamento	2,63	3,32	3,64
Medios de comunicación convencionales	3,24	3,97	3,93
Sistema judicial	3,43	3,77	3,85
Policía	4,20	5,14	5,40
Partidos políticos	1,58	2,02	2,25
ONGs	5,11	5,03	5,26
Sindicatos	3,15	2,86	2,63
Patronal	2,61	2,67	2,86
Medios de comunicación Internet	5,22	4,73	4,98
Unión Europea	3,85	4,16	4,21
Iglesia	0,89	2,85	4,72
Fuerzas Armadas	3,44	4,64	5,20
Sistema financiero	1,89	2,63	2,90
Sistema educativo	4,31	4,29	4,50

TABLA A3.9. CONFIANZA INSTITUCIONAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONFIANZA EN INSTITUCIONES (0 = nada en absoluto / 10 = plenamente)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Parlamento	3,71	3,14	2,33
Medios de comunicación convencionales	3,79	3,75	3,01
Sistema judicial	3,91	3,82	3,08
Policía	4,74	4,91	4,06
Partidos políticos	2,32	1,97	1,24
ONGs	5,41	5,23	4,82
Sindicatos	3,39	3,17	2,62
Patronal	2,99	2,89	2,13
Medios de comunicación Internet	5,19	5,23	4,83
Unión Europea	4,66	4,28	3,19
Iglesia	2,76	2,02	1,37
Fuerzas Armadas	4,47	4,20	3,50
Sistema financiero	3,10	2,35	1,59
Sistema educativo	4,70	4,41	4,01

TABLA A3.10. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,54	7,38	7,44	7,40	7,48
La escasa participación ciudadana en la política	7,50	7,45	7,47	7,47	7,47
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,38	6,45	6,07	6,18	6,66
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,39	8,41	8,10	8,32	8,53
La poca autoridad de los gobiernos	6,68	6,59	6,61	6,44	6,76
La corrupción política	9,12	8,99	8,70	8,96	9,19
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,53	8,71	8,21	8,46	8,84

TABLA A3.1.1. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,13	7,22	7,76	7,12	7,85
La escasa participación ciudadana en la política	7,09	7,38	7,76	6,88	7,12
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,34	6,22	6,62	6,46	5,34
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,09	8,22	8,71	7,89	8,27
La poca autoridad de los gobiernos	6,52	6,50	6,84	6,11	6,67
La corrupción política	8,80	8,94	9,31	8,36	8,71
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,49	8,50	8,88	7,89	8,50

TABLA A3.12. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,42	7,57	7,39
La escasa participación ciudadana en la política	7,21	7,64	7,53
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,95	6,49	6,10
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	7,75	8,59	8,30
La poca autoridad de los gobiernos	6,73	6,73	6,47
La corrupción política	8,40	9,22	9,03
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,02	8,77	8,61

TABLA A3.13. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	6,85	7,32	7,30
La escasa participación ciudadana en la política	6,38	7,47	7,05
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,27	6,11	6,58
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	7,03	8,68	8,25
La poca autoridad de los gobiernos	6,18	6,63	6,36
La corrupción política	7,67	9,34	8,82
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	7,42	8,93	8,47

TABLA A3.14. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	6,97	7,35	7,85
La escasa participación ciudadana en la política	6,68	7,15	8,24
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	5,89	6,43	6,75
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	7,94	8,32	8,80
La poca autoridad de los gobiernos	6,51	6,63	6,71
La corrupción política	8,57	8,96	9,46
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,19	8,58	8,97

TABLA A3.15. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,85	7,23	7,05	6,99
La escasa participación ciudadana en la política	8,16	7,00	6,98	6,87
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,73	6,19	6,30	6,15
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,64	8,36	8,15	7,84
La poca autoridad de los gobiernos	6,40	6,82	7,26	6,38
La corrupción política	9,33	8,91	8,94	8,54
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,97	8,43	8,43	8,17

TABLA A3.16. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,01	7,13	7,45	7,79	7,67
La escasa participación ciudadana en la política	6,72	7,28	7,48	7,78	7,70
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,39	6,48	6,15	6,37	6,48
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,03	8,21	8,52	8,59	8,61
La poca autoridad de los gobiernos	6,67	6,74	6,89	6,91	6,42
La corrupción política	8,66	8,80	8,94	9,29	9,29
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,34	8,38	8,45	8,82	8,87

TABLA A3.17. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,66	7,10	7,09
La escasa participación ciudadana en la política	7,64	7,27	7,11
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,42	6,39	6,45
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,55	8,16	8,29
La poca autoridad de los gobiernos	6,54	6,70	6,95
La corrupción política	9,25	8,71	8,86
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,81	8,23	8,59

**TABLA A3.18. PROBLEMAS POLÍTICOS.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
La falta de democracia interna en partidos e instituciones políticas	7,26	7,46	7,58
La escasa participación ciudadana en la política	7,29	7,55	7,49
La organización territorial del Estado (gobierno central, autonómico, local)	6,54	6,27	6,68
La falta de credibilidad y liderazgo de los representantes políticos	8,20	8,46	8,50
La poca autoridad de los gobiernos	6,63	6,69	6,58
La corrupción política	8,89	9,07	9,15
La falta de interés de los partidos por los problemas reales de la gente	8,51	8,56	8,87

**TABLA A4.1. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.**

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	6,07	5,94	6,32	5,90	5,99
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,27	7,57	7,64	7,47	7,35
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	5,99	5,96	6,23	5,96	5,92
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,48	3,67	4,50	4,00	3,95
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,29	6,18	6,26	6,37	6,13
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,24	3,10	3,13	2,98	3,29
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,91	6,88	7,01	6,67	7,01

TABLA A4.2. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	5,95	6,03	6,01	6,05	5,98
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,36	7,54	7,41	7,15	8,05
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	5,29	6,08	6,29	4,83	5,31
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	3,58	4,28	4,09	3,47	4,42
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	5,58	6,57	6,33	5,42	6,00
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,40	3,14	2,99	4,10	3,47
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,86	6,85	6,91	7,12	7,13

TABLA A4.3. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	6,01	5,97	6,17
Es importante vivir en entornos completamente seguros	8,26	7,32	7,84
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	6,08	6,38	5,44
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,26	4,28	3,72
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,88	6,57	5,73
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,53	2,87	3,76
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,72	6,77	7,45

TABLA A4.4. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	5,77	5,62	6,64
Es importante vivir en entornos completamente seguros	6,84	7,16	8,07
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	3,86	6,18	5,13
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	3,19	4,07	3,37
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo.	5,02	6,17	5,22
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	4,04	2,96	3,99
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,83	6,68	7,47

TABLA A4.5. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	5,92	6,66	5,57
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,46	7,82	7,14
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	4,68	6,02	6,76
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	3,65	4,56	3,94
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	5,50	6,31	6,67
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,95	3,31	2,55
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	7,16	6,84	6,78

TABLA A4.6. MODELO SOCIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	5,17	6,41	7,91	6,25
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,02	7,61	8,25	7,74
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	6,74	5,60	5,09	5,04
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	3,55	4,34	5,58	3,63
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo.	6,52	6,13	6,26	5,42
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	2,07	3,61	5,60	3,89
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,69	6,99	7,21	7,09

TABLA A4.7. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	7,24	6,69	6,26	6,09	5,17
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,84	7,91	7,68	7,29	7,11
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	4,75	5,67	6,25	6,40	6,29
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,72	4,27	4,54	4,57	3,44
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,14	6,09	6,59	6,48	6,27
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	4,54	3,83	2,64	2,80	2,49
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,75	7,09	7,60	6,94	6,76

TABLA A4.8. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	5,59	6,65	6,82
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,25	7,73	7,77
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	6,17	5,78	5,63
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	3,71	4,42	4,94
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,22	6,22	6,38
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	2,72	3,73	4,23
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	6,86	6,97	7,02

TABLA A4.9. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Es importante tener gobiernos fuertes que garanticen el orden y la autoridad	6,40	6,15	5,69
Es importante vivir en entornos completamente seguros	7,58	7,46	7,41
La vida cultural, económica y social de un país se enriquece con la presencia de inmigrantes	5,84	6,16	5,80
En casos excepcionales está justificado que se cree un gobierno de expertos aunque no haya sido votado por los ciudadanos	4,76	4,12	3,65
Hay que contribuir al bienestar de todos los ciudadanos aunque eso suponga esfuerzos económicos para uno mismo	6,42	6,38	5,96
Los inmigrantes hacen del país un lugar peor y más inseguro para vivir	3,68	3,07	3,10
La mayoría de la gente trata de aprovecharse de los demás en su propio beneficio	7,00	6,74	7,17

TABLA A4.10. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,78	4,48	4,62	4,39	4,76
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,64	7,74	7,47	7,82	7,68
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,53	7,66	7,56	7,55	7,64
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,27	7,31	7,13	7,36	7,29
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,35	7,00	6,49	7,07	7,39

TABLA A4.11. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,60	4,57	4,65	4,87	4,29
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,53	7,59	7,93	7,39	6,99
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,23	7,56	7,79	7,40	7,33
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	6,93	7,32	7,48	6,89	6,77
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,10	7,29	7,22	6,31	6,66

TABLA A4.12. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,44	4,59	4,69
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,44	7,73	8,16
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	6,88	7,72	7,72
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,54	7,35	7,64
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	5,98	7,43	6,79

TABLA A4.13. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,72	4,43	4,85
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,33	7,41	7,54
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	6,89	7,45	7,50
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	6,80	6,80	7,11
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	6,28	7,27	6,90

TABLA A4.14. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NNS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,86	4,50	4,55
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,18	7,64	8,10
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,18	7,50	7,97
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	6,57	7,15	7,87
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	6,25	6,91	7,98

TABLA A4.15. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,38	4,76	5,28	4,49
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	8,25	7,43	6,75	7,27
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	8,04	7,40	7,07	7,02
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,75	6,99	6,42	7,30
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,62	6,90	7,37	6,20

TABLA A4.16. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,88	4,82	4,93	4,33	4,45
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	6,96	7,40	8,02	7,89	8,00
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	6,34	7,26	7,99	7,80	8,00
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	6,68	7,01	7,27	7,62	7,50
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,12	6,78	7,31	7,55	7,29

TABLA A4.17. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,46	4,81	5,04
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,96	7,29	7,28
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,84	7,23	7,17
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,60	6,77	6,89
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,25	6,83	7,36

TABLA A4.18. MODELO SOCIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Los poderes económicos son los que deciden y no se puede hacer nada para cambiarlo	4,81	4,57	4,68
Si los ciudadanos/as se organizan es posible cambiar las cosas	7,34	7,68	7,94
Los medios de comunicación manejan la información al servicio de los poderosos	7,47	7,53	7,87
El verdadero poder lo tiene la ciudadanía si es capaz de comprometerse	7,04	7,29	7,46
El gobierno de mi país está sometido a decisiones de poderes internacionales	7,06	7,14	7,36

TABLA A4.19. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,04	7,34	7,18	7,03	7,32
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,11	3,84	3,82	3,43	3,48
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,76	2,43	2,97	2,52	2,51
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,86	5,92	5,71	5,89	5,94
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	4,45	4,91	4,69	4,92	4,56
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	7,98	8,24	7,57	8,06	8,30

TABLA A4.20. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	6,92	7,32	7,26	7,23	6,34
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,85	3,66	3,22	4,48	3,04
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,55	2,73	2,50	2,67	2,06
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,75	5,68	6,13	5,80	5,87
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	4,98	4,47	4,61	6,39	4,28
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	8,14	7,98	8,27	8,13	7,29

TABLA A4.21. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,44	7,12	7,95
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,67	3,28	3,78
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	3,14	2,60	2,45
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	6,28	5,94	5,82
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	6,51	4,12	5,92
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	7,43	8,07	8,66

TABLA A4.22. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	6,15	7,00	7,68
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	4,01	3,52	4,32
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,95	2,31	2,36
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,54	5,95	5,70
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	5,88	4,57	5,65
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	7,63	8,23	8,30

TABLA A4.23. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	6,97	7,35	7,85
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	6,68	7,15	8,24
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	5,89	6,43	6,75
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	7,94	8,32	8,80
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	6,51	6,63	6,71
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	8,57	8,96	9,46

TABLA A4.24. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,16	7,21	7,07	7,16
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,00	3,91	3,02	3,00
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,43	2,73	2,44	2,43
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	6,43	5,70	4,38	6,43
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	3,97	5,16	4,85	3,97
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	8,34	8,07	7,35	8,34

TABLA A4.25. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,19	7,16	7,70	7,19	7,23
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,45	4,14	3,58	3,19	3,15
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,96	2,89	2,76	2,33	2,25
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	4,87	5,52	6,01	6,41	6,09
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	4,97	5,17	5,89	4,51	4,13
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	7,38	7,84	8,69	8,64	8,25

TABLA A4.26. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	7,66	7,10	7,09
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	7,64	7,27	7,11
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	6,42	6,39	6,45
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	8,55	8,16	8,29
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	6,54	6,70	6,95
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	9,25	8,71	8,86

TABLA A4.27. MODELO POLÍTICO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (0 = nada de acuerdo / 10 = totalmente de acuerdo)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
La gente como yo tiene poca influencia en el gobierno	6,56	7,19	7,55
Para gente como yo, la política es demasiado complicada. Necesitas ser un experto para entenderla	3,47	3,48	3,56
Cuando la gente se organiza para pedir un cambio, los políticos escuchan	2,99	2,72	2,16
Las acciones colectivas pueden mejorar la sociedad sin depender del gobierno	5,51	5,99	5,95
No tiene sentido votar; los partidos harán lo que quieran de todos modos	4,26	4,61	4,99
Los partidos sólo están interesados en mi voto, no en mi opinión	7,42	8,09	8,47

TABLA A5.1. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PARTIDO POLÍTICO	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	0,8	1,4	0,9	1,8	0,7
Perteneces pero no participas activamente	4,0	1,6	0,9	1,8	3,8
Antes pertenecías pero ahora no	1,9	3,7	2,8	2,9	2,8
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	16,7	8,5	17,4	9,6	12,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	72,2	80,8	70,6	80,1	76,5
No lo sé / Prefiero no contestar	4,3	4,1	7,3	3,7	3,8
Total	371	437	109	272	426

TABLA A5.2. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PARTIDO POLÍTICO	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	0,9	1,1	1,1	2,2	0,0
Perteneces pero no participas activamente	4,5	2,3	2,7	2,2	7,1
Antes pertenecías pero ahora no	2,7	2,7	3,5	0,0	0,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	7,1	13,3	13,6	6,7	14,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	82,1	76,5	77,0	73,3	57,1
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	4,2	2,2	15,6	21,4
Total	112	264	369	45	14

A5.3. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARTIDO POLÍTICO	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	3,4	1,0	0,9
Perteneces pero no participas activamente	0,0	2,9	1,8
Antes pertenecías pero ahora no	3,4	2,9	3,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	6,9	15,2	8,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	82,8	75,3	79,8
No lo sé / Prefiero no contestar	3,4	2,7	5,5
Total	29	486	109

A5.4. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARTIDO POLÍTICO	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	2,0	1,4	0,0
Perteneces pero no participas activamente	2,0	7,2	1,9
Antes pertenecías pero ahora no	2,0	1,4	1,9
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	2,0	13,0	5,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	78,0	75,4	81,1
No lo sé / Prefiero no contestar	14,0	1,4	9,4
Total	50	69	53

*A5.5. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

PARTIDO POLÍTICO	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	0,5	0,4	2,1
Perteneces pero no participas activamente	0,5	1,6	4,8
Antes pertenecías pero ahora no	1,9	2,8	3,9
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	0,5	6,3	24,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	87,7	86,6	62,6
No lo sé / Prefiero no contestar	9,0	2,4	2,4
Total	212	254	334

*A5.6. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

PARTIDO POLÍTICO	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	1,8	0,9	1,5	0,0
Perteneces pero no participas activamente	3,3	2,2	5,9	0,0
Antes pertenecías pero ahora no	2,4	4,1	0,0	2,3
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	17,0	7,2	23,5	3,5
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	72,9	82,4	69,1	76,7
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	3,1	0,0	17,4
Total	336	319	68	86

