

Rebeldía juvenil: ¿realidad o mito?

Juan María González-Anleo Sánchez*

Nivel: Monografía

Recibido: 28 de mayo de 2012

Aprobado: 12 de julio de 2012

Resumen

Los jóvenes se ven a sí mismos, ante todo, como rebeldes. Sin embargo, la actual crisis económica ha puesto de manifiesto con gran claridad, más que nunca hasta el momento en España, la apatía de la población española en general y de los jóvenes en particular a la hora de enfrentarse a los poderes políticos y económicos responsables. Usando principalmente los datos obtenidos en las investigaciones de la Fundación SM *Jóvenes Españoles 2005* y *Jóvenes Españoles 2010* y las reflexiones sociológicas en el terreno de juventud y consumo, la presente monografía pretende demostrar cómo la imagen de rebeldes que tienen los jóvenes de sí mismos no corresponde con su acción sociopolítica, sino a la imagen que acuña la sociedad de consumo y a una actitud anárquica frente a sus deberes sociales.

Palabras clave: Jóvenes, rebeldía, acción política, participación social, confianza social.

Summary

Young people see themselves as rebels. Nevertheless, the current economic crisis in Spain has shown very clearly, more than ever, the apathy of the Spanish population in general and the youth in particular when confronting the responsible political and economic decision makers. In this context, however, many youth experts are drawing the attention to the fact that the involvement of youth policy, far from being diminished, is being transferred to forms of political action more informal and flexible. This monographic aims to demonstrate how the rebel image that the youngsters have of themselves is not corresponding with the socio-political action, rather corresponds to the image of consumer society and anarchy attitude versus the social duties. These sociological reflections about consumption and youth field have been done by using data from SM Foundation research about "Spanish Youth 2005 and 2010".

Keywords: Young, Rebelliousness, political action, social participation, social trust.

* Doctor, profesor del CES Don Bosco, Coautor *Jóvenes Españoles 2005* y *2010* (SM).

Introducción

“...en este mundo hay cosas insoportables. Para verlo, debemos observar bien, buscar. La peor actitud es la indiferencia, decir: ‘paso de todo, ya me las apañó’. Si os comportáis así, perdéis unos de los componentes esenciales que forman al hombre. Uno de los componentes indispensables: la facultad de indignación y el compromiso que la sigue”.

(Stéphane Hessel, ¡Indignaos!)

Uno de los datos más llamativos arrojados por el Informe *Jóvenes Españoles 2010* (FSM: 2010) es el de que, a pesar de la apatía política y social dibujada en las páginas anteriores, la rebeldía sigue apareciendo como una de las primeras señas de identidad de los jóvenes cuando se les pide que se autodefinan. La segunda seña de identidad, para ser más exactos, inmediatamente después de “consumistas” (47%), y por delante de otras trece opciones que se les ofrecían en el cuestionario, entre las que cabe destacar: “demasiado preocupados por la imagen (look, estética)” (38,7), el tercer rasgo más destacado; “egoístas” (30%); “independientes” (30%), “leales en la amistad” (28%); “tolerantes” (21%); “solidarios” (20%) o “idealistas” (17%).

Ante estos datos, no es extraño que surjan ciertas preguntas: ¿Por qué o en qué sentido se siente rebelde la juventud actual? ¿Es posible serlo asintiendo, disfrutando o deseando disfrutar plenamente del sistema vigente, el consumista, sin mostrar el menor atisbo de reacción contestataria frente a tal sistema?

Para explorar esta autoimagen de los jóvenes españoles, y no solamente de ellos, sino también de sus padres, es decir, de la visión que gran parte de la sociedad comparte de “su” juventud, el presente artículo propone un análisis de la acción juvenil en varios de los campos con los que habitualmente se relacionan las actitudes de rebeldía: la política y la acción social, pasando a esbozar, para terminar y a la luz arrojada por dicho análisis, tanto las líneas más importantes a tener en cuenta a la hora de

comprender este fenómeno como el campo en el que ha de ser enmarcado, el mito consumista de la rebeldía.

Metodología

La mayor parte de los datos utilizados en esta monografía proceden de los dos últimos estudios de la Juventud llevados a cabo en España por la Fundación SM, *Jóvenes Españoles 2005* y *Jóvenes Españoles 2010*, y más concretamente de las subpartes de estas investigaciones dedicadas a la exploración de la participación ciudadana y los valores de los jóvenes, posteriormente analizadas y publicadas en los informes definitivos por el autor. En la primera investigación, *Jóvenes Españoles 2005*, el universo de estudio lo constituyó la población española de 15 a 24 años, realizándose cuatro mil entrevistas seleccionadas mediante muestreo aleatorio estratificado polietápico. Se distribuyó la muestra estratificándola por región y hábitat para 3.800 casos autoponderados. En la segunda investigación, correspondiente a *Jóvenes Españoles 2010*, con el mismo universo de población, se proyectaron 3.500 entrevistas seleccionadas mediante el mismo tipo de muestreo, distribuyendo la muestra estratificándola por región y hábitat para los 3.208 casos autoponderados de acuerdo a la distribución del universo, añadiendo una sobremuestra de 292 entrevistas en aquellas comunidades autónomas en las que el número de entrevistas asignadas era inferior a 100 casos.

Se han utilizado, asimismo y con el fin de afianzar las conclusiones, datos procedentes del último informe de la juventud del Injuve, *Informe Juventud en España 2008*, datos procedentes de estudios de Eurobarómetro y bibliografía focalizada en el tema de juventud.

1. Rebeldía y acción política

El fenómeno de “despolitización” social tiene ya una larga y azarosa historia. Desde los años cincuenta, varias ramas de las

Ciencias Sociales dan cuenta del continuo desarrollo de la toma de distancia del ciudadano común de las dinámicas y los actores políticos, una toma de distancia que, con el tiempo, ha terminado por convertirse en “indiferencia enemiga” (Sloterdijk, 1993: 75). El verdadero problema, no obstante, surge cuando esta “indiferencia enemiga” termina por congelar toda forma de acción política, incluida la confrontación ciudadana a los poderes políticos y económicos, como hemos podido comprobar en los últimos años de crisis en España, especialmente en el caso de la juventud, que parece haber optado por asistir impasible a su propia tragedia económica y laboral sin haber alzado la voz, excepto en muy pocas ocasiones puntuales, durante estos años de crisis.