A5.7. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARTIDO POLÍTICO	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	1,9	0,9	2,4	2,1	1,0
Perteneces pero no participas activamente	3,8	2,6	2,4	2,1	2,0
Antes pertenecías pero ahora no	3,8	3,4	2,4	1,4	3,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	15,1	11,1	4,9	11,4	15,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	69,8	77,0	78,0	80,0	76,1
No lo sé / Prefiero no contestar	5,7	5,1	9,8	2,9	1,7
Total	53	235	41	140	293

A5.8. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARTIDO POLÍTICO	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	1,2	1,6	0,9
Perteneces pero no participas activamente	2,2	4,4	3,5
Antes pertenecías pero ahora no	3,0	1,6	4,3
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	12,2	11,0	13,9
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	78,2	76,9	73,9
No lo sé / Prefiero no contestar	3,2	4,4	3,5
Total	499	182	115

A5.9. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARTIDO POLÍTICO	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	1,1	0,9	1,2
Perteneces pero no participas activamente	5,3	2,9	1,6
Antes pertenecías pero ahora no	4,2	3,6	1,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	14,7	12,0	12,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	70,5	76,6	79,8
No lo sé / Prefiero no contestar	4,2	3,9	4,0
Total	95	441	253

A5.10. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SINDICATO	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	2,2	2,1	2,7	2,2	2,1
Perteneces pero no participas activamente	2,7	2,8	2,7	3,3	2,6
Antes pertenecías pero ahora no	8,1	8,7	5,5	5,5	11,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	15,6	19,3	23,6	19,0	14,8
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	67,5	61,9	60,0	64,2	65,5
No lo sé / Prefiero no contestar	4,0	5,3	5,5	5,8	4,0
Total	372	436	110	274	426

A5.11. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SINDICATO	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	1,8	1,1	3,3	0,0	0,0
Perteneces pero no participas activamente	0,9	1,9	3,5	2,2	14,3
Antes pertenecías pero ahora no	13,3	4,9	9,8	8,9	0,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	11,5	19,4	20,1	2,2	14,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	69,9	68,8	59,1	75,6	50,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	3,8	4,3	11,1	21,4
Total	113	263	369	45	14

A5.12. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

SINDICATO	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	3,3	2,7	0,9
Perteneces pero no participas activamente	3,3	2,9	2,8
Antes pertenecías pero ahora no	10,0	8,2	4,6
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	23,3	18,3	25,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	56,7	64,4	60,2
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	3,5	6,5
Total	30	486	108

A5.13. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SINDICATO	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	2,0	1,4	0,0
Perteneces pero no participas activamente	2,0	4,3	1,9
Antes pertenecías pero ahora no	2,0	17,4	9,3
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	8,0	13,0	5,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	74,0	63,8	75,9
No lo sé / Prefiero no contestar	12,0	0,0	7,4
Total	50	69	54

A5.14. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SINDICATO	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	0,9	1,6	3,3
Perteneces pero no participas activamente	1,9	2,0	3,9
Antes pertenecías pero ahora no	3,8	5,9	13,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	6,6	19,8	22,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	77,8	66,8	54,3
No lo sé / Prefiero no contestar	9,0	4,0	2,4
Total	212	253	335

A5.15. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SINDICATO	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	3,0	2,2	0,0	0,0
Perteneces pero no participas activamente	2,7	2,5	4,5	1,2
Antes pertenecías pero ahora no	11,6	6,6	4,5	7,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	25,3	13,2	11,9	7,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	53,6	71,7	79,1	69,8
No lo sé / Prefiero no contestar	3,9	3,8	0,0	15,1
Total	336	318	67	86

A5.16. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

SINDICATO	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	1,9	1,7	0,0	1,4	3,1
Perteneces pero no participas activamente	3,8	1,7	2,5	2,9	3,1
Antes pertenecías pero ahora no	3,8	6,8	10,0	6,5	11,6
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	11,3	14,5	25,0	16,5	20,8
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	73,6	70,1	52,5	69,1	58,7
No lo sé / Prefiero no contestar	5,7	5,1	10,0	3,6	2,7
Total	53	234	40	139	293

A5.17. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

SINDICATO	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	2,2	1,6	2,6
Perteneces pero no participas activamente	3,0	2,2	2,6
Antes pertenecías pero ahora no	9,0	7,1	7,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	19,3	15,4	15,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	62,7	68,7	68,7
No lo sé / Prefiero no contestar	3,8	4,9	3,5
Total	498	182	115

A5.18. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

SINDICATO	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	2,1	2,0	2,4
Perteneces pero no participas activamente	3,1	2,0	3,9
Antes pertenecías pero ahora no	13,5	8,0	7,9
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	17,7	16,1	20,5
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	61,5	67,0	60,2
No lo sé / Prefiero no contestar	2,1	4,8	5,1
Total	96	440	254

A5.19. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	3,8	2,7	2,8	3,7	2,8
Perteneces pero no participas activamente	3,2	5,3	3,7	4,4	4,5
Antes pertenecías pero ahora no	10,7	9,6	6,4	8,8	12,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	3,5	2,7	1,8	3,7	3,1
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	75,3	74,6	78,9	75,0	74,2
No lo sé / Prefiero no contestar	3,5	5,0	6,4	4,4	3,5
Total	373	437	109	272	426

A5.20. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	3,6	3,4	2,5	4,4	7,1
Perteneces pero no participas activamente	5,4	4,2	4,1	4,4	7,1
Antes pertenecías pero ahora no	8,0	11,4	11,2	2,2	7,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	3,6	2,7	3,5	2,2	0,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	75,9	75,4	75,5	75,6	57,1
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	3,0	3,3	11,1	21,4
Total	112	264	367	45	14

A5.21. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	3,4	2,9	2,8
Perteneces pero no participas activamente	6,9	4,1	2,8
Antes pertenecías pero ahora no	10,3	11,5	9,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	3,4	2,9	4,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	72,4	75,9	74,3
No lo sé / Prefiero no contestar	3,4	2,7	6,4
Total	29	486	109

A5.22. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	5,8	5,7	1,9
Perteneces pero no participas activamente	1,9	7,1	5,6
Antes pertenecías pero ahora no	5,8	8,6	3,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	3,8	1,4	3,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	71,2	75,7	75,9
No lo sé / Prefiero no contestar	11,5	1,4	9,3
Total	52	70	54

A5.23. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	4,2	2,4	3,3
Perteneces pero no participas activamente	3,8	5,1	3,9
Antes pertenecías pero ahora no	8,5	9,9	11,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	2,8	2,4	3,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	73,7	77,1	75,1
No lo sé / Prefiero no contestar	7,0	3,2	2,7
Total	213	253	334

A5.24. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	1,5	4,7	6,0	1,1
Perteneces pero no participas activamente	3,0	4,4	9,0	5,7
Antes pertenecías pero ahora no	8,0	11,0	17,9	9,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	0,9	4,7	11,9	0,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	83,6	71,7	55,2	69,0
No lo sé / Prefiero no contestar	3,0	3,5	0,0	14,9
Total	336	318	67	87

A5.25. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	35,8	0,4	9,8	0,0	0,7
Perteneces pero no participas activamente	18,9	8,1	7,3	1,4	0,3
Antes pertenecías pero ahora no	20,8	15,3	4,9	7,9	6,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	9,4	4,7	7,3	0,7	1,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	11,3	66,9	63,4	87,9	88,4
No lo sé / Prefiero no contestar	3,8	4,7	7,3	2,1	2,7
Total	53	236	41	140	293

A5.26. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	0,4	1,1	18,8
Perteneces pero no participas activamente	1,2	7,2	13,7
Antes pertenecías pero ahora no	7,8	13,8	15,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	1,0	2,8	12,8
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	86,4	71,3	34,2
No lo sé / Prefiero no contestar	3,2	3,9	5,1
Total	499	181	117

A5.27. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

PARROQUIA O ASOCIACIÓN RELIGIOSA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	8,3	3,0	1,2
Perteneces pero no participas activamente	4,2	4,8	3,6
Antes pertenecías pero ahora no	15,6	9,8	8,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	3,1	3,4	2,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	66,7	75,0	79,8
No lo sé / Prefiero no contestar	2,1	4,1	4,4
Total	96	440	252

A5.28. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	19,2	14,6	14,7	15,0	18,3
Perteneces pero no participas activamente	7,6	5,3	6,4	6,2	6,1
Antes pertenecías pero ahora no	31,9	27,4	26,6	30,4	29,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	17,3	24,4	22,9	20,5	21,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	21,4	23,7	24,8	23,8	21,3
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	4,6	4,6	4,0	3,3
Total	370	438	109	273	427

A5.29. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	16,1	13,6	19,3	11,4	28,6
Perteneces pero no participas activamente	7,1	6,1	6,5	2,3	7,1
Antes pertenecías pero ahora no	28,6	30,7	30,8	18,2	21,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	15,2	23,5	21,5	25,0	14,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	29,5	22,3	19,3	34,1	21,4
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	3,8	2,5	9,1	7,1
Total	112	264	367	44	14

A5.30. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	16,7	17,9	12,8
Perteneces pero no participas activamente	0,0	7,0	5,5
Antes pertenecías pero ahora no	30,0	30,9	31,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	30,0	21,6	22,9
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	20,0	20,0	22,0
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	2,5	5,5
Total	30	485	109

A5.31. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	14,0	20,6	12,7
Perteneces pero no participas activamente	2,0	5,9	7,3
Antes pertenecías pero ahora no	24,0	27,9	23,6
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	16,0	19,1	18,2
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	34,0	26,5	30,9
No lo sé / Prefiero no contestar	10,0	0,0	7,3
Total	50	68	55

A5.32. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	15,5	14,2	19,8
Perteneces pero no participas activamente	4,7	5,5	7,8
Antes pertenecías pero ahora no	23,9	29,5	33,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	16,4	25,2	21,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	31,9	22,8	16,8
No lo sé / Prefiero no contestar	7,5	2,8	1,5
Total	213	254	334

A5.33. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	15,8	16,0	28,4	12,8
Perteneces pero no participas activamente	5,1	7,5	6,0	5,8
Antes pertenecías pero ahora no	33,0	29,2	26,9	18,6
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	23,8	20,4	17,9	18,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	19,6	23,8	20,9	31,4
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	3,1	0,0	12,8
Total	336	319	67	86

A5.34. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	26,4	17,9	10,0	16,5	15,8
Perteneces pero no participas activamente	9,4	8,1	7,5	5,0	4,5
Antes pertenecías pero ahora no	28,3	26,8	27,5	33,8	30,5
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	13,2	22,1	22,5	20,9	22,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	20,8	22,6	25,0	20,9	23,6
No lo sé / Prefiero no contestar	1,9	2,6	7,5	2,9	3,4
Total	53	235	40	139	292

A5.35. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	16,1	15,8	23,5
Perteneces pero no participas activamente	4,4	9,3	9,6
Antes pertenecías pero ahora no	30,9	25,7	28,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	21,7	23,0	17,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	23,1	23,5	20,0
No lo sé / Prefiero no contestar	3,8	2,7	0,9
Total	498	183	115

A5.36. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

GRUPO DEPORTIVO, CULTURAL, OCIO	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	16,5	17,0	17,0
Perteneces pero no participas activamente	8,2	5,9	5,9
Antes pertenecías pero ahora no	30,9	31,3	27,3
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	21,6	19,7	24,5
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	19,6	22,0	22,9
No lo sé / Prefiero no contestar	3,1	4,1	2,4
Total	97	441	253

A5.37. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	10,8	12,6	9,3	9,9	13,4
Perteneces pero no participas activamente	4,0	6,0	0,9	6,2	5,4
Antes pertenecías pero ahora no	11,1	14,0	7,4	12,5	14,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	35,0	42,4	50,0	37,4	37,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	36,4	19,7	26,9	28,9	26,4
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	5,3	5,6	5,1	3,3
Total	371	436	108	273	425

A5.38. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	12,5	6,4	15,2	6,8	28,6
Perteneces pero no participas activamente	5,4	3,4	6,3	2,3	14,3
Antes pertenecías pero ahora no	11,6	12,5	13,6	13,6	0,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	39,3	40,5	40,2	25,0	28,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	27,7	32,6	22,3	43,2	14,3
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	4,5	2,4	9,1	14,3
Total	112	264	368	44	14

A5.39. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	3,3	12,6	8,3
Perteneces pero no participas activamente	3,3	5,8	2,8
Antes pertenecías pero ahora no	13,3	13,6	11,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	43,3	39,5	44,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	36,7	25,9	26,6
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	2,7	7,3
Total	30	486	109

A5.40. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	2,0	21,7	7,4
Perteneces pero no participas activamente	8,2	5,8	3,7
Antes pertenecías pero ahora no	8,2	13,0	11,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	30,6	34,8	38,9
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	38,8	23,2	33,3
No lo sé / Prefiero no contestar	12,2	1,4	5,6
Total	49	69	54

A5.41. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	6,6	9,1	17,3
Perteneces pero no participas activamente	6,1	4,3	5,4
Antes pertenecías pero ahora no	8,5	13,8	14,6
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	36,3	41,3	38,8
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	35,4	28,3	21,5
No lo sé / Prefiero no contestar	7,1	3,1	2,4
Total	212	254	335

A5.42. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	14,3	11,3	13,2	2,3
Perteneces pero no participas activamente	6,3	4,1	4,4	4,7
Antes pertenecías pero ahora no	14,6	11,6	11,8	10,5
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	41,2	38,9	26,5	40,7
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	20,9	29,2	44,1	31,4
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	5,0	0,0	10,5
Total	335	319	68	86

A5.43. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	18,9	13,2	7,5	10,0	11,0
Perteneces pero no participas activamente	3,8	6,4	7,5	5,7	3,1
Antes pertenecías pero ahora no	17,0	11,1	7,5	12,9	14,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	22,6	37,0	40,0	42,1	43,2
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	32,1	27,7	30,0	26,4	26,0
No lo sé / Prefiero no contestar	5,7	4,7	7,5	2,9	2,7
Total	53	235	40	140	292

A5.44. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	11,2	12,7	13,8
Perteneces pero no participas activamente	4,6	3,9	8,6
Antes pertenecías pero ahora no	12,4	12,7	13,8
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	41,9	35,4	33,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	26,3	31,5	26,7
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	3,9	3,4
Total	499	181	116

A5.45. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

ORGANIZACIÓN SOCIAL / VOLUNTARIADO	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	11,6	12,0	11,9
Perteneces pero no participas activamente	4,2	5,4	5,1
Antes pertenecías pero ahora no	10,5	14,9	10,3
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	45,3	36,7	39,9
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	24,2	26,9	29,2
No lo sé / Prefiero no contestar	4,2	4,1	3,6
Total	95	442	253

A5.46. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Perteneces y participas activamente	2,2	2,3	0,9	2,9	2,1
Perteneces pero no participas activamente	2,4	1,6	0,9	2,2	2,3
Antes pertenecías pero ahora no	4,0	4,1	2,8	4,0	4,4
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	19,1	12,4	16,5	13,6	16,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	62,5	66,4	67,0	65,4	63,5
No lo sé / Prefiero no contestar	9,7	13,3	11,9	11,8	11,2
Total	371	437	109	272	427

A5.47. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Perteneces y participas activamente	2,7	1,1	3,0	2,3	0,0
Perteneces pero no participas activamente	0,0	1,9	2,4	2,3	7,1
Antes pertenecías pero ahora no	3,5	3,4	5,1	0,0	7,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	14,2	12,1	19,8	4,5	14,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	65,5	67,8	61,8	77,3	42,9
No lo sé / Prefiero no contestar	14,2	13,6	7,9	13,6	28,6
Total	113	264	369	44	14

A5.48. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	0,0	2,5	1,9
Perteneces pero no participas activamente	0,0	2,7	0,9
Antes pertenecías pero ahora no	10,0	4,5	1,9
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	13,3	17,9	11,1
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	73,3	62,1	73,1
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	10,3	11,1
Total	30	486	108

A5.49. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Perteneces y participas activamente	0,0	2,9	3,8
Perteneces pero no participas activamente	2,0	0,0	1,9
Antes pertenecías pero ahora no	2,0	2,9	3,8
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	6,0	17,1	9,4
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	70,0	64,3	66,0
No lo sé / Prefiero no contestar	20,0	12,9	15,1
Total	50	70	53

A5.50. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Perteneces y participas activamente	1,4	1,6	3,3
Perteneces pero no participas activamente	0,5	0,8	3,9
Antes pertenecías pero ahora no	3,3	2,4	5,7
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	4,7	11,1	26,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	79,2	72,3	50,0
No lo sé / Prefiero no contestar	10,8	11,9	11,1
Total	212	253	334

A5.51. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Perteneces y participas activamente	3,0	2,2	1,5	0,0
Perteneces pero no participas activamente	3,9	0,9	0,0	1,2
Antes pertenecías pero ahora no	3,9	4,1	6,0	3,5
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	19,7	13,8	19,4	1,2
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	57,6	69,0	68,7	73,3
No lo sé / Prefiero no contestar	11,9	10,0	4,5	20,9
Total	335	319	67	86

A5.52. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Perteneces y participas activamente	1,9	2,5	2,4	1,4	3,1
Perteneces pero no participas activamente	0,0	0,4	2,4	2,1	3,7
Antes pertenecías pero ahora no	7,5	3,0	0,0	4,3	4,1
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	15,1	12,7	19,5	14,2	18,6
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	62,3	70,3	61,0	66,0	59,7
No lo sé / Prefiero no contestar	13,2	11,0	14,6	12,1	10,8
Total	53	236	41	141	295

A5.53. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Perteneces y participas activamente	2,4	2,7	0,9
Perteneces pero no participas activamente	2,8	1,1	0,9
Antes pertenecías pero ahora no	3,4	3,8	5,2
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	15,1	14,3	20,0
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	64,7	68,1	62,6
No lo sé / Prefiero no contestar	11,6	9,9	10,4
Total	498	182	115

A5.54. ASOCIACIONISMO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC.