En los últimos años, no pocos estudios de juventud, la gran mayoría de ellos vinculados en España de una u otra forma al INJUVE, afirman que se está produciendo un fenómeno de reenganche político semejante al detectado en otros países tanto en Europa como en otros muchos países fuera de la Unión (ONU: 2007, cap. 7) y, además, con las mismas características que se han podido observar en el caso del resto de países. Este proceso, a grandes rasgos, se perfilaría como sigue (Benedicto; López Blasco, 2008; Funes, 2008; Spannring, 2008):

- En la *posdemocracia*, término acuñado por Colin Crouch para designar este nuevo período democrático, el aburrimiento, la frustración y la desilusión arrastradas por la ciudadanía desde hace décadas, chocan frontalmente con una clase política cada vez más distante, menos interesada por sus problemas y necesidades y, al mismo tiempo, cada vez más hábil para sortear y manipular las demandas populares (Crouch, 2004: 35 y ss.). El alejamiento político de las nuevas generaciones, en este contexto, es consecuencia de numerosas razones culturales y estructurales, como el proceso mismo de globalización (que deja al margen a las políticas nacionales para dar respuesta a las inquietudes ciudadanas), el progresivo abandono de la tradición, o la desilusión democrática e

institucional. En este nuevo contexto, y como reacción precisamente a las nuevas coordenadas sociopolíticas que surgen en él, se produce una disminución de la implicación política formal, una forma de participación, en palabras de Inglehart (1996), “dirigida por las élites”, en la que se incluye el voto o la afiliación a partidos políticos. Los jóvenes de las sociedades posmaterialistas, según la teoría de este autor, no abandonan realmente la participación política, sino que se niegan a *seguir el juego* a una élite política que se percibe alejada, concentrada en sus propios intereses y de la que, consecuentemente, se desconfía.

- No obstante, esta disminución de la implicación política formal se vería compensada, especialmente entre las generaciones más jóvenes, en las que el nuevo espíritu posmaterialista mejor ha arraigado, por la expansión de formas informales de participación y rebeldía (llamadas también “no convencionales” o “no dirigidas por las élites”), más acordes con una concepción de la democracia según la cual la participación es “un objetivo y un valor en sí misma”, y más críticas con la naturaleza jerárquica y estructurada de la democracia representativa contemporánea. Acorde con el nuevo significado que toma entre la juventud el término “buen ciudadano”, se asegura, la huida de los jóvenes de la política solamente puede constatarse manteniendo una definición muy estrecha y anticuada del término (Benedicto; Morán, 2002). Los jóvenes, se afirma desde esta perspectiva, no huyen de lo político, sino que se *desplazan* a nuevas formas de acción, de la esfera política a la “esfera cívica-comunitaria dentro de los nuevos marcos organizativos” (Benedicto; Morán, 2002: 105). ¿Cuáles son esas nuevas formas de acción? Los movimientos antiglobalización, las ONG u otro tipo de asociaciones reivindicativas (como la defensa de los derechos humanos, ecologistas y de protección de animales) así como la participación social directa, no mediada: acciones directas espontáneas, voluntariado, protección de los animales o

nuevas formas de protesta política, como la “fiesta-protesta-callejera”, etc. (Spannring, 2008: 46).

En fuerte contraste con este hipotético estado de “reenganche” sociopolítico informal juvenil, los datos arrojados por el último estudio de la Fundación SM, *Jóvenes Españoles 2010*, ponen de manifiesto que, en la actualidad, la gran mayoría de los jóvenes no solamente está abandonando el terreno político, tanto el formal como el informal, sino que, y esto es mucho más grave, cualquier terreno de acción social que pudiera servir de tierra abonada para la futura emergencia de una acción política. Veamos estos datos con detenimiento.

1. **Desinterés por la política y percepción de lejanía de los asuntos políticos:** Diversos estudios, tanto nacionales e internacionales, señalan el profundo desinterés de la juventud española por las cuestiones políticas, una cuestión, no está de más decirlo, en la que, aun siguiendo las líneas generales del resto de la juventud europea, los españoles destacan. Así, por ejemplo, de acuerdo con el último informe *Juventud en España* del INJUVE, entre el año 2004 y el 2008, el porcentaje de jóvenes españoles que afirmaba no tener “nada” de interés por la política aumenta de un 38% a un 50%. Si a este último porcentaje le añadimos el correspondiente a “poco interés”, el porcentaje total asciende hasta el 80% (FUNES: 2008). En comparación con el resto de jóvenes de la Unión Europea, los españoles son los que menor interés demuestran por las cuestiones políticas relativas a su propio país, junto con los luxemburgueses, belgas y rumanos (Flasheurobarometer 202, Young Europeans, 2007). En nuestro estudio de la Fundación SM, una importante mayoría de los jóvenes, el 56,5%, suscriben la frase “la política no tiene nada que ver conmigo, no afecta para nada mi vida privada”. La política les cae lejos. Es, ante todo, asunto de los políticos, probablemente de toda la corte política y económica, pero en definitiva, ni suya ni de los suyos. Va-

rios datos más, arrojados por este estudio, confirman esto. Pocos jóvenes, menos de un tercio (30,9%), afirman seguir frecuentemente la información política en los medios de comunicación, un 5% menos que en el Informe del 2005. Menos aún, uno de cada cinco, hablan o discuten con frecuencia sobre temas políticos, lo que no es de extrañar si tenemos en cuenta que la política no es precisamente un tema de conversación muy apreciado entre la población española¹.

Y, por último, una mínima proporción de ellos, el 6,5%, participan en algún foro o chat sobre política o actualidad social, lo que, teniendo en cuenta el escaso porcentaje de jóvenes que afirma realizar un seguimiento de la información política, por un lado y, por otro, la poca costumbre existente de tratar temas de esta índole en las conversaciones cotidianas, este dato difícilmente podría sorprender a nadie. A no ser, eso sí, que se sostenga el desplazamiento de la actividad política juvenil al ámbito social y, especialmente, el relevante papel que están jugando en este sentido las nuevas tecnologías de comunicación (Norris, 2002: 188 y ss.). Obsérvese, en este sentido, que los jóvenes afirman no participar en foros o chats *ni* sobre política *ni* sobre “actualidad social”. Los jóvenes, de esto no cabe la más mínima duda, hacen un uso intensivo de estas nuevas tecnologías: según los datos de nuestro estudio, el 76% usa Internet con frecuencia, y para muchas cosas distintas como, por poner solo los ejemplos más significativos, realizar búsquedas en Google (88,6%), descargar música y películas (79% y 70%), ver videos