OTRO TIPO DE ORGANIZACIÓN	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Perteneces y participas activamente	1,0	2,7	2,4
Perteneces pero no participas activamente	2,1	2,7	1,2
Antes pertenecías pero ahora no	5,2	4,1	4,0
Nunca has pertenecido pero querías hacerlo	22,9	16,3	12,3
No perteneces, y no tienes intención de hacerlo	61,5	63,0	68,0
No lo sé / Prefiero no contestar	7,3	11,3	12,3
Total	96	443	253

A5.55. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
De mi barrio, pueblo o ciudad	15,8	17,6	20,2	16,2	16,2
De mi Comunidad Autónoma	16,1	20,5	16,5	16,5	20,2
De España	30,0	16,9	21,1	22,1	23,9
De Europa	4,6	2,5	2,8	3,7	3,5
Un ciudadano/a del mundo	30,0	38,6	33,9	39,0	32,2
No lo sé / Prefiero no contestar	3,5	3,9	5,5	2,6	4,0
Total	373	438	109	272	426

A5.56. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
De mi barrio, pueblo o ciudad	27,7	15,5	14,4	20,5	7,1
De mi Comunidad Autónoma	18,8	17,0	19,0	20,5	21,4
De España	18,8	26,1	23,1	15,9	14,3
De Europa	0,9	2,7	5,4	0,0	7,1
Un ciudadano/a del mundo	31,3	35,6	35,1	34,1	42,9
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	3,0	3,0	9,1	7,1
Total	112	264	368	44	14

A5.57. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
De mi barrio, pueblo o ciudad	10,0	15,7	13,9
De mi Comunidad Autónoma	16,7	18,4	17,6
De España	23,3	24,5	23,1
De Europa	0,0	4,5	2,8
Un ciudadano/a del mundo	46,7	34,0	38,9
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	2,9	3,7
Total	30	485	108

A5.58. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
De mi barrio, pueblo o ciudad	23,5	18,6	29,1
De mi Comunidad Autónoma	17,6	24,3	16,4
De España	23,5	18,6	12,7
De Europa	0,0	1,4	1,8
Un ciudadano/a del mundo	29,4	34,3	32,7
No lo sé / Prefiero no contestar	5,9	2,9	7,3
Total	51	70	55

*A5.59. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
De mi barrio, pueblo o ciudad	22,1	14,6	15,0
De mi Comunidad Autónoma	16,4	20,2	18,9
De España	20,2	26,5	22,2
De Europa	2,3	2,4	5,1
Un ciudadano/a del mundo	33,8	31,6	37,1
No lo sé / Prefiero no contestar	5,2	4,7	1,8
Total	213	253	334

*A5.60. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
De mi barrio, pueblo o ciudad	17,6	16,0	16,2	17,2
De mi Comunidad Autónoma	25,3	13,5	11,8	16,1
De España	10,4	30,8	54,4	17,2
De Europa	3,6	3,5	2,9	3,4
Un ciudadano/a del mundo	39,6	34,0	11,8	36,8
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	2,2	2,9	9,2
Total	336	318	68	87

A5.61. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
De mi barrio, pueblo o ciudad	16,7	18,2	17,5	15,1	16,0
De mi Comunidad Autónoma	11,1	16,1	7,5	25,2	19,7
De España	57,4	33,1	7,5	12,9	16,3
De Europa	0,0	3,0	15,0	0,7	4,8
Un ciudadano/a del mundo	9,3	26,7	50,0	43,9	39,5
No lo sé / Prefiero no contestar	5,6	3,0	2,5	2,2	3,7
Total	54	236	40	139	294

A5.62. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
De mi barrio, pueblo o ciudad	15,5	16,6	22,2
De mi Comunidad Autónoma	20,9	17,1	10,3
De España	15,5	33,7	38,5
De Europa	3,8	3,3	3,4
Un ciudadano/a del mundo	40,8	27,1	22,2
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	2,2	3,4
Total	498	181	117

A5.63. IDENTIFICACIÓN TERRITORIAL
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

ME CONSIDERO SOBRE TODO...	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
De mi barrio, pueblo o ciudad	13,7	15,0	20,9
De mi Comunidad Autónoma	20,0	20,9	14,6
De España	32,6	24,3	18,2
De Europa	3,2	3,9	3,2
Un ciudadano/a del mundo	28,4	33,1	38,3
No lo sé / Prefiero no contestar	2,1	2,9	4,7
Total	95	441	253

A5.64. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR SEXO Y EDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

INTERÉS POR LA POLÍTICA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Nulo o poco interés (0-3)	20,8	31,6	28,7	30,6	23,5
Interés medio (4-6)	28,8	34,2	29,6	33,9	30,8
Bastante o mucho interés (7-10)	50,4	34,2	41,7	35,4	45,7
Total	371	430	108	271	422

A5.65. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS POR LA POLÍTICA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Nulo o poco interés (0-3)	30,9	23,8	22,9	55,6	42,9
Interés medio (4-6)	35,5	33,7	30,8	24,4	21,4
Bastante o mucho interés (7-10)	33,6	42,5	46,3	20,0	35,7
Total	110	261	367	45	14

A5.66. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS POR LA POLÍTICA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Nulo o poco interés (0-3)	23,3	20,3	34,6
Interés medio (4-6)	50,0	29,9	37,4
Bastante o mucho interés (7-10)	26,7	49,8	28,0
Total	30	482	107

A5.67. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS POR LA POLÍTICA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Nulo o poco interés (0-3)	50,0	16,2	56,6
Interés medio (4-6)	34,0	38,2	18,9
Bastante o mucho interés (7-10)	16,0	45,6	24,5
Total	50	68	53

A5.68. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS POR LA POLÍTICA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Nulo o poco interés (0-3)	14,9	31,4	18,2	60,7
Interés medio (4-6)	31,3	35,6	24,2	25,0
Bastante o mucho interés (7-10)	53,7	33,0	57,6	14,3
Total	335	315	66	84

A5.69. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS POR LA POLÍTICA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Nulo o poco interés (0-3)	28,3	30,3	30,8	21,0	23,3
Interés medio (4-6)	32,1	39,7	33,3	31,9	26,4
Bastante o mucho interés (7-10)	39,6	29,9	35,9	47,1	50,3
Total	53	234	39	138	292

A5.70. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS POR LA POLÍTICA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Nulo o poco interés (0-3)	25,2	29,1	27,2
Interés medio (4-6)	30,0	40,8	25,4
Bastante o mucho interés (7-10)	44,8	30,2	47,4
Total	496	179	114

A5.71. INTERÉS POR LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS POR LA POLÍTICA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Nulo o poco interés (0-3)	25,3	28,7	22,3
Interés medio (4-6)	30,5	31,2	33,9
Bastante o mucho interés (7-10)	44,2	40,1	43,8
Total	95	436	251

A5.72. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR SEXO Y EDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Alta o muy alta frecuencia	69,6	56,3	50,0	60,4	67,0
Frecuencia baja y muy baja	23,9	32,3	39,8	30,0	24,4
Nunca	4,0	7,1	5,6	6,2	5,2
No lo sé / Prefiero no contestar	2,4	4,3	4,6	3,3	3,5
Total	372	437	108	273	427

A5.73. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ACTIVIDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Alta o muy alta frecuencia	60,2	63,9	64,8	42,2	64,3
Frecuencia baja y muy baja	26,5	29,7	27,4	35,6	28,6
Nunca	8,0	4,9	4,3	17,8	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	5,3	1,5	3,5	4,4	7,1
Total	113	263	369	45	14

A5.74. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Alta o muy alta frecuencia	43,3	69,5	47,7
Frecuencia baja y muy baja	36,7	25,6	38,5
Nunca	16,7	2,3	10,1
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	2,7	3,7
Total	30	485	109

A5.75. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Alta o muy alta frecuencia	40,0	73,9	49,1
Frecuencia baja y muy baja	38,0	21,7	29,1
Nunca	14,0	2,9	14,5
No lo sé / Prefiero no contestar	8,0	1,4	7,3
Total	50	69	55

A5.76. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES EN LA ESCALA AGRUPADA POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Alta o muy alta frecuencia	19,2	65,6	88,6
Frecuencia baja y muy baja	53,5	30,8	10,5
Nunca	20,2	0,8	0,3
No lo sé / Prefiero no contestar	7,0	2,8	0,6
Total	213	253	334

*A5.77. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. P<0.05*

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Alta o muy alta frecuencia	74,0	57,5	68,2	32,2
Frecuencia baja y muy baja	21,5	34,3	25,8	35,6
Nunca	2,1	6,3	4,5	17,2
No lo sé / Prefiero no contestar	2,4	1,9	1,5	14,9
Total	335	318	66	87

*A5.78. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Alta o muy alta frecuencia	60,4	59,3	50,0	67,6	67,2
Frecuencia baja y muy baja	28,3	30,1	37,5	27,3	26,3
Nunca	7,5	8,5	10,0	2,9	3,4
No lo sé / Prefiero no contestar	3,8	2,1	2,5	2,2	3,1
Total	53	236	40	139	293

*A5.79. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Alta o muy alta frecuencia	64,9	56,9	64,3
Frecuencia baja y muy baja	27,7	32,0	26,1
Nunca	4,8	6,6	7,8
No lo sé / Prefiero no contestar	2,6	4,4	1,7
Total	498	181	115

A5.80. SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE EN LA ESCALA AGRUPADA POR
CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SEGUIMIENTO ACTUALIDAD POLÍTICA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Alta o muy alta frecuencia	61,1	63,3	64,0
Frecuencia baja y muy baja	32,6	27,4	27,3
Nunca	5,3	6,3	4,3
No lo sé / Prefiero no contestar	1,1	2,9	4,3
Total	95	441	253

A5.81. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR SEXO Y EDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Ira	21,0	15,1	16,5	18,7	17,8
Entusiasmo	3,2	0,9	2,8	2,6	1,4
Preocupación	38,0	38,7	36,1	40,3	37,7
Indiferencia	7,5	6,9	5,5	9,5	6,1
Impotencia	47,0	48,3	43,1	48,4	48,6
Aburrimiento	10,2	10,5	14,7	9,5	9,8
Indignación	51,1	56,3	54,1	53,5	54,2
Desconfianza	44,6	58,5	45,0	53,5	53,2
Esperanza	8,4	4,6	5,5	5,5	7,0
Culpa	0,8	0,7	0,9	1,5	0,2
Irritación	9,7	11,7	8,3	10,3	11,7
Interés	11,8	6,2	15,6	6,6	8,4
Desprecio	13,2	12,6	12,8	9,6	15,0
Tristeza	8,9	5,9	8,3	7,0	7,3
Total	372	437	108	273	427

*A5.82. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ACTIVIDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Ira	17,7	17,0	17,1	31,1	21,4
Entusiasmo	1,8	2,3	2,2	0,0	0,0
Preocupación	36,6	38,0	41,5	22,2	35,7
Indiferencia	9,7	6,8	7,3	4,4	0,0
Impotencia	46,4	45,6	49,3	55,6	42,9
Aburrimiento	14,3	11,0	8,7	11,1	14,3
Indignación	50,9	52,9	55,8	57,8	57,1
Desconfianza	49,6	52,7	51,8	60,0	57,1
Esperanza	2,7	6,4	8,1	0,0	7,7
Culpa	2,7	0,0	0,5	2,2	0,0
Irritación	13,3	11,0	9,2	15,6	7,7
Interés	3,6	9,1	11,1	2,2	14,3
Desprecio	15,9	14,4	10,3	15,6	21,4
Tristeza	5,3	8,3	7,9	2,2	7,7
Total	113	264	369	45	13

*A5.83. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Ira	20,7	16,9	16,5
Entusiasmo	3,4	2,5	0,9
Preocupación	40,0	40,3	38,5
Indiferencia	10,3	5,6	11,9
Impotencia	41,4	48,8	46,8
Aburrimiento	13,3	10,1	7,3
Indignación	43,3	57,0	46,8
Desconfianza	50,0	51,6	53,2
Esperanza	6,7	8,0	5,5
Culpa	3,3	0,0	0,9
Irritación	6,7	10,1	10,1
Interés	3,4	11,7	5,5
Desprecio	6,7	11,9	13,8
Tristeza	10,3	7,0	10,1
Total	29	486	109

*A5.84. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Ira	26,0	15,9	24,1
Entusiasmo	0,0	1,4	1,9
Preocupación	33,3	42,0	20,4
Indiferencia	15,7	4,3	5,6
Impotencia	48,0	52,2	42,6
Aburrimiento	12,0	8,7	20,4
Indignación	39,2	60,9	53,7
Desconfianza	45,1	52,2	61,1
Esperanza	0,0	4,3	1,9
Culpa	6,0	0,0	1,9
Irritación	8,0	15,9	13,0
Interés	4,0	2,9	5,6
Desprecio	11,8	17,4	18,5
Tristeza	6,0	7,2	1,9
Total	50	69	54

*A5.85. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Ira	23,0	15,0	17,1
Entusiasmo	0,0	0,8	4,2
Preocupación	21,6	41,5	47,2
Indiferencia	16,9	7,1	1,2
Impotencia	42,3	48,4	50,9
Aburrimiento	23,0	11,1	1,8
Indignación	48,4	52,8	58,4
Desconfianza	59,0	58,7	42,5
Esperanza	0,9	3,1	12,3
Culpa	1,9	1,2	0,0
Irritación	11,7	9,4	11,1
Interés	1,4	3,9	17,3
Desprecio	16,9	11,9	11,4
Tristeza	4,7	9,1	7,8
Total	213	253	334

*A5.86. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. P<0.05*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Ira	19,6	16,6	13,4	19,8
Entusiasmo	1,8	1,9	4,5	0,0
Preocupación	38,7	40,3	40,3	29,1
Indiferencia	5,0	9,4	4,5	9,3
Impotencia	54,9	44,5	35,8	40,7
Aburrimiento	8,0	12,6	4,5	16,3
Indignación	64,0	47,2	47,8	45,3
Desconfianza	45,5	56,9	54,4	58,1
Esperanza	7,4	5,0	14,9	0,0
Culpa	0,9	0,9	0,0	1,2
Irritación	11,3	10,4	11,9	9,3
Interés	8,6	8,5	19,4	2,3
Desprecio	12,2	12,6	13,4	17,2
Tristeza	5,9	10,3	1,5	7,0
Total	337	319	67	86