1 Según los datos del Eurobarómetro, uno de cada tres ciudadanos españoles afirman no hablar nunca de temas políticos, siendo así, junto a los británicos y portugueses, los europeos que menos tratamos este tipo de temas en nuestras conversaciones (Eurobarometer 223, Social Capital, 2005). Consecuentemente, en la familia española también se habla poco de política. Según los datos del estudio del INJUVE anteriormente citado, casi la mitad de los jóvenes, el 49,6%, afirma que, durante su infancia y su adolescencia “prácticamente nunca” se hablaba de política con sus padres y familiares, y el 20,4%, que se hacía “pocas veces”.

en Youtube (74,9%), u obtener información relacionada con el ocio (58,7%). Y por descontado, para relacionarse: el 67% entra en comunidades virtuales y el 80% dedica tiempo al chat . Pero ¿para hablar de qué? De todo... y de nada. De todo lo que les interesa, de sus experiencias, sus preocupaciones, su música, sus grupos y cantantes favoritos, de su consumo, sus *quedadas* o sus rutas de ocio. Y ¿por qué no? también de nada, hablar por hablar, por el simple placer de la conversación. Pero lo que queda claro es que no para hablar de lo que la mitad de ellos exactamente reconocen que no le interesa “nada” y el 80% “nada” o “casi nada”, de lo que casi nunca hablaron ni en casa ni en ningún otro sitio: de la política y, lo que es mucho más llamativo y alarmante, de los problemas sociales.

2. Falta de participación política formal e informal: la falta de interés por los problemas políticos y sociales quizás puede ser vista como un mal menor para el funcionamiento de una democracia, como consecuencia de un rechazo a la política entendida como “cosa de políticos”. No sucede lo mismo, sin embargo, con la participación política, el núcleo central de la ciudadanía desde que comienza a generarse un cuerpo teórico sobre ella (Rivero, 2000: 153). Victoria Camps es tajante en este sentido:

La participación política es, ella misma, un deber (...) una obligación para todo aquel que acepta que la democracia es una forma de gobierno bajo la que es bueno vivir. La democracia no se entiende sin la colaboración de los ciudadanos, sea esta del tipo que sea. (1999: 97).

Según nuestros propios datos, la gran mayoría de los jóvenes ni utilizan los canales tradicionales de participación política ni, menos aún, los informales. Veámoslo con mayor detalle: Menos de un tercio de los jóvenes de 18 a 20 años, el 30,8%, vota. Y algo menos de la mitad, el 46,7%, de los de 21 a 24 años. Estos datos contrastan vivamente con las opiniones manifestadas por los jóvenes sobre la importancia del voto en un sistema democrático,

poniendo en evidencia, una vez más, la brecha entre palabra y acto, entre los valores declarados y el compromiso real. Según los datos del *Informe Juventud en España 2008*, el 85% de los jóvenes mostraba su acuerdo con la frase “en democracia, todos los votos importan” y un 52,4% entre los 20 y los 24 años consideraba que votar “es una obligación moral”².

Menor relevancia aun que el voto tienen, para los jóvenes, tanto las formas de acción política informal más tradicionales, participar en acciones reivindicativas y de protesta o firmar peticiones de recogida de firmas, como las más novedosas, relacionadas con el mundo de las nuevas tecnologías, pasar un sms o e-mail de acción política o ponerse en contacto con un político a través de un mail (o carta): ni una sola de estas acciones es realizada siquiera por uno de cada siete jóvenes. Ni siquiera la que, según datos del Eurobarómetro, ellos mismos consideran la acción política más eficaz para “asegurar que mi voz sea escuchada por los políticos”: participar en una manifestación. Al presentarles la misma pregunta a jóvenes de otros países de la Unión Europea, estos parecen decantarse por otras opciones, como “ser miembro de un partido” en Alemania o Austria, “de un sindicato” en Irlanda o “participar en debates”, la opción más elegida en Francia, Inglaterra, Italia, Holanda o Bélgica. Los jóvenes españoles, de hecho, son los únicos, entre todos los jóvenes europeos, que colocan la participación en manifestaciones a la cabeza de la lista de acciones políticas eficaces (Flasheurobarometer 202, Young Europeans, 2007). Y sin embargo, según nuestros propios datos,

2 La brecha no solamente se abre entre las opiniones y los actos. También puede constatarse una cierta incoherencia en el propio pensamiento juvenil sobre el voto, lo que claramente revela la fuerte ambivalencia del joven ante una forma de acción política que reconoce necesaria para el funcionamiento de la democracia pero que, al mismo tiempo, percibe como “jugar aceptando las reglas” de un juego que sabe turbio y, por lo tanto, como una “obligación molesta” (Spannring, 2008: 53). Así, al tiempo que el 53,1% de los jóvenes de 15 a 29 años consideraba que “hay que votar, es una obligación moral”, el 67% hacía suya la frase “no votar es tan legítimo como votar” (Funes, 2008).

solamente el 12,2%, algo menos de un punto porcentual más que en el 2005, reconoce participar en “acciones reivindicativas o de protesta” (expresión en la que se incluyen las manifestaciones, pero que es incluso más amplia), el 10,8%, haber participado en el pasado (nada menos que un 14,8% menos que en el 2005). Algo similar sucede con las nuevas formas de participación no formal relacionadas con las nuevas tecnologías: si bien una amplia mayoría de los jóvenes cree en su efectividad en el terreno político³, son muy pocos, no obstante, los que las utilizan: un 6,1% para difundir información o llamadas a la acción a través de sms o mail y un modestísimo 4,4% para ponerse en contacto con un político. Se hace evidente así que, pese a las esperanzas depositadas por muchos (los políticos los primeros) en el papel de estas nuevas tecnologías en la reactivación de la implicación política juvenil, tal papel es muy modesto y que, como subraya Gil Calvo “lo que se gana por el lado virtual y global de la balanza no parece que pueda compensar a lo que se pierde por el lado real y local” (2007: 154).

2. Rebeldía y acción ciudadana

En el apartado anterior hemos rastreado las actitudes y los comportamientos juveniles dentro de la esfera política en busca del supuesto desplazamiento hacia formas más “sociales” o “informales” de acción política. A partir de este punto, y dado el poco éxito obtenido, desplazamos nuestra búsqueda de formas más flexibles de implicación al plano de la confianza y la participación social.

3 Según los datos del Informe Juventud en España 2008, el 60,6% de los jóvenes considera que las nuevas tecnologías “facilitan que los ciudadanos puedan contar sus ideas a los políticos”, el 61,3% que sirvan para “ampliar la participación de la gente en la toma de decisiones” y el 76,1% que faciliten “comunicarnos con personas que defienden ideas similares a las nuestras” (Funes, 2008).

A la vista de los datos arrojados por el Informe SM (Tabla 1), se hace evidente que nos encontramos ante un panorama muy diferente al desierto de confianza institucional que viene siendo ya característico desde hace más de quince años (González-Anleo, 2006), para adentrarnos, a medida que nos acercamos a tipos organizativos más flexibles, con principios y metas más cercanas a los valores y al sentir juvenil, quizás no en un vergel (lo que sería a todas luces bastante exagerado), pero sí por lo menos en tierra verde, fértil... en definitiva: aún habitable. Ahora bien, la pregunta inevitable que surge a la vista de la evolución histórica de los datos mostrados por esta tabla es ¿por cuánto tiempo? Los datos no brindan muy buenas noticias a este respecto. Parecen indicar, por el contrario, que también bastantes de los grupos y movimientos sociales tienen sus horas contadas, por lo menos en lo que se refiere a la aprobación que les dan los jóvenes. Porque aprobación, no está de más recordarlo, no es confianza y mucho menos participación, implicación, compromiso. Teniendo esto en cuenta, ¿qué nos dice la tabla? A grandes rasgos, debemos destacar dos cuestiones: la primera, que incluso este vínculo tan débil de acción social se está deshaciendo: lo que desaparece no es *un* vínculo concreto con uno u otro grupo o movimiento, conclusión a la que podría haberse llegado hace diez años, al contrastar los datos de 1999 y 1994, sino la aprobación como tal de este tipo de organizaciones, en conjunto. Pero además, segunda cuestión a destacar: este fenómeno se está produciendo a una velocidad cada vez mayor. Veamos ambas cuestiones con mayor detalle:

- Centremos nuestra atención, primero, en los datos ponderados, que incluyen tanto los valores positivos de aprobación como los negativos: entre 1994 y 1999 no se aprecian cambios de tendencia generales, haciéndose necesaria una lectura individual de los datos. Sólo puede apreciarse un descenso significativo, protagonizado por los grupos ecologistas, y dos ascensos por encima de lo común, el de los movimientos de gays y lesbianas, por un lado y, por el otro, de los feministas.

Esta imagen cambia, sin embargo, entre 1999 y 2005, pudiéndose ya observar claramente el comienzo de un descenso generalizado. Entre estos años todos los grupos y movimientos pierden aprobación entre los jóvenes, y con especial fuerza los feministas, de apoyo y acogida de refugiados e inmigrantes, provida y nacionalistas.

Esta tendencia se confirma de 2005 a 2010. Todos los grupos y movimientos vuelven a perder con sólo dos excepciones: los movimientos antiglobalización, que suben algo, y los movimientos provida, que se mantienen igual. Más importante que la tendencia general es, sin embargo, la aceleración del proceso: entre 1999 y 2005, por ejemplo, los movimientos ecologistas pierden 0.04 puntos; entre 2005 y 2010, 0.35; los movimientos pro-derechos humanos, por su parte, 0.19 y 0.27; los de apoyo y pro-enfermos de SIDA, 0.11 y 0.33, etc.

- Esta tendencia se vuelve más dramática, si cabe, al dirigir la mirada a los datos correspondientes a la máxima aprobación (“aprueban totalmente”). En el anterior caso, al observar los datos ponderados, el descenso generalizado comenzaba a percibirse ya con claridad entre 1999 y 2005. Sin embargo, cuando se tienen en cuenta sólo los datos de máxima aprobación no sucede lo mismo, manteniéndose bastante estables entre aquellos dos años. Entre el último informe de 2005 y el actual, por el contrario, también estos se ven afectados, y mucho, descendiendo para todos los grupos y movimientos sin una sola excepción.

TABLA 1. Aprobación de los movimientos sociales. Evolución histórica 1994-2010

	1994		1999		2005		2010	
	Índice medio	Aprueban totalmente	Índice medio	Aprueban totalmente	Índice medio	Aprueban totalmente	Índice medio	Aprueban totalmente
Ecologistas o protección de la naturaleza	3.39	52	3.26	40	3.22	44	3.01	31
Pro-derechos humanos	3.34	48	3.41	45	3.22	47	2.95	32
De apoyo y pro-enfermos de SIDA	3.30	46	3.35	47	3.24	47	2.91	29
En contra de la discriminación racial ⁽¹⁾	3.36	50	3.26	45	3.12	44	2.88	30
Pacifistas	3.22	45	3.13	35	3.11	41	2.86	29
De apoyo y acogida a refugiados e inmigrantes	3.06	35	3.10	32	2.85	30	2.69	22
Gays o lesbianas	2.55	23	2.85	28	2.80	32	2.64	23
Movimientos de la mujer, feministas ⁽²⁾	2.94	31	3.12	38	2.82	29	2.57	20
Movimientos antiglobalización					2.27	21	2.37	16
Provida (en contra del aborto)	2.44	21	2.40	17	2.07	16	2.08	12
Nacionalistas	1.98	9	2.12	8	1.84	9	1.84	7

Fuente: *Jóvenes Españoles 2010*, Fundación SM.
 En 1994 y 1999: "Contra la segregación racial"
 En 1994 y 1999: "Movimientos de la mujer"

Esta evolución de los datos suscita varias reflexiones. En primer lugar, es conveniente recordar que hay diferencias significativas entre la necesidad que tienen las instituciones de la confianza de los jóvenes y la que de ella tienen los grupos y movimientos sociales. A largo plazo, no cabe duda, la falta de confianza de los jóvenes podría conseguir debilitar lo suficiente una institución como para que ésta termine encontrándose en un verdadero atolladero. Pero sólo, hay que tenerlo en cuenta, a muy largo plazo. Pero éste no es el caso de los grupos y movimientos sociales, ONG muchos de ellos, que necesitan con urgencia tanto colaboración económica como la implicación efectiva de voluntarios. La confianza sigue siendo, como se subraya en el último informe sobre *La colaboración de los españoles con las ONG y el perfil del donante*, el principal motivo por el que se dona a una ONG, y el más importante a la hora de elegir entre una y otra para hacerlo, bastante más que el tipo de proyectos que lleven a cabo, la zona de acción en la que opere o su orientación política o religiosa (AEF, 2009).

Es asimismo necesario plantearse que si la aprobación baja, antes o después baja la confianza. Y si ambas lo hacen, la participación de los jóvenes en este tipo de organizaciones, inevitablemente, terminará disminuyendo. No solamente la *implicación*, que analizaremos en el próximo apartado, sino también la participación en tantos y tantos eventos y acciones que se organizan precisamente con el objetivo de captar jóvenes e involucrarlos más activamente (desde manifestaciones a conciertos benéficos o simplemente fiestas).