*A5.87. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Ira	14,8	14,4	20,0	15,1	22,5
Entusiasmo	3,8	0,8	0,0	2,1	2,4
Preocupación	40,7	41,3	43,9	36,0	37,4
Indiferencia	5,7	8,5	5,0	7,9	6,1
Impotencia	35,8	49,8	37,5	53,6	48,6
Aburrimiento	5,7	13,1	12,5	9,3	8,5
Indignación	41,5	47,2	46,3	64,0	59,4
Desconfianza	56,6	58,1	48,8	45,3	50,0
Esperanza	9,4	4,7	7,3	6,5	6,5
Culpa	5,6	1,3	0,0	0,0	0,0
Irritación	9,4	14,8	7,5	9,4	9,9
Interés	13,2	6,8	10,0	9,3	8,9
Desprecio	17,0	8,5	19,5	12,1	16,0
Tristeza	11,1	7,2	7,5	7,9	6,8
Total	54	236	40	140	293

*A5.88. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Ira	20,5	12,2	17,4
Entusiasmo	1,4	2,7	3,4
Preocupación	35,9	43,6	41,7
Indiferencia	6,4	7,1	9,6
Impotencia	49,8	48,4	40,5
Aburrimiento	9,2	13,7	9,6
Indignación	58,4	48,9	45,2
Desconfianza	51,2	50,0	59,1
Esperanza	5,6	9,3	5,2
Culpa	1,0	0,5	0,9
Irritación	10,2	12,1	11,2
Interés	7,8	9,3	9,6
Desprecio	15,3	8,2	10,4
Tristeza	7,8	5,5	7,8
Total	498	182	116

*A5.89. SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

SENTIMIENTOS QUE INSPIRA LA POLÍTICA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Ira	13,7	16,6	21,3
Entusiasmo	2,1	2,7	0,8
Preocupación	41,7	36,5	41,1
Indiferencia	11,5	6,8	5,9
Impotencia	36,8	45,7	56,5
Aburrimiento	10,4	13,2	5,1
Indignación	49,0	53,7	58,1
Desconfianza	58,3	51,2	51,6
Esperanza	10,4	7,3	3,5
Culpa	1,0	0,9	0,4
Irritación	9,5	11,6	10,2
Interés	14,7	8,6	6,7
Desprecio	10,4	12,5	14,6
Tristeza	7,3	7,3	6,7
Total	96	441	253

*A5.90. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	79,8	81,7	81,7	81,3	80,3
No	11,8	7,1	9,2	7,0	10,8
No lo sé / Prefiero no contestar	8,3	11,2	9,2	11,7	8,9
Total	372	437	108	273	427

*A5.91. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	79,5	82,2	84,0	57,8	71,4
No	10,7	8,0	7,6	26,7	7,1
No lo sé / Prefiero no contestar	9,8	9,8	8,4	15,6	21,4
Total	113	263	369	45	14

*A5.92A. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	63,3	87,2	70,6
No	13,3	6,2	13,8
No lo sé / Prefiero no contestar	23,3	6,6	15,6
Total	30	485	109

*A5.92B. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	62,7	85,5	64,8
No	23,5	8,7	16,7
No lo sé / Prefiero no contestar	13,7	5,8	18,5
Total	50	69	55

*A5.93. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	55,9	85,4	93,1
No	24,4	5,1	3,3
No lo sé / Prefiero no contestar	19,7	9,4	3,6
Total	213	254	335

*A5.94. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	93,2	75,5	79,1	52,3
No	2,4	13,8	14,9	16,3
No lo sé / Prefiero no contestar	4,5	10,7	6,0	31,4
Total	337	319	67	86

*A5.95. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	83,0	78,4	65,9	84,9	84,6
No	11,3	10,2	22,0	8,6	6,8
No lo sé / Prefiero no contestar	5,7	11,4	12,2	6,5	8,5
Total	53	236	41	139	293

*A5.96. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	82,7	78,0	79,3
No	8,4	8,8	14,7
No lo sé / Prefiero no contestar	8,8	13,2	6,0
Total	498	182	116

*A5.97. INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

INTENCIÓN DE VOTO PRÓXIMAS ELECCIONES	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	85,4	80,7	81,8
No	3,1	10,0	10,3
No lo sé / Prefiero no contestar	11,5	9,3	7,9
Total	96	441	253

*A5.98. MOTIVOS PARA VOTAR.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR SEXO Y EDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

MOTIVOS PARA VOTAR	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Lo considero un deber civico	51,2	42,7	49,4	46,8	45,5
Lo considero un derecho	55,1	62,1	60,7	61,7	56,4
Por ayudar a mi partido	0,7	1,7	1,1	1,4	1,2
Para que no ganen los partidos que no me gustan	28,6	29,2	20,2	29,3	31,2
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	8,4	7,3	6,7	9,0	7,3
Por ideología	19,5	11,8	19,1	14,9	14,3
Me han convencido de que lo haga	0,3	0,6	1,1	0,5	0,3
Otros	1,7	2,2	3,4	1,8	1,7
No lo sé / Prefiero no contestar	0,3	1,1	0,0	1,4	0,9
Total	372	437	108	273	427

*A5.99. MOTIVOS PARA VOTAR.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ACTIVIDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.*

MOTIVOS PARA VOTAR	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Lo considero un deber cívico	40,4	51,6	45,2	37,0	55,6
Lo considero un derecho	53,9	63,1	57,6	61,5	55,6
Por ayudar a mi partido	2,2	0,9	1,3	0,0	0,0
Para que no ganen los partidos que no me gustan	32,6	22,6	31,1	42,3	30,0
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	7,9	6,5	9,1	3,8	0,0
Por ideología	6,7	17,9	17,1	3,7	11,1
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,5	0,3	0,0	10,0
Otros	1,1	1,8	1,9	3,7	10,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,2	0,5	0,6	0,0	0,0
Total	113	264	369	45	13

*A5.100. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

MOTIVOS PARA VOTAR	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Lo considero un deber cívico	42,1	50,6	36,4
Lo considero un derecho	57,9	58,0	71,4
Por ayudar a mi partido	5,6	0,7	1,3
Para que no ganen los partidos que no me gustan	21,1	27,7	28,6
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	15,8	7,8	6,5
Por ideología	10,5	19,8	6,5
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,2	1,3
Otros	0,0	2,1	1,3
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	0,5	1,3
Total	29	486	109

*A5.101. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

MOTIVOS PARA VOTAR	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Lo considero un deber cívico	31,3	50,8	33,3
Lo considero un derecho	59,4	50,0	58,3
Por ayudar a mi partido	0,0	3,3	0,0
Para que no ganen los partidos que no me gustan	34,4	37,3	31,4
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	3,2	5,1	11,4
Por ideología	9,4	8,3	2,8
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,0	2,9
Otros	3,1	0,0	2,9
No lo sé / Prefiero no contestar	3,1	1,7	2,8
Total	50	69	54

*A5.102. MOTIVOS PARA VOTAR.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

MOTIVOS PARA VOTAR	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Lo considero un deber cívico	28,6	45,2	54,8
Lo considero un derecho	59,7	61,3	57,1
Por ayudar a mi partido	1,7	1,4	1,0
Para que no ganen los partidos que no me gustan	36,1	30,9	25,6
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	10,9	7,8	6,4
Por ideología	10,1	11,1	20,8
Me han convencido de que lo haga	2,5	0,0	0,0
Otros	3,4	0,5	2,2
No lo sé / Prefiero no contestar	0,8	1,4	0,0
Total	213	253	334

*A5.103. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. P<0.05*

MOTIVOS PARA VOTAR	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Lo considero un deber cívico	47,5	46,9	50,9	33,3
Lo considero un derecho	59,2	58,5	50,9	65,2
Por ayudar a mi partido	1,0	1,2	1,9	2,2
Para que no ganen los partidos que no me gustan	29,1	30,7	24,5	23,9
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	7,0	8,3	7,5	11,1
Por ideología	20,4	10,0	18,9	4,4
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,4	0,0	4,3
Otros	1,3	1,7	5,7	4,3
No lo sé / Prefiero no contestar	0,3	2,1	0,0	0,0
Total	337	319	67	86

A5.104. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

MOTIVOS PARA VOTAR	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Lo considero un deber cívico	72,7	45,4	44,4	41,5	45,6
Lo considero un derecho	56,8	62,5	74,1	55,5	57,4
Por ayudar a mi partido	0,0	2,2	0,0	2,5	0,8
Para que no ganen los partidos que no me gustan	18,2	26,1	22,2	33,1	32,3
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	6,8	8,1	3,8	7,6	8,1
Por ideología	4,5	9,7	7,4	18,5	20,6
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,5	0,0	0,0	0,4
Otros	2,3	1,1	3,7	1,7	2,4
No lo sé / Prefiero no contestar	2,3	1,1	0,0	0,8	0,4
Total	54	236	40	140	293

A5.105. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

MOTIVOS PARA VOTAR	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Lo considero un deber cívico	44,8	45,1	56,5
Lo considero un derecho	57,0	61,0	63,0
Por ayudar a mi partido	1,0	2,1	1,1
Para que no ganen los partidos que no me gustan	31,1	28,9	22,8
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	7,8	5,6	9,8
Por ideología	19,0	9,9	8,6
Me han convencido de que lo haga	0,2	0,7	0,0
Otros	2,4	0,7	1,1
No lo sé / Prefiero no contestar	0,5	2,1	1,1
Total	498	182	116

*A5.106. MOTIVOS PARA VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN SI)
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

MOTIVOS PARA VOTAR	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Lo considero un deber cívico	54,9	48,9	38,6
Lo considero un derecho	56,1	58,1	60,4
Por ayudar a mi partido	1,2	0,8	1,4
Para que no ganen los partidos que no me gustan	24,4	28,7	31,6
Para ayudar a que salga algún candidato en particular	7,3	7,9	7,7
Por ideología	24,4	14,4	14,0
Me han convencido de que lo haga	0,0	0,3	1,4
Otros	4,9	1,7	1,4
No lo sé / Prefiero no contestar	1,2	0,8	1,0
Total	96	441	253

*A5.107. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR SEXO Y EDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

MOTIVOS PARA NO VOTAR	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	2,6	2,3	0,0	6,2	1,6
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	13,2	20,9	11,2	11,7	19,5
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	26,3	41,9	22,5	35,7	33,9
Me da igual que gane un partido u otro	13,2	7,0	11,2	10,1	10,6
Por la corrupción	55,3	58,1	63,3	45,8	59,3
No me representa ningún partido político	57,9	32,6	52,1	42,5	48,2
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	0,0	4,7	0,0	0,0	3,2
Mi voto no servirá para nada	21,1	25,6	59,2	24,0	14,5
No creo en la democracia	13,2	7,0	0,0	18,5	9,7
No me aclaro, no entiendo de política	2,6	7,0	11,2	3,9	3,2
Todavía no he pensado en el tema	2,6	4,7	0,0	10,1	1,6
Otras (especificar)	2,6	7,0	0,0	0,0	7,2
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	2,3	7,1	0,0	0,0
Total	44	32	24	39	98

A5.108. MOTIVOS PARA NO VOTAR.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR ACTIVIDAD. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

MOTIVOS PARA NO VOTAR	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	4,2	0,0	0,0	3,3	0,0
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	4,2	5,3	7,9	18,2	0,0
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	17,5	16,9	13,0	15,0	0,0
Me da igual que gane un partido u otro	9,5	7,0	1,3	5,1	0,0
Por la corrupción	22,1	21,3	32,7	25,2	25,0
No me representa ningún partido político	22,1	22,4	25,6	13,6	25,0
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0
Mi voto no servirá para nada	12,2	15,4	4,6	9,8	25,0
No creo en la democracia	2,7	7,0	5,3	0,0	25,0
No me aclaro, no entiendo de política	2,7	2,3	0,0	6,5	0,0
Todavía no he pensado en el tema	0,0	2,3	2,6	0,0	0,0
Otras (especificar)	2,7	0,0	3,3	3,3	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0
Total	27	49	57	22	3

A5.109. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

MOTIVOS PARA NO VOTAR	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	-	-	-
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	19,4	12,5	17,1
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	69,4	27,9	31,5
Me da igual que gane un partido u otro	30,6	7,7	4,8
Por la corrupción	69,4	49,1	78,1
No me representa ningún partido político	50,0	53,3	51,4
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	0,0	0,0	9,6
Mi voto no servirá para nada	30,6	21,6	17,1
No creo en la democracia	30,6	17,8	0,0
No me aclaro, no entiendo de política	0,0	3,8	0,0
Todavía no he pensado en el tema	0,0	3,8	9,6
Otras (especificar)	0,0	2,4	7,5
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	0,0	4,8
Total	4	30	15

A5.110. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

MOTIVOS PARA NO VOTAR	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	9,9	12,3	0,0
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	12,6	19,3	30,5
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	31,5	12,3	52,5
Me da igual que gane un partido u otro	22,5	19,3	0,0
Por la corrupción	52,3	50,9	47,5
No me representa ningún partido político	29,8	75,5	22,0
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	-	-	-
Mi voto no servirá para nada	28,8	36,8	17,1
No creo en la democracia	0,0	24,5	0,0
No me aclaro, no entiendo de política	12,6	0,0	8,5
Todavía no he pensado en el tema	-	-	-
Otras (especificar)	0,0	0,0	17,1
No lo sé / Prefiero no contestar	-	-	-
Total	12	6	9

A5.111. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

MOTIVOS PARA NO VOTAR	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	3,6	0,0	0,0
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	13,0	29,3	17,6
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	45,5	0,0	10,8
Me da igual que gane un partido u otro	10,9	17,9	0,0
Por la corrupción	52,0	67,5	64,7
No me representa ningún partido político	40,1	70,7	53,9
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	2,8	0,0	0,0
Mi voto no servirá para nada	22,3	8,9	43,2
No creo en la democracia	7,3	8,9	28,4
No me aclaro, no entiendo de política	6,5	0,0	0,0
Todavía no he pensado en el tema	3,6	5,7	0,0
Otras (especificar)	5,1	5,7	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	1,4	0,0	0,0
Total	52	13	11

A5.112. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. P<0.05

MOTIVOS PARA NO VOTAR	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	15,3	0,0	0,0	5,3
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	34,7	17,7	7,7	8,3
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	30,6	34,3	12,1	43,6
Me da igual que gane un partido u otro	0,0	10,2	12,1	16,6
Por la corrupción	65,3	48,9	75,8	62,4
No me representa ningún partido político	0,0	51,3	68,1	45,9
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	9,7	1,7	0,0	0,0
Mi voto no servirá para nada	30,6	26,2	12,1	15,8
No creo en la democracia	9,7	8,5	12,1	16,6
No me aclaro, no entiendo de política	0,0	3,3	0,0	13,5
Todavía no he pensado en el tema	0,0	4,3	0,0	5,3
Otras (especificar)	0,0	7,6	0,0	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	0,0	0,0	5,3
Total	8	44	10	14

A5.113. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

MOTIVOS PARA NO VOTAR	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	0,0	3,0	0,0	0,0	5,6
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	17,7	22,8	29,4	19,7	3,6
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	0,0	28,9	32,9	22,3	48,2
Me da igual que gane un partido u otro	0,0	15,5	0,0	16,1	11,3
Por la corrupción	82,3	58,2	29,4	58,0	49,7
No me representa ningún partido político	35,5	54,3	29,4	45,6	48,2
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	0,0	3,0	0,0	0,0	3,6
Mi voto no servirá para nada	35,5	21,6	32,9	16,1	18,5
No creo en la democracia	0,0	9,5	8,2	16,1	14,9
No me aclaro, no entiendo de política	0,0	3,0	0,0	6,2	9,2
Todavía no he pensado en el tema	0,0	3,0	0,0	0,0	9,2
Otras (especificar)	0,0	6,0	21,2	0,0	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0
Total	6	24	9	12	20

A5.114. MOTIVOS PARA NO VOTAR.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

MOTIVOS PARA NO VOTAR	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	2,8	4,6	0,0
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	15,2	13,9	22,4
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	36,7	26,5	30,4
Me da igual que gane un partido u otro	17,3	0,0	4,3
Por la corrupción	52,0	64,2	62,8
No me representa ningún partido político	50,8	47,7	40,4
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	1,7	4,6	0,0
Mi voto no servirá para nada	18,7	28,5	29,2
No creo en la democracia	13,5	14,6	0,0
No me aclaro, no entiendo de política	6,2	4,6	0,0
Todavía no he pensado en el tema	4,5	0,0	4,3
Otras (especificar)	2,8	9,3	4,3
No lo sé / Prefiero no contestar	-	-	-
Total	42	16	17