Antes de dejar atrás el terreno de las actitudes y valoraciones para adentrarnos en el de la implicación *efectiva*, no está de más preguntarse: ¿en qué consiste exactamente el paso de una a otra? ¿Qué relación existe, si alguna, entre la esfera de las actitudes y la del compromiso y la acción? En nuestra opinión, distorsionaría bastante la lectura de los datos tener en cuenta solamente una relación lineal entre ambas esferas, es decir, si considerásemos la participación de los jóvenes en las asociaciones o su implicación con personas y causas exteriores a su grupo de amigos y a su

familia simplemente como una materialización de sus actitudes. Este tipo de relación entre ambas existe, no cabe duda. Las aportaciones sobre cultura cívica realizadas por autores como Gabriel Almond y Sidney Verba (1980), ponen de manifiesto la existencia de una estrecha relación entre la confianza social y la cultura participativa en el seno de una sociedad. Cuanto más se confía en las instituciones y en las organizaciones, más activamente se participa en ellas y, concluyen los autores, mejor funciona el sistema democrático. Este fenómeno, lógicamente, también puede ser leído en sentido contrario: cuanto mayor sea la participación en este tipo de instituciones o grupos, cuanto mayor cercanía y conocimiento tanto de sus objetivos como de su funcionamiento interno o de personas de carne y hueso dentro de ellas y, por último, cuanto más profunda la implicación con sus causas, mayor confianza e implicación afectiva podrá, por lo general, esperarse.

Lo dice el conocido refrán español: “El roce hace el cariño”. El cariño y, cabe añadir, la identidad, ya que las actitudes empujan a la acción y ésta, por su parte, las refuerza y, además, da forma a las identidades. Precisamente ahí es donde reside una de las diferencias más notables entre las actitudes anteriormente expuestas y la implicación, en la fuerza con la que esta última forja y es capaz de mantener las identidades colectivas de los sujetos. ¿Cómo? Tanto a través de la absorción comunitaria de ideas y objetivos compartidos como a través de la fidelidad a éstas, al mismo grupo y a uno mismo. “La fidelidad”, escribe Comte-Sponville recordando a Montaigne, “es el verdadero fundamento de la identidad personal”. “¿Por qué debo mantener mi promesa de la víspera si hoy ya no soy el mismo?”, se pregunta el autor a continuación: “por fidelidad” (1995: 67). Antes que la falta de tiempo o la desilusión con los ideales colectivos y el creciente desapego, por lo tanto, la identidad y la fidelidad serán los principales escollos con los que tendrá que vérselas, en la actualidad, la participación juvenil: “la identidad colectiva”, sentencia Todorov, “ha dejado de tener buena prensa. Es sospechosa de ser una especie de conspiración contra la libertad individual” (2008: 83).

Esta es la esencia del carácter de la *modernidad líquida*, expresión acuñada por Zygmunt Bauman (2000) para designar la sociedad actual. En este tipo de sociedad, la fidelidad y la identidad colectiva, así como los derechos y obligaciones que éstas conllevan, atan de pies y manos, obstaculizan los movimientos y constriñen la iniciativa. La “levedad del ser”, primer mandamiento de una sociedad consumista inimaginable sin una moda cada vez más efímera, difícilmente es capaz de soportar la “gravedad” de la fidelidad a sí mismo y a una colectividad, la “gravedad” de la identidad: “los sólidos que han sido sometidos a la disolución, y que se están derritiendo en este momento, el momento de la modernidad fluida”, escribe Bauman, “son los vínculos entre las elecciones individuales y los proyectos y las acciones colectivos – las estructuras de comunicación y coordinación entre las políticas de vida individuales y las acciones políticas colectivas–” (ibídem, 12).

TABLA 2. Asociaciones a las que pertenecen los jóvenes. Evolución histórica 1994-2010

	1994	1999	2005	2010	2005 - 2010
Ninguna	69	70	80.9	81.0	▲
Deportivas	14	12	5.6	6.5	▲
Educativas, artísticas o culturales	6	5.5	4	3.1	▼
Sociedades locales o regionales (peñas, fiestas, cofradías, etc.)	-	-	2.7	2.8	▲
Benéfico-sociales, ayuda a los demás	2	3	2.1	2.4	▲
Juveniles (scouts, guías, clubes juveniles)	6	6	2.6	2.3	▼
Ecologistas, protección de la naturaleza/animales	2	1.6	1.6	1.6	-
Religiosas	4	3.5	2.5	1.6	▼
Sindicatos	1	0.8	1.2	0.9	▼
Partidos políticos	1	0.8	1.1	0.8	▼
Derechos humanos	1	0.5	0.9	0.8	▼
Ayuda y cooperación al desarrollo del Tercer Mundo	-	-	1	0.8	▼
Mujer, feministas			0.3	0.3	-
Antiglobalización			0.2	0.1	▼

Si aceptamos que los jóvenes son la punta de lanza de esta transformación descrita por Bauman y no perdemos de vista el análisis que hemos realizado hasta el momento de sus actitudes hacia los diferentes movimientos sociales, es difícil que nos sor-

prendan los siguientes datos sobre participación. La tabla 2 recoge la evolución desde 1994 hasta el 2010 del porcentaje de jóvenes que no participan en ninguna institución (en negrita) y el de los que participa en alguna. Como puede observarse, las diferencias entre los datos del anterior informe del 2005 y éste son puramente anecdóticas. Los ascensos son ínfimos, un 1% la participación en asociaciones deportivas y apenas unas pocas décimas en sociedades locales o regionales y benéficos sociales. Pero también son mínimos los descensos, con la diferencia, eso sí, de que estos últimos no afectan sólo a tres asociaciones, como en el caso anterior, sino a las diez restantes.

Lo que no es en absoluto anecdótico es que los datos casi no sufran variaciones con respecto al 2005. Como puede apreciarse claramente en la tabla, si se observa la evolución del porcentaje de jóvenes que no pertenece a ninguna asociación, el *gran hundimiento* se produce entre 1999 y 2005. Entre estos dos años, casi un 11% de jóvenes se *da de baja*. La importancia de los datos del 2010 radica, más que en la miniatura porcentual de ascensos y descensos con respecto al 2005, en que constatan lo que hace cinco años quizás podría haberse interpretado solo como un capricho estadístico: la participación social también se hunde. Conveniente tener aquí en cuenta que no se pregunta a los jóvenes solamente por su participación en asociaciones de carácter altruista o asociaciones comprometidas con un ideal social (que en los datos del 2010 apenas consiguen superar el 9% de participación); se les pregunta por todo tipo, *cualquier* tipo de asociación, desde deportivas hasta culturales o, simplemente, juveniles.

Los anteriores datos se vuelven aún más dramáticos al ser contrastados con los del resto de países de Europa. ¿Puede apreciarse el mismo abandono social entre los jóvenes europeos? La media europea de participación juvenil en algún tipo de organización es del 26% y la de compromiso con alguna actividad de voluntariado, del 17% (Flash Eurobarometer 202). Atendiendo solamente a las medias, se hace difícil afirmar que la juventud

Europea sea especialmente activa. Sin embargo, depende mucho de los países. Dinamarca, Alemania, Austria, Holanda o Finlandia, por ejemplo, superan ampliamente los porcentajes medios europeos, rebasando el 35% de participación en organizaciones y el 20% de implicación en actividades de voluntariado. Hay que irse al extremo opuesto, al de los últimos puestos de la lista, para encontrar a España, con 12 y 9% respectivamente. Asimismo, los países en los que mayor actividad en este aspecto puede observarse entre los jóvenes son los que tienen, al mismo tiempo, los mayores niveles de participación para el conjunto de la población. El caso de España no es una excepción: el porcentaje de españoles que pertenecen activamente a algún tipo de organización o que ofrecen su colaboración como voluntarios, el 15% exactamente (menos de uno de cada seis), es el más bajo de toda Europa, por debajo de todos los países con la única excepción de Portugal (Special Eurobarometer 223, Social Capital 2005). La participación social no es una cuestión a-cultural, un impulso primario que surge, sin más, en un campo yermo. Asociarse y crear una identidad colectiva son, ante todo, habilidades sociales que el joven aprende de sus padres y educadores, de las figuras públicas, de sus ídolos musicales, del cine o la televisión.

4. Rebeldía consumista y actitud “anarca”

“¿Qué es un hombre rebelde?” se preguntaba hace ya tiempo Albert Camus en su famoso libro homónimo: “un hombre que dice que no” (1951, 22). Quizá esta respuesta parezca excesivamente sucinta, pero nos permite plantearnos una cuestión fundamental: ¿a qué dicen “no” los jóvenes actuales?, ¿contra qué o contra quién se *re-vuelven*? La conclusión general que se puede sacar de los datos y las argumentaciones presentados hasta aquí es, sin duda: a nada, contra nada, contra nadie. Y menos aún como generación o, por lo menos, con un leve sentimiento de “nosotros” ya que, como se ha visto, desertan de toda forma de acción, social o política, colectiva. ¿Es necesario ese sentimiento para que exista

una auténtica rebeldía? Por lo menos en opinión de Camus, sí, imprescindible: la rebelión, escribe, “fractura al ser y le ayuda a desbordarse (ibídem, 27). Es posible, por supuesto, que existan rebeldes solitarios, aislados (muchos de ellos de hecho lo están), pero desde el momento en el que todo movimiento de rebelión invoca tácitamente un valor, tomar conciencia de él hace que se adquiera conciencia de ser colectivo”. El autor resume su pensamiento en una fórmula magistral: “yo me rebelo, luego nosotros somos” (ibídem, 34).

Una definición más elaborada del concepto de rebeldía, la ofrecida por Robert Merton (1949: cap. IV), relaciona ésta, desde la perspectiva sociológica, con el sistema social vigente. Para este autor, la rebeldía supone una forma de reaccionar tanto frente a los valores culturales en una determinada sociedad como contra las normas y los medios que ésta ofrece a sus integrantes para la consecución de dichas metas⁴. Al reconocerse consumistas, y no, o por lo menos no mayoritariamente, de forma crítica, los jóvenes actuales reconocen estar dando su visto bueno al modelo cultural consumista y la gran mayoría, probablemente, también a sus me-

4 La tipología propuesta por Robert Merton incluye cinco tipos de respuestas adaptativas al sistema social según sea la aceptación o el rechazo de, por un lado, las metas culturales que ofrece y, por otro, de los medios institucionalizados para alcanzar dichas metas. Muy resumidamente:

- Conformidad: se aceptan tanto las metas culturales como los medios para alcanzarlas. Es el predominante en las sociedades estables.
- Innovación: Se aceptan las metas culturales, pero no los medios que la sociedad pone a disposición de los individuos para alcanzarlas, por lo que se buscan medios alternativos, no “legítimos” (delictivos) y se infringen los legítimos. Surge con frecuencia en sociedades en las que se unen metas culturales de éxito y una estructura social muy desigual.
- Ritualismo: Se abandonan los objetivos culturales, pero se respetan, ritualmente, las normas y los medios institucionales.
- Retraimiento: Ni se aceptan las metas culturales ni los medios institucionalizados. Es propio de ermitaños, vagabundos, etc.
- Rebelión: Comparte con el retraimiento que no se aceptan ni las metas ni los medios, pero a diferencia del anterior, en este caso se proponen otras metas y otros medios diferentes con el fin de cambiar la estructura cultural y social de su sociedad.

dios legitimados, situándose así en las antípodas de la rebeldía, es decir, según la propia tipología mertoniana, en el conformismo. Se trataría, si quisiéramos detener aquí nuestro análisis, en lo que Ruiz Olabuénaga denomina una “rebeldía benévola”: optimista, nada revolucionaria, que se centra en la mejora y el aprovechamiento de lo cotidiano, para la que el futuro va a consistir en la posesión y el manejo de los mismos recursos que tenían sus padres y cuyo proyecto podría concretarse en salir del paro mediante un puesto de trabajo, mejorar el nivel del vida y disfrutar de la felicidad mediante la riqueza y los bienes materiales (1998, 121-125).

Ahora bien, a la vista del análisis de la rebeldía, de la mano de Camus y de Merton ¿qué tiene esta “rebeldía benévola”, descrita por Ruiz Olabuénaga, de rebelde? Más importante aún, ¿se sentirían los jóvenes identificados con esta descripción de *su* rebeldía? ¿Es eso lo que tienen en mente cuando afirman que la juventud actual es rebelde? Es poco probable. No podemos, claro está, conocer el significado que le otorga cada joven a este concepto al contestar nuestra pregunta. Pero sí podemos, no obstante, indagar en el significado que ha adquirido en el actual discurso consumista (Heath, Potter: 2005; Schor: 2004). Pasemos, por lo tanto, a las dos últimas cuestiones planteadas al comienzo: ¿existe una rebeldía-consumista?, y ¿qué nuevos significados adquiere este concepto para la juventud actual?