A5.115. MOTIVOS PARA NO VOTAR
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJE (PERSONAS QUE MENCIONAN NO)
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

MOTIVOS PARA NO VOTAR	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Para mí, las elecciones son muy poco importantes	0,0	2,6	2,8
Me decepcionó el partido al que voté en las últimas elecciones generales	0,0	18,0	14,0
La política no me interesa, estoy desengañado de ella, soy apolítico	38,0	32,2	28,4
Me da igual que gane un partido u otro	0,0	9,5	14,4
Por la corrupción	24,1	63,3	45,6
No me representa ningún partido político	62,0	43,9	54,8
Se sabe quién va a ganar y mi voto es innecesario	0,0	1,7	2,8
Mi voto no servirá para nada	62,0	23,9	14,0
No creo en la democracia	0,0	6,9	18,8
No me aclaro, no entiendo de política	0,0	5,9	2,8
Todavía no he pensado en el tema	38,0	1,7	2,8
Otras (especificar)	0,0	5,9	2,8
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	1,7	0,0
Total	3	44	26

A5.116. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR SEXO Y EDAD AGRUPADA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,38	6,32	5,65	5,79	6,01
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	5,78	6,53	5,94	6,11	6,29
Colaborar/pertenecer a un sindicato	3,92	4,64	4,25	4,33	4,32
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,30	4,26	4,41	4,24	4,27
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,49	6,01	5,78	5,59	5,89
Votar cuando hay elecciones	6,91	6,98	7,20	6,82	6,97
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,47	2,23	2,35	2,27	2,38
Participar en una huelga	5,62	5,97	5,64	5,69	5,92
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	4,86	5,46	5,27	5,26	5,12
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,24	4,97	5,66	4,71	5,19
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,82	3,87	4,68	3,62	3,79
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	3,62	3,67	3,74	3,38	3,79

**A5.117. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN
O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,85	5,82	5,92	6,34	5,35
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	5,79	6,12	6,42	5,70	6,74
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,02	4,33	4,51	3,32	4,51
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,04	4,41	4,34	3,87	4,15
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,66	5,64	6,00	5,09	5,92
Votar cuando hay elecciones	6,40	7,11	7,21	5,84	6,23
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,28	2,50	2,29	2,27	1,49
Participar en una huelga	5,68	5,65	6,09	5,25	4,90
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	4,84	5,11	5,46	5,57	2,22
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	4,58	5,24	5,35	3,84	4,56
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,21	4,19	3,92	2,98	4,71
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	3,24	3,69	3,85	3,38	2,37

A5.118. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,71	5,88	5,84
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	6,24	6,32	6,08
Colaborar/pertenecer a un sindicato	5,04	4,46	4,14
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,62	4,34	4,42
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,64	5,91	5,64
Votar cuando hay elecciones	6,35	7,38	6,43
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,99	2,36	2,28
Participar en una huelga	6,12	5,93	5,78
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	6,39	5,24	5,37
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,54	5,50	4,34
Colaborar/pertenecer a un partido político	4,12	4,24	3,22
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	3,94	3,82	3,59

A5.119. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,72	5,87	6,24
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	4,83	6,26	6,20
Colaborar/pertenecer a un sindicato	3,30	4,64	3,48
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	3,58	3,96	4,37
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,14	6,08	5,15
Votar cuando hay elecciones	5,21	6,99	6,17
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,31	2,27	2,05
Participar en una huelga	4,91	6,02	5,34
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	4,56	5,21	4,48
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	3,80	5,16	3,88
Colaborar/pertenecer a un partido político	2,73	4,07	2,65
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	3,12	3,56	2,77

A5.120. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,55	6,07	5,95
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	5,53	6,23	6,57
Colaborar/pertenecer a un sindicato	3,51	4,69	4,51
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	3,54	4,43	4,61
Asistir a manifestaciones o concentraciones	4,58	5,98	6,34
Votar cuando hay elecciones	5,14	7,05	8,01
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,11	2,63	2,22
Participar en una huelga	4,60	5,93	6,46
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	4,49	5,33	5,49
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	3,15	4,94	6,44
Colaborar/pertenecer a un partido político	2,48	4,08	4,56
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	2,77	3,81	4,06

A5.121. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	6,03	5,78	5,63	5,91
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	6,68	5,91	5,57	5,78
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,84	4,14	3,02	3,89
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	5,21	3,60	2,94	4,20
Asistir a manifestaciones o concentraciones	6,75	5,12	4,61	5,27
Votar cuando hay elecciones	7,59	6,61	7,03	5,66
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,79	1,98	1,68	2,42
Participar en una huelga	6,94	5,08	4,07	5,44
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	6,34	4,60	3,13	4,49
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,93	4,52	4,83	4,13
Colaborar/pertenecer a un partido político	4,39	3,45	3,94	3,13
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	4,67	3,02	2,05	3,22

A5.122. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,08	6,15	5,92	5,91	5,86
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	5,25	6,20	5,92	6,30	6,35
Colaborar/pertenecer a un sindicato	3,27	4,19	4,66	4,29	4,52
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	2,11	4,04	4,55	4,53	4,59
Asistir a manifestaciones o concentraciones	4,61	5,25	5,72	6,05	6,19
Votar cuando hay elecciones	6,84	6,82	6,75	7,06	7,11
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	1,44	2,11	2,48	2,27	2,65
Participar en una huelga	3,73	5,22	6,20	5,89	6,54
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	2,95	4,56	5,65	5,41	6,03
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	4,44	4,59	4,82	5,31	5,61
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,86	3,88	3,11	3,65	4,07
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	2,59	3,04	3,39	3,67	4,41

A5.1.23. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,91	6,01	5,60
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	6,31	6,08	5,90
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,47	4,16	4,05
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	4,60	3,80	3,56
Asistir a manifestaciones o concentraciones	6,22	5,03	5,03
Votar cuando hay elecciones	7,09	6,77	6,60
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,45	2,15	2,18
Participar en una huelga	6,39	4,95	4,68
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	5,69	4,70	3,90
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,37	4,71	4,48
Colaborar/pertenecer a un partido político	3,82	3,87	4,07
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	4,01	3,12	3,00

A5.124. GRADO DE UTILIDAD DE DISTINTAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN O ACCIÓN SOCIAL. ANÁLISIS DIFERENCIA DE MEDIAS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

GRADO DE UTILIDAD (0 = nada útil / 10 = muy útil)	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Firmar una petición, denuncia o texto de apoyo a algo o a alguien	5,48	5,89	6,13
Colaborar/pertenecer a asociaciones vecinales, ecologistas, de derechos humanos u otras	6,16	6,18	6,28
Colaborar/pertenecer a un sindicato	4,60	4,37	4,16
Realizar protestas en casas particulares de políticos o personas influyentes (escraches)	3,97	4,38	4,27
Asistir a manifestaciones o concentraciones	5,37	5,73	6,10
Votar cuando hay elecciones	7,19	7,02	6,86
Boicotear y/o realizar pintadas en fachadas de sucursales bancarias, edificios gubernamentales...	2,24	2,25	2,51
Participar en una huelga	5,38	5,85	6,00
Ocupar edificios o viviendas desocupadas para alojar a personas que han sido desahuciadas	4,51	5,05	5,77
Defender y hablar con frecuencia de temas políticos con otras personas	5,29	5,13	5,05
Colaborar/pertenecer a un partido político	4,66	3,92	3,46
Ocupar o cortar plazas públicas, calles, carreteras	3,09	3,75	3,73

**A5.125. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. MENCIONES SI. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Participar en una manifestación	83,3	86,0	81,7	83,5	86,4
Seguir una huelga	79,6	85,4	77,1	84,2	83,1
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	40,9	45,3	49,5	44,7	40,7
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	33,7	22,0	28,7	27,2	27,2
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	47,0	38,0	38,5	40,7	44,1
Cortar calles y carreteras	37,5	33,9	39,4	34,1	35,6
Impedir un desalojo	66,8	71,9	65,1	70,6	70,0

**A5.126. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Participar en una manifestación	88,5	84,4	86,2	73,3	76,9
Seguir una huelga	83,2	79,5	86,2	77,8	85,7
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	42,5	40,7	47,7	33,3	23,1
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	22,3	28,8	27,7	28,9	30,8
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	41,1	38,6	45,3	46,7	30,8
Cortar calles y carreteras	36,3	34,5	36,3	42,2	21,4
Impedir un desalojo	72,3	66,3	72,1	73,3	42,9

**A5.127. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Participar en una manifestación	70,0	86,6	84,5
Seguir una huelga	72,4	83,5	86,2
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	44,8	45,3	42,2
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	31,0	28,2	27,5
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	36,7	42,8	44,0
Cortar calles y carreteras	44,8	34,2	39,4
Impedir un desalojo	65,5	69,5	68,8

**A5.128. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Participar en una manifestación	70,6	89,9	85,2
Seguir una huelga	76,0	85,5	79,6
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	62,7	58,0	64,8
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	30,0	18,8	29,6
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	44,0	40,6	40,7
Cortar calles y carreteras	42,0	33,3	33,3
Impedir un desalojo	74,0	69,6	66,7

*A5.129. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Participar en una manifestación	72,8	84,6	91,9
Seguir una huelga	75,1	83,8	86,5
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	31,0	41,7	51,8
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	23,0	23,6	33,2
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	30,2	39,0	51,8
Cortar calles y carreteras	28,6	30,3	43,4
Impedir un desalojo	62,0	69,3	74,6

*A5.130. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05*

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Participar en una manifestación	95,2	79,2	70,1	76,7
Seguir una huelga	94,3	76,1	64,2	76,7
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	58,9	32,6	22,4	38,4
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	39,8	17,3	16,4	25,6
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	57,7	31,8	25,4	32,6
Cortar calles y carreteras	46,6	27,9	23,9	30,2
Impedir un desalojo	84,3	62,3	37,3	65,1

**A5.131. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.P<0.05**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Participar en una manifestación	67,9	83,4	82,9	87,1	89,8
Seguir una huelga	61,1	79,7	80,0	82,1	91,5
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	20,8	34,7	50,0	44,3	54,6
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	7,5	19,1	32,5	28,1	36,7
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	13,2	33,1	43,9	48,2	53,6
Cortar calles y carreteras	17,0	29,2	36,6	35,0	46,4
Impedir un desalojo	43,4	65,7	78,0	70,0	77,2

**A5.132. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (SI) POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Participar en una manifestación	88,6	78,0	79,3
Seguir una huelga	88,8	79,0	65,5
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	50,4	30,8	34,5
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	31,7	20,9	19,1
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	49,6	30,2	29,6
Cortar calles y carreteras	39,0	30,8	30,2
Impedir un desalojo	74,5	64,8	58,6

A5.133. POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN EN DETERMINADAS ACCIONES. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES (SI) POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

POSIBILIDAD DE PARTICIPACIÓN	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Participar en una manifestación	76,0	84,8	89,3
Seguir una huelga	77,9	82,5	86,6
Acampar u ocupar plazas o espacios públicos	39,6	41,7	48,4
Realizar protestas en casas particulares de políticos (escraches)	18,9	26,8	32,0
Rodear o bloquear el Congreso o Parlamento	31,3	40,8	49,0
Cortar calles y carreteras	32,3	34,7	39,1
Impedir un desalojo	41,7	34,2	19,3

A5.134. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Mucho y bastante	51,8	50,0	41,8	48,7	54,3
Poco o nada	43,7	46,6	51,8	48,4	41,5
No sabe o no quiere contestar	4,6	3,4	6,4	2,9	4,2
Total	371	436	110	273	427

A5.135. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD . ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA) DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Mucho y bastante	51,8	43,9	58,2	38,6	23,1
Poco o nada	44,6	51,9	39,4	52,3	69,2
No sabe o no quiere contestar	3,6	4,2	2,4	9,1	7,7
Total	112	264	368	44	13

A5.136. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA) DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	44,8	54,3	44,0
Poco o nada	51,7	42,6	52,3
No sabe o no quiere contestar	3,4	3,1	3,7
Total	29	486	109

A5.137. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

INTERÉS	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	43,1	52,9	40,7
Poco o nada	45,1	45,7	53,7
No sabe o no quiere contestar	11,8	1,4	5,6
Total	51	70	54

A5.138. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Mucho y bastante	22,9	45,8	72,5
Poco o nada	70,1	49,8	26,0
No sabe o no quiere contestar	7,0	4,3	1,5
Total	214	253	335

A5.139. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. P<0.05

INTERÉS	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Mucho y bastante	70,2	40,6	32,8	26,7
Poco o nada	26,5	57,2	65,7	58,1
No sabe o no quiere contestar	3,3	2,2	1,5	15,1
Total	336	318	67	86

A5.140. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Mucho y bastante	24,5	40,7	50,0	51,1	64,6
Poco o nada	73,6	54,7	50,0	46,8	31,6
No sabe o no quiere contestar	1,9	4,7	0,0	2,2	3,7
Total	53	236	40	139	294

A5.1.41. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Mucho y bastante	57,2	42,3	37,1
Poco o nada	39,4	53,8	59,5
No sabe o no quiere contestar	3,4	3,8	3,4
Total	498	182	116

A5.1.42. INTERÉS HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. ESCALA AGRUPADA DE INTERÉS (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

INTERÉS	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Mucho y bastante	40,6	52,2	54,7
Poco o nada	57,3	45,1	40,6
No sabe o no quiere contestar	2,1	2,7	4,7
Total	96	441	254

A5.1.43. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SIMPATÍA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Mucho y bastante	39,6	39,1	33,9	36,3	42,9
Regular	25,3	36,2	33,9	33,3	29,0
Poco o nada	31,8	19,5	28,4	26,7	23,4
No sabe o no quiere contestar	3,2	5,3	3,7	3,7	4,7
Total	371	437	109	273	427

A5.144. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SIMPATÍA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Mucho y bastante	39,3	37,1	43,1	31,8	20,0
Regular	31,3	33,7	29,8	29,5	26,7
Poco o nada	25,9	26,1	22,8	31,8	53,3
No sabe o no quiere contestar	3,6	3,0	4,3	6,8	0,0
Total	112	264	369	44	15

A5.145. SIMPATÍA HACIA LOS MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SIMPATÍA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	34,5	42,7	32,1
Regular	44,8	30,1	34,9
Poco o nada	17,2	23,9	27,5
No sabe o no quiere contestar	3,4	3,3	5,5
Total	29	485	109

A5.146. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

SIMPATÍA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	26,0	42,0	35,2
Regular	34,0	33,3	24,1
Poco o nada	32,0	23,2	35,2
No sabe o no quiere contestar	8,0	1,4	5,6
Total	50	69	54

A5.147. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SIMPATÍA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Mucho y bastante	21,1	35,0	54,6
Regular	30,0	39,4	25,7
Poco o nada	41,3	22,4	17,6
No sabe o no quiere contestar	7,5	3,1	2,1
Total	213	254	335

A5.148. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. P<0.05

SIMPATÍA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Mucho y bastante	64,6	23,2	15,2	20,9
Regular	23,8	39,5	22,7	36,0
Poco o nada	8,6	34,5	60,6	27,9
No sabe o no quiere contestar	3,0	2,8	1,5	15,1
Total	336	319	66	86

A5.149. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SIMPATÍA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Mucho y bastante	9,3	25,4	45,2	42,1	55,6
Regular	29,6	37,3	31,0	32,9	24,6
Poco o nada	55,6	32,2	21,4	22,9	16,0
No sabe o no quiere contestar	5,6	5,1	2,4	2,1	3,8
Total	54	236	42	140	293

A5.150. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SIMPATÍA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Mucho y bastante	48,0	27,3	21,6
Regular	28,5	37,2	34,5
Poco o nada	20,1	30,1	40,5
No sabe o no quiere contestar	3,4	5,5	3,4
Total	498	183	116

A5.151. SIMPATÍA HACIA MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. ESCALA AGRUPADA DE SIMPATÍA (MUCHO Y BASTANTE/REGULAR/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

SIMPATÍA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Mucho y bastante	27,4	38,6	46,6
Regular	26,3	32,7	30,8
Poco o nada	43,2	25,2	18,2
No sabe o no quiere contestar	3,2	3,4	4,3
Total	95	440	253

A5.152. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

UTILIDAD	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Mucho y bastante	47,0	46,3	47,2	44,5	48,0
Poco o nada	47,3	48,9	47,2	50,4	46,8
No sabe o no quiere contestar	5,6	4,8	5,6	5,1	5,2
Total	372	436	108	272	427

A5.153. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

UTILIDAD	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Mucho y bastante	45,1	44,5	50,1	39,1	42,9
Poco o nada	46,9	50,6	46,6	50,0	50,0
No sabe o no quiere contestar	8,0	4,9	3,3	10,9	7,1
Total	113	263	369	46	14

A5.154. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

UTILIDAD	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	50,0	47,3	49,1
Poco o nada	46,7	48,1	50,0
No sabe o no quiere contestar	3,3	4,5	0,9
Total	30	486	108

A5.155. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC.