“El mayor peligro del consumismo”, escribe Pascal Bruckner, “estriba menos en el despilfarro que en la glotonería, en el hecho de que se apodera de todo lo que toca para destruirlo, para reducirlo a su merced. Ya no se expresa sólo en términos de placer sino que, para avanzar sus peones, recurre al lenguaje del valor, de la salud, de lo humanitario, de la ecología” (1995: 80). Esta “lógica caníbal”, como la denomina el autor, nos ayuda a atisbar cuál ha sido el proceso de apropiación y consecuente redefinición por parte de la sociedad consumista de un buen número de valores posmaterialistas, entre los que la rebeldía ocupa un

lugar privilegiado. Estrechamente ligada al imperativo estético, que como hemos visto es considerado por los propios jóvenes como su tercera seña de identidad, la rebeldía surge como figura mítica de este tipo de sociedades, estrechamente ligada a las propias necesidades internas del sistema. El consumidor *rebelde* es aquel que no duda en romper con la moda vigente, con los gustos estéticos y las tendencias de ocio establecidas, abriendo así el camino a nuevas modas, gustos y tendencias y, por lo tanto, *lubricando* la rotación consumista (algo sin lo cual este sistema sociocultural tendría sus horas contadas), a la vez que sostiene otro de sus grandes mitos, la idea de la individualidad, de que el consumo nos hace diferentes, incluso únicos (González-Anleo, 2008: 143 y ss.).

La rebeldía de nuevo cuño, resultante de su apropiación y redefinición por parte del consumismo, tiene menos lazos de parentesco con la rebeldía idealista de la generación de los años sesenta que, de acuerdo con la propia génesis del consumismo moderno (Campbell, 1988), con la del *buen salvaje*, un viejo icono del romanticismo. En las culturas prefigurativas, como denominó Margaret Mead al nuevo periodo “sin precedentes en la historia” en el que “los jóvenes asumen una nueva autoridad mediante su captación prefigurativa del futuro aún desconocido” (1970: 35), el buen salvaje, refractario al orden civilizado, a la pesada carga cultural y a las convenciones sociales, es venerado por toda la sociedad en la figura del joven. Ser rebelde no es ya una opción para la juventud actual. Es un deber. Lo quiera o no, y con independencia de si este adjetivo se adecua a sus comportamientos, la juventud actual *tiene* la obligación de responder, de una u otra manera, al papel que la sociedad le tiene asignado: ser el motor del cambio estético, de nuevas ideas, nuevas modas, nuevas tendencias. Esta es, para su suerte o para su desgracia, por usar una antigua expresión de la sociología clásica, su *función social*.

La rebeldía juvenil de los años sesenta sigue siendo celebrada en nuestras sociedades, sin embargo, como mito fundacional,

así como sus más poderosos símbolos. En especial la música, el icono más representativo de la perenne rebeldeía juvenil (y del negocio que esta representa) y uno de los mecanismos más poderosos para la perpetuación del mito: “alcanzados plenamente los objetivos revolucionarios de los que era capaz, el rock se ha enquistado en un eterno y poco grácil bucle sobre sí mismo”, escribe Ricardo Aguilera en su libro *Generación Botellón* (2002: 190).

Ya no hay que luchar por ninguna liberación sexual, el estatus juvenil está firmemente asentado, lo del pacifismo queda ya de puertas adentro, los padres no dan la tabarra, las costumbres sociales se han relajado, las drogas blandas están medianamente toleradas, y de las duras mejor ni acordarse. La industria, sin embargo, se ha empeñado en mantener la momia en tan buen estado como ha sido posible, generando nuevas corrientes que pocas veces han pasado de ser pasto para el consumo rápido y desechable.

Queda por preguntarse: ¿en qué se ha transformado la rebeldeía una vez ha sido despojada de su perfil idealista y revolucionario original? Fundamentalmente, y ahí radica la importancia de este tema para comprender en profundidad este artículo que nos disponemos a cerrar, en una pose antisocial o, para ser más precisos, como propone Gil Villa (2008: 61 y ss.), en una actitud *anarca* frente a la sociedad. Frente al modelo antisocial anarquista, representado por sus padres o abuelos, y característico de las sociedades autoritarias, el autor describe, de la mano del escritor alemán Ernst Jünger, la emergencia de una nueva generación *anarca*, característica de sociedades que pecan de falta de autoridad. Al joven *anarca*, a diferencia de los anarquistas, no le gusta la sociedad, llegando a expulsarla de sí mismo. No trabaja a su favor; no está ni a favor ni en contra de la ley, y aunque la conoce, no la reconoce, despreciando todo tipo de prescripciones, obediendo la norma cuando no les queda más remedio o cuando le interesa. Una forma de rebeldeía, en palabras de Ricardo Aguilera, que se traduce en un *trabalenguas existencial*: “unos jóvenes que

no saben exactamente lo que quieren, pero quieren a ciencia cierta que les dejen hacer lo que quieran" (2002: 194)⁵.

Teniendo en cuenta esta falta de contenido real de la nueva definición juvenil de rebeldía y, al mismo tiempo, los enormes retos que el siglo XXI plantea a las nuevas generaciones (para empezar, el de imaginarse "otro mundo posible"), puede afirmarse sin duda alguna que pocas veces en la historia la expresión "rebelde sin causa", aplicada a los jóvenes, ha tenido *tanto* y, al mismo tiempo, *tan poco* significado como en la actualidad.

5. Conclusiones

Actualmente, aún se levantan numerosas voces entre los expertos en juventud en España afirmando que la implicación política juvenil, lejos de verse mermada, se está traspasando a formas de acción política más informales y flexibles. Numerosos datos, entre ellos obtenidos en los dos últimos informes de la Fundación SM, revelan por el contrario que, lejos de cualquier forma de reenganche político, los jóvenes españoles han abandonado hace ya varias décadas cualquier forma de protesta o de acción política, quedando, literalmente, desenganchados de la vida pública

5 Esta imagen de la rebeldía *anarca* del joven actual, estrechamente unida a la del *buen salvaje*, coincide plenamente con la imagen que recibe el propio joven de la juventud actual no solamente a través de la música, sino también del cine y la televisión. Por ejemplo, en un reciente estudio de las series y otros contenidos mediáticos dirigidos a los niños, adolescentes y jóvenes llevado a cabo por el Defensor del Menor (2009) se destacaban varias de estas características. Destacamos aquí solo algunas de las conclusiones de este estudio:

- "Muchos padres representados son inmaduros, egoístas, ignorantes. Esa deslegitimación de la autoridad hace que los límites impuestos por los adultos no se presenten como normas fundamentadas, sino como reglas más o menos arbitrarias que pueden y deben transgredirse" (ibídem, 3).
- Hay, por parte, un claro cuestionamiento de la jerarquía familiar a través de figuras parentales deficitarias, y hay una impugnación general de los adultos como si de ellos no pudiera esperarse ninguna enseñanza (ibídem, 40).
- La omnipotencia que, según las series analizadas, suele definir el perfil del menor, explica también su difícil relación con la autoridad, con la necesidad y con los límites en general" (ibídem, 37).

del país. Los datos ponen de manifiesto, así, un elevado desinterés por la política y una abrumadora falta de participación en las cuestiones políticas, tanto formal como informal, no pudiéndose detectar, como se sugiere, nuevas formas de acción como chatear sobre temas socio-políticos o, incluso, la que los propios jóvenes consideran la forma más importante de acción reivindicativa: la participación en manifestaciones.

Los jóvenes, no obstante, se ven a sí mismos, fundamentalmente, como rebeldes. Y antes incluso, como consumistas, lo que invita, al no encontrar otros signos de rebeldía en su comportamiento sociopolítico, a buscar precisamente en esa dimensión el origen de su percepción, pudiendo constatar, de la mano de diversos autores, que la rebeldía es uno de los valores fetiche de la sociedad consumista, materializado en numerosos objetos y formas de consumo pero, ante todo, motor de cambio de modas y tendencias. Esta forma de rebeldía consumista, convertida en “pose” por los jóvenes, desemboca, al no unirse con ninguna acción de protesta real en la vida sociopolítica del país y sí con el más profundo desinterés por ella, en una actitud *anarca* caracterizada no tanto por el pasotismo, más típico del joven español de los noventa, como por una “indiferencia negativa” frente a la sociedad.

Bibliografía

- AEF (2009). *La colaboración de los españoles con las Ong y el perfil del donante*, disponible online en http://www.aefundraising.org/files/documentos/PerfilDonante_AEFundRaising.pdf
- Aguilera, R. (2002). *Generación botellón*, Madrid, Ed. Oberón.
- Almond, G. A.; Verba, S. (eds) (1980). *The civic culture revisited*, Newbury Park, Sage Publications, 1989
- Arendt, H. (2005). *La promesa de la política*, Barcelona, Paidós, 2008.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de cultura económica, 2007.
- _____ (2001): *Comunidad*, Madrid, Siglo XXI, 2008.

- Benedicto, J.; López Blasco, A. (Coord.) (2008). Jóvenes y participación política: investigaciones europeas, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 81.
- Benedicto, J.; López Blasco, A. (Coord.) (2008). Jóvenes y participación política: investigaciones europeas, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 81.
- Benedicto, J.; Morán, M.L. (2002). *La construcción de la ciudadanía activa entre los jóvenes*, Madrid, INJUVE.
- Bruckner, P. (1995). *La tentación de la inocencia*, Barcelona, Anagrama, 1996.
- Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*, Oxford, Blackwell publishers, 1995.
- Camps, V. (1999). *Paradojas del individualismo*, Barcelona, Crítica ed.
- Comte-Sponville, A. (1995). *Pequeño tratado de las grandes virtudes*, Barcelona, Paidós.
- Camus, A. (1951). *El hombre rebelde*, Buenos Aires, Ed. Losada, 2008.
- Crouch, C. (2004). *La posdemocracia*, Madrid, Taurus, 2004.
- Frank, T. (1997). *The conquest of cool. Business Culture, Counterculture, and the rise of hip Consumerism*, Chicago, The University of Chicago Press.
- FSM (2006). *Jóvenes españoles 2005*, Madrid, Fundación SM.
- FSM (2010). *Jóvenes españoles 2010*, Madrid, Fundación SM.
- Funes, M. J. (2008). *Cultura, política y sociedad*, en INJUVE: Juventud en España 2008, Madrid, INJUVE, Tomo 4.
- Ganuzá Fernández, E. (2008). "¿A qué llamamos participar en democracia? Diferencias y similitudes en las formas de participación", *RIS*, nº 49, p. 89-113.
- Gil Calvo, E. (2007). "La deslocalización de la protesta juvenil", en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 76, p. 147-161.
- Gil Villa, F. (2007). *Juventud a la deriva*, Barcelona, Ariel.
- González-Anleo, J.M. (2006). "Relaciones e Integración" en *Jóvenes Españoles 2005*, Madrid, Fundación SM.
- Heath, J.; Potter, A. (2004). *Nations of Rebels. Why Counterculture became consumer culture*, New York, HarperCollins Publishers.
- Heath, J.; Potter, A. (2005). *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*, Taurus, Madrid.

- Hessel, S. (2010). *¡Indignaos!*, Barcelona, Ediciones Destino, 2010.
- Inglehart, R. (1996). *Modernization and postmodernization: cultural, economic and political change in 43 societies*, Princeton, Princeton University Press.
- Luhmann, N. (1981). *Teoría política en el Estado de Bienestar*, Madrid, 2007.
- Mead, M. (1970). *Cultura y compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional*, Buenos Aires, Granica editor, 1971.
- Merton, R. (1949). *Social theory and social structure* (Revised and enlarged Edition), Illinois, The Free Press, 1957.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix. Reinventing political activism*. Cambridge, Cambridge University Press.
- OIT (2010). Tendencias mundiales del empleo juvenil. Edición Especial sobre la repercusión de la crisis económica mundial en los jóvenes. Ginebra. Disponible en http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_elm/trends/documents/publication/wcms_150034.pdf
- ONU (2007). *World Youth Report 2007, Young People Transition to Adulthood, Progress and Challenges*, disponible online en: <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/wyr07.htm#wyr07>
- Rivero, A. (2000). "Ciudadanos, Repúblicas, Estados y Cosmópolis: algunos temas de la teoría política contemporánea", en *Revista Española de Ciencia Política*, nº 3, oct. 2000, p. 151-158.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns, la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 2008.
- Schor, J. B. (2004). *Born to buy*, New York, Scribner, 2005.
- Sloterdijk, P. (1993). *En el mismo barco*, Madrid, Siruela, 2008.
- Spanning, R. (2008). "'Votamos y después sufrimos' Opiniones de la gente joven sobre participación: resultados de una encuesta", en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 81, p. 45-64.
- Todorov, T. (2008). *El miedo a los bárbaros, más allá del choque de civilizaciones*, Barcelona, Círculo de lectores.