UTILIDAD	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho y bastante	44,9	48,5	35,2
Poco o nada	46,9	47,1	51,9
No sabe o no quiere contestar	8,2	4,4	13,0
Total	49	68	54

A5.156. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

UTILIDAD	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Mucho y bastante	27,2	45,3	60,4
Poco o nada	66,2	49,2	36,3
No sabe o no quiere contestar	6,6	5,5	3,3
Total	213	254	333

A5.157. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA RECODIFICADA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. P<0.05

UTILIDAD	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Mucho y bastante	66,7	35,2	17,9	32,6
Poco o nada	29,5	61,6	73,1	52,3
No sabe o no quiere contestar	3,9	3,1	9,0	15,1
Total	336	318	67	86

A5.158. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

UTILIDAD	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Mucho y bastante	20,4	36,9	57,5	47,9	57,7
Poco o nada	79,6	57,6	40,0	50,0	36,9
No sabe o no quiere contestar	0,0	5,5	2,5	2,1	5,5
Total	54	236	40	140	293

A5.159. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

UTILIDAD	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Mucho y bastante	54,0	38,1	30,4
Poco o nada	41,0	58,6	66,1
No sabe o no quiere contestar	5,0	3,3	3,5
Total	498	181	115

A5.160. UTILIDAD PERCIBIDA DE MOVIMIENTOS CIUDADANOS. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. ESCALA AGRUPADA DE UTILIDAD (MUCHO Y BASTANTE/POCO Y NADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

UTILIDAD	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Mucho y bastante	33,3	48,5	49,0
Poco o nada	63,5	46,9	45,1
No sabe o no quiere contestar	3,1	4,5	5,9
Total	96	441	253

*A6.1. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0.05*

MEDIOS EMPLEADOS	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Televisión	69,7	76,1	80,4	72,2	71,9
Radio	16,1	14,2	16,5	12,5	16,4
Periódicos diarios generales escritos	18,0	17,4	19,2	18,6	16,7
Periódicos diarios generales online	48,9	39,1	38,7	37,3	48,9
Revistas sobre política y sociedad	1,2	1,0	0,7	1,4	1,1
Medios alternativos offline	2,5	1,7	1,7	2,2	2,0
Medios alternativos online	48,0	41,5	42,2	48,0	42,8
Boletines locales o informales	1,2	3,0	2,0	0,8	3,1
Blogs, foros	22,3	16,6	16,2	22,6	17,8
Otros	5,6	5,4	4,1	4,9	6,1
Ninguno	2,5	3,0	2,4	3,4	2,4
No lo sé / Prefiero no contestar	2,2	1,3	2,4	2,3	1,2
Total	371	437	109	273	426

*A6.2. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0,05*

MEDIOS EMPLEADOS	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Televisión	67,3	77,2	71,4	80,3	75,8
Radio	18,3	15,5	15,0	6,5	15,9
Periódicos diarios generales escritos	13,4	19,1	19,2	8,1	18,9
Periódicos diarios generales online	41,3	41,1	47,6	33,2	43,2
Revistas sobre política y sociedad	1,7	1,1	1,1	0,0	0,0
Medios alternativos offline	2,0	2,0	2,1	0,0	8,3
Medios alternativos online	35,9	43,1	48,9	33,2	68,2
Boletines locales o informales	1,9	1,8	2,5	3,2	0,0
Blogs, foros	17,0	18,4	21,4	16,5	8,3
Otros	5,7	5,8	4,8	7,4	10,6
Ninguno	3,3	3,0	2,1	6,5	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	0,6	2,0	1,0	2,6	5,3
Total	112	264	369	45	14

*A6.3. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN*

MEDIOS EMPLEADOS	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Televisión	78,4	72,4	80,6
Radio	15,3	14,7	16,1
Periódicos diarios generales escritos	34,0	18,0	19,5
Periódicos diarios generales online	20,6	49,8	29,9
Revistas sobre política y sociedad	6,4	0,9	0,7
Medios alternativos offline	0,0	2,3	1,7
Medios alternativos online	31,9	49,5	39,3
Boletines locales o informales	2,5	1,5	4,8
Blogs, foros	6,4	21,0	20,3
Otros	3,9	5,4	2,7
Ninguno	5,0	1,5	6,1
No lo sé / Prefiero no contestar	3,9	1,5	0,7
Total	29	486	109

*A6.4. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN*

MEDIOS EMPLEADOS	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Televisión	76,4	66,6	74,1
Radio	3,7	21,5	16,6
Periódicos diarios generales escritos	14,1	9,7	13,9
Periódicos diarios generales online	24,5	56,3	32,5
Revistas sobre política y sociedad	0,0	1,7	1,4
Medios alternativos offline	2,3	1,7	2,1
Medios alternativos online	38,0	38,1	37,0
Boletines locales o informales	2,9	2,1	1,4
Blogs, foros	20,3	15,0	13,2
Otros	3,7	9,1	5,6
Ninguno	4,4	1,1	7,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,9	0,0	2,1
Total	50	69	54

*A6.5. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN*

MEDIOS EMPLEADOS	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Televisión	70,6	76,4	72,6
Radio	11,4	17,5	15,7
Periódicos diarios generales escritos	11,0	22,9	18,1
Periódicos diarios generales online	24,1	40,9	58,7
Revistas sobre política y sociedad	0,0	0,7	2,1
Medios alternativos offline	1,6	1,8	2,6
Medios alternativos online	31,1	43,1	54,3
Boletines locales o informales	2,3	2,2	2,2
Blogs, foros	12,5	17,5	24,5
Otros	6,6	3,4	6,4
Ninguno	9,5	0,6	0,2
No lo sé / Prefiero no contestar	4,1	0,3	0,7
Total	213	254	334

*A6.6. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN*

MEDIOS EMPLEADOS	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Televisión	70,4	76,2	83,8	63,9
Radio	13,6	16,6	15,3	15,3
Periódicos diarios generales escritos	15,8	18,2	23,5	18,5
Periódicos diarios generales online	49,6	41,2	47,4	26,6
Revistas sobre política y sociedad	1,5	0,8	2,2	0,0
Medios alternativos offline	2,1	2,2	0,0	2,7
Medios alternativos online	56,2	40,2	24,8	29,9
Boletines locales o informales	2,6	2,6	1,1	0,0
Blogs, Foros	22,2	19,0	17,4	9,6
Otros	6,1	4,6	3,9	7,4
Ninguno -	1,4	2,5	2,8	9,1
No lo sé / Prefiero no contestar	0,9	0,7	0,0	10,1
Total	336	318	67	86

*A6.7. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0,05*

MEDIOS EMPLEADOS	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Televisión	82,4	83,8	69,9	69,8	65,3
Radio	16,3	20,4	9,3	13,6	11,8
Periódicos diarios generales escritos	24,7	21,3	22,1	16,2	13,9
Periódicos diarios generales online	45,3	39,7	40,4	48,6	46,6
Revistas sobre política y sociedad	0,0	1,1	0,0	0,0	1,5
Medios alternativos offline	0,0	1,4	3,6	0,8	3,2
Medios alternativos online	25,3	32,8	36,8	48,5	56,9
Boletines locales o informales	1,4	1,9	6,4	2,4	1,8
Blogs, foros	12,0	12,6	25,7	23,0	24,4
Otros	3,5	3,6	5,4	3,7	8,2
Ninguno	5,7	3,1	3,6	2,7	1,6
No lo sé / Prefiero no contestar	0,0	0,9	2,8	0,5	2,1
Total	53	236	41	140	293

*A6.8. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0.05*

MEDIOS EMPLEADOS	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Televisión	68,3	82,0	82,8
Radio	13,7	17,8	18,1
Periódicos diarios generales escritos	15,1	20,8	25,2
Periódicos diarios generales online	44,4	43,0	42,5
Revistas sobre política y sociedad	0,9	2,1	0,6
Medios alternativos offline	2,6	0,8	0,6
Medios alternativos online	51,5	35,7	28,7
Boletines locales o informales	2,1	2,0	2,5
Blogs, foros	22,9	13,1	12,6
Otros	6,8	4,1	2,5
Ninguno	2,1	4,5	2,6
No lo sé / Prefiero no contestar	1,4	0,8	2,3
Total	498	182	116

*A6.9. MEDIOS EMPLEADOS PARA SEGUIR LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN % DE INDIVIDUOS QUE MENCIONAN. P<0.05*

MEDIOS EMPLEADOS	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Televisión	71,2	76,0	69,4
Radio	16,1	18,5	9,9
Periódicos diarios generales escritos	23,5	17,0	17,4
Periódicos diarios generales online	44,2	45,4	41,3
Revistas sobre política y sociedad	1,5	0,4	1,8
Medios alternativos offline	0,8	1,9	2,8
Medios alternativos online	44,7	44,0	45,9
Boletines locales o informales	3,8	1,3	3,2
Blogs, foros	18,3	18,0	22,2
Otros	6,7	3,6	7,7
Ninguno	1,5	3,0	3,0
No lo sé / Prefiero no contestar	1,5	1,3	1,3
Total	96	441	253

**A6.10. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. $P < 0,05$**

FRECUENCIA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Todos los días + más de dos veces por semana	61,2	39,8	35,8	46,2	55,4
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	20,5	26,5	30,3	22,7	22,8
Una vez al mes + casi nunca	12,7	22,4	22,9	22,3	13,8
Nunca	4,9	8,5	7,3	6,6	6,8
No sabe o no quiere contestar	0,8	2,7	3,7	2,2	1,2
Total	371	437	109	273	426

**A6.11. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %.**

FRECUENCIA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Todos los días + más de dos veces por semana	51,8	46,0	52,4	40,0	64,3
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	19,6	23,2	26,4	22,2	14,3
Una vez al mes + casi nunca	21,4	20,5	15,2	20,0	7,1
Nunca	6,3	7,6	4,9	17,8	7,1
No sabe o no quiere contestar	0,9	2,7	1,1	0,0	7,1
Total	112	263	368	45	14

*A6.12. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. P<0.05*

FRECUENCIA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Todos los días + más de dos veces por semana	24,1	54,8	32,4
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	37,9	22,6	34,3
Una vez al mes + casi nunca	20,7	16,6	19,4
Nunca	17,2	3,9	13,0
No sabe o no quiere contestar	0,0	2,1	0,9
Total	29	487	108

*A6.13. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

FRECUENCIA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Todos los días + más de dos veces por semana	45,1	58,0	45,3
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	19,6	23,2	15,1
Una vez al mes + casi nunca	21,6	13,0	26,4
Nunca	11,8	4,3	13,2
No sabe o no quiere contestar	2,0	1,4	0,0
Total	51	69	53

**A6.14. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. $P < 0.05$.**

FRECUENCIA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Todos los días + más de dos veces por semana	16,0	44,5	75,7
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	20,2	32,7	19,2
Una vez al mes + casi nunca	38,5	18,1	4,5
Nunca	22,1	3,1	0,0
No sabe o no quiere contestar	3,3	1,6	0,6
Total	213	254	334

**A6.15. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. $P < 0.05$.**

FRECUENCIA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Todos los días + más de dos veces por semana	60,8	44,3	50,7	24,4
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	21,7	27,7	25,4	17,4
Una vez al mes + casi nunca	13,6	18,9	14,9	33,7
Nunca	1,8	8,5	9,0	17,4
No sabe o no quiere contestar	2,1	0,6	0,0	7,0
Total	337	318	67	86

**A6.16. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %.**

FRECUENCIA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Todos los días + más de dos veces por semana	52,8	43,6	36,6	53,2	55,4
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	20,8	24,6	34,1	27,3	21,8
Una vez al mes + casi nunca	18,9	19,9	22,0	14,4	16,3
Nunca	7,5	10,2	7,3	4,3	4,4
No sabe o no quiere contestar	0,0	1,7	0,0	0,7	2,0
Total	53	236	41	139	294

**A6.17. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.**

FRECUENCIA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Todos los días + más de dos veces por semana	52,4	43,6	48,7
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	24,1	26,0	20,0
Una vez al mes + casi nunca	16,5	19,3	22,6
Nunca	5,4	10,5	7,0
No sabe o no quiere contestar	1,6	0,6	1,7
Total	498	181	115

**A6.18. FRECUENCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.**

FRECUENCIA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Todos los días + más de dos veces por semana	49,5	49,4	52,2
Una o dos veces por semana + varias veces al mes	24,2	23,6	24,5
Una vez al mes + casi nunca	21,1	18,8	13,8
Nunca	4,2	6,8	7,9
No sabe o no quiere contestar	1,1	1,4	1,6
Total	95	441	253

**A6.19. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO
Y EDAD AGRUPADA. DATOS EN %. P<0.05**

IMPORTANCIA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Mucho + bastante	88,2	82,8	74,3	86,0	87,6
Regular + poco	8,1	14,0	22,0	11,0	8,7
Nada	1,9	1,6	0,9	1,1	2,3
No sabe o no quiere contestar	1,9	1,6	2,8	1,8	1,4
Total	372	436	109	272	427

*A6.20. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. P<0.05*

IMPORTANCIA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Mucho + bastante	81,4	84,8	88,3	71,1	100,0
Regular + poco	15,0	12,5	9,0	17,8	0,0
Nada	0,9	0,8	1,6	11,1	0,0
No sabe o no quiere contestar	2,7	1,9	1,1	0,0	0,0
Total	113	264	368	45	14

*A6.21. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. P<0.05*

IMPORTANCIA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho + bastante	66,7	89,9	79,6
Regular + poco	30,0	8,0	14,8
Nada	3,3	0,4	4,6
No sabe o no quiere contestar	0,0	1,6	0,9
Total	30	486	108

*A6.22. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

IMPORTANCIA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Mucho + bastante	74,5	88,4	75,9
Regular + poco	19,6	10,1	14,8
Nada	2,0	1,4	7,4
No sabe o no quiere contestar	3,9	0,0	1,9
Total	51	69	54

A6.23. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. P<0.05.

IMPORTANCIA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Mucho + bastante	68,4	86,2	96,1
Regular + poco	21,7	12,6	3,6
Nada	6,1	0,4	0,0
No sabe o no quiere contestar	3,8	0,8	0,3
Total	212	254	334

A6.24. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %.P<0.05.

IMPORTANCIA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Mucho + bastante	92,8	83,1	80,6	67,4
Regular + poco	6,0	14,1	13,4	19,8
Nada	0,3	1,3	6,0	5,8
No sabe o no quiere contestar	0,9	1,6	0,0	7,0
Total	335	319	67	86

A6.25. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA. ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %.

IMPORTANCIA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Mucho + bastante	80,8	83,4	80,5	92,9	86,7
Regular + poco	13,5	12,8	14,6	7,1	10,2
Nada	3,8	2,1	2,4	0,0	1,7
No sabe o no quiere contestar	1,9	1,7	2,4	0,0	1,4
Total	52	235	41	140	294

*A6.26. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.*

IMPORTANCIA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Mucho + bastante	87,3	84,6	80,9
Regular + poco	10,7	12,1	13,0
Nada	1,2	1,6	3,5
No sabe o no quiere contestar	0,8	1,6	2,6
Total	497	182	115

*A6.27. IMPORTANCIA USO DE INTERNET PARA SEGUIR ACTUALIDAD POLÍTICA.
ESCALA AGRUPADA. ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

IMPORTANCIA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Mucho + bastante	89,5	85,5	84,5
Regular + poco	8,4	11,3	12,3
Nada	0,0	2,0	1,6
No sabe o no quiere contestar	2,1	1,1	1,6
Total	95	441	252

*A6.28. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. P<0.05*

CONOCIMIENTO	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	48,9	35,5	28,4	43,6	43,8
No	51,1	64,5	71,6	56,4	56,2
Total	372	437	109	273	427

*A6.29. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %*

CONOCIMIENTO	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	39,3	39,4	45,3	37,8	30,8
No	60,7	60,6	54,7	62,2	69,2
Total	112	264	369	45	13

*A6.30. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %, P<0,05*

CONOCIMIENTO	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	26,7	46,1	33,0
No	73,3	53,9	67,0
Total	30	486	109

*A6.31. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

CONOCIMIENTO	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	32,0	42,0	38,9
No	68,0	58,0	61,1
Total	50	69	54

*A6.32. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

CONOCIMIENTO	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	23,0	33,9	59,7
No	77,0	66,1	40,3
Total	213	254	335

*A6.33. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

CONOCIMIENTO	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	50,9	37,9	32,8	25,6
No	49,1	62,1	67,2	74,4
Total	336	319	67	86

*A6.34. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05*

CONOCIMIENTO	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	28,3	35,6	35,0	45,0	49,7
No	71,7	64,4	65,0	55,0	50,3
Total	53	236	40	140	294

*A6.35. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05*

CONOCIMIENTO	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	45,8	33,0	36,5
No	54,2	67,0	63,5
Total	498	182	115

*A6.36. CONOCIMIENTO MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

CONOCIMIENTO	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	33,7	41,7	46,6
No	66,3	58,3	53,4
Total	95	441	253

*A6.37. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. P<0.05*

CONSULTA	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	50,9	36,6	38,5	42,1	44,7
No	35,8	45,3	37,6	42,1	41,2
No recuerda	10,5	14,9	19,3	13,2	11,0
No contesta	2,7	3,2	4,6	2,6	3,0
Total	371	437	109	273	427

*A6.38. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. P<0.05*

CONSULTA	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	33,0	47,9	45,8	24,4	40,0
No	49,1	38,4	38,5	53,3	46,7
No recuerda	12,5	12,2	13,6	15,6	6,7
No contesta	5,4	1,5	2,2	6,7	6,7
Total	112	263	369	45	15

*A6.39. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. P<0.05*

CONSULTA	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	20,7	52,1	30,3
No	62,1	33,3	55,0
No recuerda	13,8	13,0	12,8
No contesta	3,4	1,6	1,8
Total	29	486	109

*A6.40. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %. P<0.05*

CONSULTA	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	25,5	43,5	20,8
No	54,9	39,1	62,3
No recuerda	9,8	15,9	11,3
No contesta	9,8	1,4	5,7
Total	51	69	53

*A6.41. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

CONSULTA	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	13,1	37,8	67,1
No	66,2	42,9	23,7
No recuerda	15,5	16,5	8,1
No contesta	5,2	2,8	1,2
Total	213	254	334

*A6.42. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %.P<0.05.*

CONSULTA	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	55,5	35,5	47,8	18,6
No	30,3	50,6	35,8	51,2
No recuerda	12,2	12,9	16,4	14,0
No contesta	2,1	0,9	0,0	16,3
Total	337	318	67	86

*A6.43. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %.P<0.05*

CONSULTA	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	35,2	37,4	42,5	47,9	49,0
No	44,4	46,4	32,5	36,4	38,8
No recuerda	16,7	14,5	25,0	15,0	8,2
No contesta	3,7	1,7	0,0	0,7	4,1
Total	54	235	40	140	294

*A6.44. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.*

CONSULTA	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	45,1	38,5	46,1
No	42,1	40,1	37,4
No recuerda	10,3	17,6	15,7
No contesta	2,6	3,8	0,9
Total	497	182	115

*A6.45. CONSULTA PÁGINA WEB DE PARTIDO.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

CONSULTA	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	46,9	42,8	42,5
No	39,6	41,2	41,7
No recuerda	12,5	13,8	12,2
No contesta	1,0	2,3	3,5
Total	96	442	254

*A6.46. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %.*

SUSCRIPCIÓN	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	8,1	6,4	3,7	6,6	8,5
No	89,2	91,1	91,7	90,8	89,4
No contesta	2,7	2,5	4,6	2,6	2,1
Total	371	436	108	273	426

*A6.47. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %.*

SUSCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	8,0	6,8	7,9	4,4	0,0
No	88,5	90,9	90,2	93,3	92,9
No contesta	3,5	2,3	1,9	2,2	7,1
Total	113	263	368	45	14

*A6.48. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %.*

SUSCRIPCIÓN	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	3,4	8,2	5,5
No	93,1	89,7	91,8
No contesta	3,4	2,1	2,7
Total	29	486	110

*A6.49. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

SUSCRIPCIÓN	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	2,0	11,6	5,5
No	92,0	88,4	90,9
No contesta	6,0	0,0	3,6
Total	50	69	55

*A6.50. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. P<0.05*

SUSCRIPCIÓN	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	0,9	4,7	13,2
No	95,8	93,3	84,4
No contesta	3,3	2,0	2,4
Total	213	253	334

*A6.51. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

SUSCRIPCIÓN	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	11,3	4,4	7,5	1,2
No	87,5	93,1	91,0	88,4
No contesta	1,2	2,5	1,5	10,5
Total	336	319	67	86

*A6.52. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %.P<0.05*

SUSCRIPCIÓN	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	0,0	3,8	7,3	13,6	8,9
No	98,1	95,3	85,4	85,0	88,4
No contesta	1,9	0,9	7,3	1,4	2,7
Total	54	235	41	140	293

**A6.53. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.**

SUSCRIPCIÓN	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	8,2	6,1	5,2
No	89,4	92,3	92,2
No contesta	2,4	1,7	2,6
Total	498	181	115

**A6.54. SUSCRITO A BOLETÍN DE ACTUALIDAD POLÍTICA POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.**

SUSCRIPCIÓN	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	11,5	7,3	6,3
No	87,5	91,2	90,5
No contesta	1,0	1,6	3,2
Total	96	441	253

**A6.55. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %, P<0.05**

RECEPCIÓN CON...	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Apoyo a candidato	34,5	25,2	32,1	27,9	29,8
Crítica sobre político/candidato	63,6	55,4	57,8	57,5	60,8
Convocando manifestación, sentada, actos protesta	62,8	58,6	53,2	60,8	62,4
Manifiesto/recogida firmas	72,0	69,3	61,5	68,9	73,5
Otros temas de actualidad política	59,3	54,1	51,9	52,9	59,7

*A6.56. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN CON...	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Apoyo a candidato	27,4	29,2	30,9	26,7	21,4
Crítica sobre político/candidato	54,9	56,1	63,3	60,0	42,9
Convocando manifestación, sentada actos de protesta	58,9	58,3	64,1	51,1	57,1
Manifiesto/recogida firmas	66,4	67,3	74,8	68,9	57,1
Otros temas de actualidad política	50,0	54,4	60,4	55,6	57,1

*A6.57. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %. P<0,05*

RECEPCIÓN CON...	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Apoyo a candidato	20,0	32,4	24,1
Crítica sobre político/candidato	37,9	63,3	53,2
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	44,8	64,6	53,2
Manifiesto/recogida firmas	53,3	75,5	59,3
Otros temas de actualidad política	36,7	61,5	46,4

**A6.58. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.**

RECEPCIÓN CON...	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Apoyo a candidato	31,4	26,5	24,1
Crítica sobre político/candidato	64,7	59,4	44,4
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	62,0	59,4	51,9
Manifiesto/recogida firmas	60,8	73,9	63,0
Otros temas de actualidad política	48,0	58,6	44,4

**A6.59. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. P<0.05**

RECEPCIÓN CON...	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Apoyo a candidato	24,1	22,5	38,0
Crítica sobre político/candidato	47,2	54,9	70,4
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	47,9	58,3	71,0
Manifiesto/recogida firmas	59,2	65,5	81,7
Otros temas de actualidad política	44,3	50,6	68,9

**A6.60. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05.**

RECEPCIÓN CON...	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Apoyo a candidato	33,6	28,6	29,9	15,1
Crítica sobre político/candidato	64,6	56,9	68,7	39,1
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	68,8	55,7	56,7	51,2
Manifiesto/recogida firmas	77,1	67,3	65,7	59,3
Otros temas de actualidad política	64,9	50,6	56,7	44,2

**A6.6.1. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05**

RECEPCIÓN CON...	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Apoyo a candidato	26,4	28,8	26,8	34,3	29,0
Crítica sobre político/candidato	60,4	57,2	65,0	62,9	62,0
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	50,9	52,1	61,0	69,8	68,3
Manifiesto/recogida firmas	60,4	65,7	75,0	81,4	72,0
Otros temas de actualidad política	44,4	50,8	56,1	59,7	63,1

*A6.62. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05*

RECEPCIÓN CON...	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Apoyo a candidato	29,9	30,8	27,0
Crítica sobre político/candidato	62,9	51,1	58,3
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	65,7	54,1	52,2
Manifiesto/recogida firmas	74,3	66,5	63,8
Otros temas de actualidad política	60,8	50,3	48,7

*A6.63. RECEPCIÓN DE CORREOS, TUI TS O MENSAJES DE MURO CON... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN CON...	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Apoyo a candidato	36,5	27,2	31,5
Crítica sobre político/candidato	67,4	55,3	64,4
Convocando manifestación, sentada, actos de protesta	58,3	60,8	63,4
Manifiesto/recogida firmas	68,8	69,8	73,9
Otros temas de actualidad política	52,1	56,2	59,8

**A6.64. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. P<0.05**

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Contactar con algún partido político	18,3	7,1	11,1	11,7	12,9
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	35,0	25,4	20,2	29,4	32,4
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	52,4	44,3	39,4	44,0	52,6
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	22,6	24,1	19,3	24,6	23,7
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	49,2	37,3	41,3	45,1	41,7
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	59,8	60,8	48,6	58,4	64,3
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	51,2	46,1	46,8	48,0	48,9

*A6.65. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %.*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Contactar con algún partido político	11,6	12,5	12,5	11,1	15,4
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	31,3	24,4	33,7	22,2	46,2
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	41,1	41,4	56,8	35,6	53,8
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	18,0	20,1	28,3	15,6	30,8
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	34,5	42,4	48,6	26,7	30,8
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	55,8	56,1	66,0	47,8	71,4
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	43,8	44,7	54,9	36,4	30,8

*A6.66. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN % P<0,05*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Contactar con algún partido político	6,9	14,0	8,3
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	20,0	31,3	24,8
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	31,0	51,4	47,7
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	24,1	24,9	24,8
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	42,9	46,7	41,3
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	50,0	63,8	55,0
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	31,0	54,9	38,5

*A6.67. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Contactar con algún partido político	8,2	17,4	7,5
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	20,0	33,8	35,2
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	35,3	46,4	37,7
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	20,0	18,8	16,7
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	28,0	36,2	28,3
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	39,2	69,1	52,7
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	32,0	51,5	37,7

*A6.68. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN % P<0,05*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Contactar con algún partido político	4,2	5,9	22,8
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	17,2	24,9	41,9
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	33,8	45,7	58,9
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	15,5	23,6	28,4
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	23,1	38,6	59,3
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	45,3	58,3	71,9
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	27,2	47,4	63,5

*A6.69. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Contactar con algún partido político	17,8	8,2	16,4	2,3
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	37,3	25,4	35,3	12,8
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	52,5	46,7	52,2	31,4
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	26,7	23,0	19,4	15,1
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	51,5	39,0	41,8	24,1
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	74,1	55,2	40,3	40,7
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	65,5	38,6	38,8	25,6

*A6.70. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Contactar con algún partido político	18,9	9,8	12,5	7,9	15,3
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	26,4	25,8	34,1	35,7	31,2
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	39,6	47,5	65,9	48,2	49,8
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	15,1	24,2	24,4	24,3	23,8
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	37,7	33,5	50,0	45,7	49,8
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	47,2	54,0	57,5	68,6	65,5
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	34,0	40,9	53,7	49,6	58,0

*A6.7.1. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Contactar con algún partido político	12,4	10,5	15,5
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	30,8	28,0	28,4
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	48,7	47,5	45,7
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	23,7	24,7	20,7
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	47,3	34,3	35,7
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	64,1	55,8	53,0
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	54,0	40,7	36,5

*A6.72. REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET ... (MENCIONES SI).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Contactar con algún partido político	17,9	11,1	12,2
Contactar con alguna administración para quejarse o protestar	35,8	27,2	33,5
Comunicarte con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	56,8	49,1	44,9
Realizar una donación para una campaña, una asociación u organización	27,4	24,0	22,0
Escribir comentarios en algún foro, blog o página web, sobre temas de actualidad, sociales o políticos	41,7	42,8	45,5
Firmar una petición o adherirte a alguna campaña o a un manifiesto	59,8	59,0	64,7
Reenviar, rebotar o retuitear mensajes de contenido político, convocatorias de protesta, etc.	52,6	47,8	49,2

**A6.73. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	6,2	3,4	3,7	4,0	5,4
No	90,6	93,8	94,4	92,7	91,6
No lo sé / Prefiero no contestar	3,2	2,8	1,9	3,3	3,0
Total	372	436	108	273	427

**A6.74. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %.P<0.05**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	7,1	3,4	5,4	4,4	0,0
No	89,3	95,5	91,9	88,9	85,7
No lo sé / Prefiero no contestar	3,6	1,1	2,7	6,7	14,3
Total	112	264	369	45	14

**A6.75. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	6,7	4,7	3,7
No	90,0	93,4	93,6
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	1,9	2,8
Total	30	486	109

**A6.76. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	8,0	4,3	5,6
No	84,0	92,8	88,9
No lo sé / Prefiero no contestar	8,0	2,9	5,6
Total	50	69	54

**A6.77. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %, P<0.05**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	1,9	3,1	8,1
No	93,9	95,7	89,3
No lo sé / Prefiero no contestar	4,2	1,2	2,7
Total	212	254	335

**A6.78. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %, P<0.05.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	6,5	3,5	7,5	0,0
No	91,7	94,7	92,5	86,2
No lo sé / Prefiero no contestar	1,8	1,9	0,0	13,8
Total	336	318	67	87

**A6.79. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %. P<0.05**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	1,9	3,8	10,0	0,7	7,8
No	92,6	94,9	87,5	97,1	89,4
No lo sé / Prefiero no contestar	5,6	1,3	2,5	2,1	2,7
Total	54	235	40	140	293

**A6.80. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	5,2	2,2	7,0
No	92,6	95,6	89,6
No lo sé / Prefiero no contestar	2,2	2,2	3,5
Total	498	182	115

**A6.81. PARTICIPACIÓN EN WEB, FORO O BLOG DE CONTENIDO POLÍTICO POR INTERNET.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.**

PARTICIPACIÓN WEB, FORO, BLOG	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	4,2	5,0	4,7
No	93,7	93,2	90,9
No lo sé / Prefiero no contestar	2,1	1,8	4,3
Total	95	442	253

**A6.8.2. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	50,4	44,5	54,5	46,5	45,8
No	44,7	47,0	37,3	46,5	47,7
No lo sé / Prefiero no contestar	4,9	8,5	8,2	7,0	6,6
Total	371	436	110	273	426

**A6.8.3. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	38,4	47,7	51,2	34,1	50,0
No	55,4	46,2	41,2	63,6	42,9
No lo sé / Prefiero no contestar	6,3	6,1	7,6	2,3	7,1
Total	112	264	369	44	14

**A6.8.4. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	34,5	54,3	34,9
No	62,1	38,5	58,7
No lo sé / Prefiero no contestar	3,4	7,2	6,4
Total	29	486	109

**A6.85. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).**
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS. DATOS EN %.

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	32,0	43,5	38,9
No	62,0	49,3	59,3
No lo sé / Prefiero no contestar	6,0	7,2	1,9
Total	50	69	54

**A6.86. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).**
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA. DATOS EN %. $P < 0.05$

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	34,3	40,7	60,2
No	57,3	51,4	35,3
No lo sé / Prefiero no contestar	8,5	7,9	4,5
Total	213	253	334

**A6.87. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).**
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN %. $P < 0.05$.

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	54,9	44,0	46,3	29,4
No	38,3	50,0	52,2	55,3
No lo sé / Prefiero no contestar	6,8	6,0	1,5	15,3
Total	337	318	67	85

**A6.88. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	44,4	47,0	45,0	48,2	49,5
No	50,0	48,7	52,5	43,9	42,3
No lo sé / Prefiero no contestar	5,6	4,2	2,5	7,9	8,2
Total	54	236	40	139	293

**A6.89. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	48,4	44,8	48,7
No	44,2	50,3	46,1
No lo sé / Prefiero no contestar	7,4	5,0	5,2
Total	498	181	115

**A6.90. ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE CAMPAÑAS ELECTORALES
SIN HABERLA BUSCADO (E-MAILS, YOUTUBE, ETC.).
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN %.**

ACCESO A INFORMACIÓN CAMPAÑAS	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	51,0	48,6	45,5
No	45,8	46,1	44,7
No lo sé / Prefiero no contestar	3,1	5,2	9,9
Total	96	440	253

*A6.91. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR SEXO Y EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	SEXO		EDAD		
	H	M	18-19	20-22	23-25
Si	39,9	33,2	41,3	37,7	33,8
No	57,4	63,4	54,1	59,3	63,1
No tengo teléfono móvil	0,3	0,0	0,0	0,4	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,4	3,4	4,6	2,6	3,1
Total	371	437	109	273	426

*A6.92. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. P<0.05*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	ACTIVIDAD				
	Sólo trabajo	Sólo estudio	Trabajo y estudio	En paro	Otras situaciones
Si	38,4	34,6	38,2	28,9	35,7
No	59,8	62,7	58,3	71,1	57,1
No tengo teléfono móvil	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	1,8	2,7	3,3	0,0	7,1
Total	112	263	369	45	14

*A6.93. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS EN CURSO.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	ESTUDIOS EN CURSO		
	Secundarios	Medios y superiores universitarios	FP
Si	30,0	36,6	37,6
No	66,7	60,7	56,9
No tengo teléfono móvil	0,0	0,0	0,9
No lo sé / Prefiero no contestar	3,3	2,7	4,6
Total	30	486	109

*A6.94. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR ESTUDIOS FINALIZADOS.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	ESTUDIOS FINALIZADOS		
	Secundarios o inferior	Medios y superiores universitarios	FP
Si	33,3	27,5	48,1
No	64,7	71,0	50,0
No tengo teléfono móvil	-	-	-
No lo sé / Prefiero no contestar	2,0	1,4	1,9
Total	51	69	54

*A6.95. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTERÉS EN LA POLÍTICA.
DATOS EN %. P<0.05*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	INTERÉS EN LA POLÍTICA		
	Nulo o poco (0-3)	Medio (4-6)	Bastante o mucho (7-10)
Si	32,4	31,2	42,8
No	62,4	66,8	55,1
No tengo teléfono móvil	0,0	0,4	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	5,2	1,6	2,1
Total	213	253	334

*A6.96. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR POSICIÓN IDEOLÓGICA.
DATOS EN %. P<0.05.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	POSICIÓN IDEOLÓGICA			
	Extrema izda. e izda. (0-3)	Centro (4-6)	Dcha y extrema derecha (7-10)	NS/NC
Si	37,7	37,4	26,9	33,7
No	59,6	61,3	71,6	52,3
No tengo teléfono móvil	0,0	0,3	0,0	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,7	0,9	1,5	14,0
Total	337	318	67	86

*A6.97. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CREENCIA RELIGIOSA.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico practicante	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente, agnóstico	Ateo, no creyente
Si	35,8	31,8	42,5	34,3	41,6
No	60,4	66,9	57,5	64,3	53,9
No tengo teléfono móvil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
No lo sé / Prefiero no contestar	3,8	1,3	0,0	1,4	4,1
Total	53	236	40	140	293

*A6.98. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR INTENSIDAD RELIGIOSA.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	INTENSIDAD RELIGIOSA		
	Baja o nula (0-3)	Media (4-6)	Alta o muy alta (7-10)
Si	39,0	29,1	34,8
No	58,2	68,7	61,7
No tengo teléfono móvil	0,0	0,5	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	2,8	1,6	3,5
Total	498	182	115

*A6.99. RECEPCIÓN DE WHATSAPP SOBRE MANIFESTACIÓN.
ANÁLISIS DIFERENCIA DE PORCENTAJES POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN %.*

RECEPCIÓN WHATSAPP MANIFESTACIÓN	CLASE SOCIAL		
	Alta y media-alta	Media-media	Media-baja y baja
Si	41,1	37,0	35,2
No	57,9	60,8	60,9
No tengo teléfono móvil	0,0	0,2	0,0
No lo sé / Prefiero no contestar	1,1	2,0	4,0
Total	95	441	253

*TABLA A7.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR SEXO.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

SEXO	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Hombres	39,9	48,1	52,9	45,9
Mujeres	60,1	51,9	47,1	54,1
Total	296	372	140	808

*TABLA A7.2. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR EDAD AGRUPADA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

EDAD AGRUPADA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
18-19 años	15,9	10,8	15,7	13,5
20-22 años	30,7	35,5	35,7	33,8
23-25 años	53,4	53,8	48,6	52,7
Total	296	372	140	808

*TABLA A7.3. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR ACTIVIDAD.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.*

ACTIVIDAD	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Sólo trabajo	11,9	13,0	21,2	14,0
Sólo estudio	32,2	33,8	32,1	32,9
Trabaja + estudia	48,8	47,6	35,0	45,9
En paro	5,4	4,3	9,5	5,6
Otra situación	1,7	1,4	2,2	1,6
Total	295	370	137	802

TABLA A7.4. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR ESTUDIOS (FINALIZADOS Y EN CURSO). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

ESTUDIOS FINALIZADOS Y EN CURSO	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Secundarios o inferior	10,4	6,5	25,5	13,1
Medios y superiores universitarios	64,9	78,3	56,9	67,6
FP	24,7	15,2	17,5	19,3
Total	290	369	137	796

TABLA A7.5. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR POSICIÓN IDEOLÓGICA AGRUPADA. DATOS EN %. P<0.05.

POSICIÓN IDEOLÓGICA AGRUPADA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Izquierda y extrema izquierda (0-3)	34,0	55,4	20,9	41,6
Centro (4-6)	42,4	33,9	48,2	39,5
Derecha y extrema derecha (7-10)	9,8	3,8	17,3	8,3
NS/NC	13,8	7,0	13,7	10,6
Total	297	372	139	808

TABLA A7.6. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR GRADO DE INTERÉS POR LA POLÍTICA (ESCALA AGRUPADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.

GRADO DE INTERÉS POR LA POLÍTICA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Nulo o poco interés (0-3)	28,0	14,9	54,0	26,5
Interés medio (4-6)	34,8	33,2	21,6	31,8
Bastante o mucho interés (7-10)	37,2	51,9	24,5	41,8
Total	293	368	139	800

**TABLA A7.7. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR CONFESIÓN RELIGIOSA AGRUPADA.
EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %. P<0.05.**

CONFESIÓN RELIGIOSA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Católico practicante	7,7	3,2	16,2	7,1
Católico no practicante	38,2	22,5	36,9	30,9
Otras confesiones	4,6	4,6	8,5	5,3
Agnósticos	18,6	20,5	11,5	18,3
Ateos	30,9	49,1	26,9	38,5
Total	285	346	130	761

**TABLA A7.8. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR INTENSIDAD RELIGIOSA
(ESCALA AGRUPADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.**

GRADO DE INTENSIDAD RELIGIOSA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Baja o nula religiosidad (0-3)	57,8	73,3	44,2	62,6
Religiosidad media (4-6)	24,2	18,3	32,6	22,9
Alta o muy alta religiosidad (7-10)	18,0	8,4	23,2	14,5
Total	289	367	138	794

**TABLA A7.9. DISTRIBUCIÓN DE LOS TIPOS POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA
(ESCALA AGRUPADA). DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05.**

CLASE SOCIAL SUBJETIVA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Alta o muy alta	14,4	9,6	13,4	12,0
Media	55,1	57,0	54,5	55,9
Baja o muy baja	30,5	33,3	32,1	32,1
Total	292	363	134	789

TABLA A7.10. AUTOIMAGEN. DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. $P < 0.05$. SE MUESTRAN LOS ÍTEMS CON DIFERENCIA SIGNIFICATIVA ENTRE LOS CLÚSTERS

AUTOIMAGEN	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Tolerante	14,9	23,9	6,4	17,6
Participativo/preocupado por lo público	4,4	7,2	0,7	5,1
Poco contento con mi situación	6,4	4,6	10,8	6,3
Consumista	6,7	3,2	7,2	5,2

TABLA A7.11. CONFIANZA EN INSTITUCIONES POR CLÚSTER. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC. $P < 0.05$

CONFIANZA EN INSTITUCIONES	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Parlamento	3,05	3,13	2,10	2,92
Medios de comunicación convencionales	3,96	3,38	2,78	3,49
Sistema judicial	3,68	3,83	2,61	3,56
Policías	5,19	4,30	4,09	4,59
Partidos políticos	1,64	2,08	1,18	1,76
ONG	5,47	5,44	3,32	5,09
Sindicatos	3,02	3,53	1,47	2,99
Patronal	2,81	2,90	1,55	2,64
Formas/medios de información a través de Internet	5,41	5,27	3,77	5,06
Unión Europea	4,28	4,08	2,93	3,95
Iglesia	2,02	1,68	2,18	1,89
Fuerzas Armadas	4,69	3,38	4,06	3,98
Sistema financiero/bancario	2,48	2,11	1,78	2,19
Sistema educativo	4,55	4,49	3,29	4,30

TABLA A7.12. ASOCIACIONISMO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

A PARTIDO POLÍTICO	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Vinculados (asociados activos y no activos)	12,5	23,2	8,5	16,8
Desvinculados (estuvieron pero ya no)	2,4	3,4	3,1	3,0
Ajenos (nunca han estado ni han pensado)	85,0	73,4	88,4	80,2
Total	287	357	129	773

TABLA A7.13. ASOCIACIONISMO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

A SINDICATO	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Vinculados (asociados activos y no activos)	23,8	28,0	10,8	23,5
Desvinculados (estuvieron pero ya no)	8,2	10,6	4,6	8,7
Ajenos (nunca han estado ni han pensado)	68,1	61,3	84,6	67,8
Total	282	357	130	769

TABLA A7.14. ASOCIACIONISMO.
DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

A PARROQUIA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Vinculados (asociados activos y no activos)	12,6	7,0	18,8	11,1
Desvinculados (estuvieron pero ya no)	9,4	11,2	11,3	10,6
Ajenos (nunca han estado ni han pensado)	78,0	81,7	69,9	78,3
Total	286	356	133	775

TABLA A7.15. ASOCIACIONISMO. DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

A ASOCIACIÓN DEPORTIVA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Vinculados (asociados activos y no activos)	49,8	45,1	39,8	45,9
Desvinculados (estuvieron pero ya no)	26,3	34,8	28,6	30,6
Ajenos (nunca han estado ni han pensado)	23,9	20,1	31,6	23,4
Total	285	359	133	777

TABLA A7.16. ASOCIACIONISMO. DATOS EN PORCENTAJE. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

A ORG. VOLUNTARIADO	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Vinculados (asociados activos y no activos)	62,6	62,1	38,3	58,2
Desvinculados (estuvieron pero ya no)	13,6	12,9	13,5	13,3
Ajenos (nunca han estado ni han pensado)	23,8	25,0	48,1	28,5
Total	286	356	133	775

TABLA A7.17. ACCIONES EN LAS QUE SE ESTÁ DISPUESTO A PARTICIPAR. MENCIONES "SI". RESPUESTA MÚLTIPLE. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

ACCIONES	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Manifestación	87,5	90,9	61,9	84,7
Huelga	82,8	90,1	63,6	82,8
Ocupar espacios públicos	41,4	52,2	23,7	43,3
Escraches	23,3	33,9	18,7	27,4
Rodear o bloquear Congreso	41,4	49,7	23,7	42,2
Cortar calles o carreteras	35,5	40,9	21,6	35,6
Impedir un desalojo	71,0	76,3	48,6	69,6

**TABLA A7.18. INTENCIÓN DE IR A VOTAR PRÓXIMAS ELECCIONES.
DATOS EN PORCENTAJE. $P < 0.05$**

INTENCIÓN DE IR A VOTAR	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Si	78,5	90,9	59,7	80,9
No	9,4	3,5	24,5	9,3
No sabe/No contesta	12,1	5,6	15,8	9,8
Total	297	372	139	808

**TABLA A7.19. SENTIMIENTOS QUE DESPIERTA LA POLÍTICA. MENCIONES "SI".
RESPUESTA MÚLTIPLE. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. $P < 0.05$
SE MUESTRAN LOS ÍTEMS CON DIFERENCIA SIGNIFICATIVA ENTRE LOS GRUPOS**

SENTIMIENTOS	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Desconfianza	59,1	47,8	48,6	52,1
Impotencia	43,8	53,2	41,7	47,8
Preocupación	41,8	39,0	29,5	38,4
Indiferencia	7,4	4,8	12,2	7,1

**TABLA A7.20. MEDIOS QUE EMPLEA PARA ESTAR AL TANTO DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA.
MENCIONES "SI". RESPUESTA MÚLTIPLE. DATOS EN %. $P < 0.05$.
SE MUESTRAN LOS ÍTEMS CON DIFERENCIA SIGNIFICATIVA ENTRE LOS TIPOS.**

MEDIOS	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Televisión	79,8	67,7	73,4	73,1
Medios alternativos online	36,7	55,1	32,9	44,5
Prensa escrita	21,9	16,1	12,2	17,6
Radio	19,9	12,9	10,7	15,1

TABLA A7.21. IMPORTANCIA CONSULTA INTERNET PARA INFORMACIÓN POLÍTICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

IMPORTANCIA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Alta importancia (muy + bastante importante)	82,4	93,2	78,9	86,8
Baja (regular + poco)	14,9	6,6	17,3	11,5
Nada	2,7	0,3	3,8	1,8
Total	295	365	133	793

TABLA A7.22. FRECUENCIA CONSULTA INTERNET PARA INFORMACIÓN POLÍTICA.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

FRECUENCIA CONSULTA	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Alta frecuencia (diaria + más de 2 veces semana)	44,0	60,8	36,8	50,5
Media (1 ó 2 veces semana + varias veces al mes)	27,0	24,4	17,6	24,2
Baja (una vez al mes + casi nunca)	21,5	11,8	29,4	18,4
Nunca	7,5	3,0	16,2	6,9
Total	293	365	136	794

**TABLA A7.23. ACCIONES REALIZADAS EN INTERNET. MENCIONES "SI".
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

ACCIONES	CONSERVADORES INSTITUCIONALISTAS	ACTIVISTAS POLITIZADOS	INDIVIDUALISTAS PASIVOS	MEDIA GENERAL
Consulta de página de partido o candidato	34,2	55,2	29,3	43,0
Suscripción a boletín de Internet sobre actualidad política	5,4	10,8	2,1	7,3
Recepción de correo, tuit o mensaje muro convocando a manifestación	59,9	66,4	46,8	60,6
Recepción de correo, tuit o mensaje muro para recogida de firmas	69,4	75,5	59,0	70,4
Recepción de correo, tuit o mensaje muro sobre otros temas actualidad	55,6	61,6	44,3	56,4
Contactar con partido o político	8,4	16,7	8,6	12,3
Realizar contacto con alguna organización, asociación, etc	48,3	53,2	33,6	48,0
Realizar alguna donación	22,0	29,2	10,7	23,4
Escribir comentarios en foros, webs... sobre temas políticos	42,4	48,0	29,0	42,7
Retuitear o rebotar mensajes de contenido político	44,9	59,6	26,6	48,5

POLÍTICA E INTERNET

UNA LECTURA DESDE LOS JÓVENES (Y DESDE LA RED)

