



# **INFORME DIAGNÓSTICO SOBRE JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN EN EXTREMADURA**

*Percepción y niveles de implicación de la juventud extremeña en la participación comunitaria en relación con el desarrollo sostenible en un contexto de crisis multidimensional.*

# INFORME DIAGNÓSTICO SOBRE JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN EN EXTREMADURA

## Percepción y niveles de implicación de la juventud extremeña en la participación comunitaria en relación con el desarrollo sostenible en un contexto de crisis multidimensional

Liga Española de la Educación  
C/ Vallehermoso, 54  
28015 Madrid

*Este documento ha sido elaborado en el marco del proyecto “Participación juvenil: investigación, formación y participación a favor de la sostenibilidad de la vida en el contexto de la crisis multidimensional”, financiado por la Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AEXCID) y ejecutado por la Liga Española de la Educación y Cultura Popular, en colaboración con la Universidad de Extremadura.*

*El contenido del mismo es responsabilidad exclusiva de sus autoras, y de ninguna manera debe considerarse que refleja la posición de las instituciones que han apoyado este trabajo.*

Equipo investigador por parte de la Universidad de Extremadura:

**Teresa Alzás García (Coordinadora)**  
**Eva M<sup>a</sup> Pérez López**  
**Rocío Yuste Tosina**  
**Víctor López Ramos**  
**Mark Thomas Peart**

Equipo investigador por parte de Liga Española de la Educación:

**Ana Prieto Sánchez**  
**Sonia Ortega Gaité**  
**Alba Pérez Corujo**

Equipo coordinador por parte de Liga Española de la Educación:

**Ana Prieto Sánchez**  
**Inés Molinero Vázquez**

Diseño y maquetación:  
**Tevescop S.A.**  
ISBN: 978-84-126494-5-1

## PRÓLOGO

01

### LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN EL CONTEXTO DE CRISIS MULTIDIMENSIONAL

02

#### METODOLOGÍA

- 2.1. Diseño de la investigación
- 2.2. Criterios de selección de la muestra y tipo de muestreo
- 2.3. Descripción de los instrumentos
- 2.4. Procedimiento de análisis de los datos

03

#### ANÁLISIS DE RESULTADOS: CONTEXTO CRISIS MULTIDIMENSIONAL

- 3.1. Perfil sociodemográfico de la muestra
- 3.2. Percepción de los principales problemas según ámbito territorial.
- 3.3. Temas de interés para la juventud
- 3.4. Opinión de la juventud extremeña sobre las principales acciones ante el contexto de crisis multidimensional

04

#### SOSTENIBILIDAD DE LA VIDA

- 4.1. Hacia una idea de Sostenibilidad de la vida
- 4.2. Percepción de la juventud sobre el progreso científico
- 4.3. Acciones ciudadanas presentes en la juventud

05

#### ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL

- 5.1. Análisis descriptivo e inferencial de la participación juvenil.
  - 5.1.1. Perfil sociodemográfico de la muestra
  - 5.1.2. Contexto de conversación sobre los principales problemas globales
  - 5.1.3. Frecuencia de consulta de fuentes de información
  - 5.1.4. Motivación y participación
  - 5.1.5. El asociacionismo
  - 5.1.6. El voluntariado
  - 5.1.7. Acciones de participación ciudadana
- 5.2. Perfil de participación
- 5.3. Factores que favorecen la participación juvenil asociado a distintas fuentes de información
  - 5.3.1. La participación como representante estudiantil
  - 5.3.2. Contactar con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
  - 5.3.3. Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
  - 5.3.4. La afiliación a un partido político
  - 5.3.5. Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
  - 5.3.6. Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña

05

- 5.3.7. Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- 5.3.8. Participar en manifestaciones autorizadas
- 5.3.9. Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- 5.3.10. Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- 5.3.11. Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- 5.3.12. Asistir a una reunión o mitin político
- 5.3.13. Participar en actividades ilegales de protesta
- 5.3.14. Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)
- 5.3.15. Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- 5.3.16. Participar en una huelga asociada al tipo de fuente de información
- 5.3.17. Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- 5.3.18. Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico

06

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

07

## RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE INTERVENCIONES ORIENTADAS A LA PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD EN EXTREMADURA

08

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS





*Actividades realizadas durante el proyecto Participación Juvenil*



# Prólogo

El gran reto que se plantea en este proyecto “Participación Juvenil”: Investigación, formación y participación a favor de la sostenibilidad de la vida en el contexto de la crisis multidimensional” consiste en explorar acerca de la tarea primordial sobre cómo capacitar a la juventud para que pueda adquirir competencias para la participación ciudadana, es decir, capacidad, información, formación, recursos y educación para que, en definitiva, consiga alcanzar la necesaria competencia ciudadana. Competencia ciudadana que es uno de los objetivos a los que deben atender todos los sistemas educativos europeos.

Una competencia ciudadana necesaria no solamente en el ámbito de cuestiones que se juegan en el interior de los sistemas nacionales, sino también en el de la globalización y la ciudadanía global al que apunta la Educación para el Desarrollo. Se trata en suma de adquirir la destreza cívica y poder ejercer la ciudadanía en el proceloso marco de un mundo que se mueve constreñido en un contexto de crisis diversas que confluyen de manera simultánea, desde la crisis económica y su deriva social creciente de desigualdad, el cambio climático, la COVID-19, las migraciones, las nuevas tecnologías, sin olvidar la crisis de valores y la degradación que actualmente experimentan los sistemas democráticos como consecuencia del ascenso de los populismos demagógicos los fundamentalismos de todo género y las tendencias retrógradas de carácter ultraconservador y autoritario.

Existen motivos más que suficientes para la alarma de la sociedad en general y para llamar la atención de la juventud en particular, de modo que esta centre sus intereses y sus compromisos en la contribución que debe realizar para la sostenibilidad del sistema de vida y de gobierno democráticos y de la vida en su contexto, porque generacionalmente a ella le corresponde hacerlo.

Por tal motivo, las políticas públicas de juventud y de educación deben promover, de la misma manera que la presente investigación así lo sugiere, un esfuerzo en todos aquellos campos en los que se puede y se debe promover la participación de los jóvenes. Es por ese motivo que desde proyecto instamos a los poderes públicos, instituciones y organizaciones de la sociedad civil implicados en las políticas educativas, formativas y culturales de promoción de la juventud a que presten atención a los valiosos resultados de este programa de Educación para el Desarrollo que aquí presentamos y que compartan las recomendaciones que de ella se extraen para el diseño de intervenciones orientadas a la participación de la juventud en Extremadura.

La participación juvenil activa en todo lo relacionado con lo público y el interés general, como contribución a una sociedad pacífica, estable y justa, respetuosa con el pluralismo como clave de la convivencia democrática. La participación como factor imprescindible de la intervención como ciudadanos y ciudadanas llamados a hacer realidad esa otra cara de la democracia, que es común a los sistemas democráticos avanzados en los que la ciudadanía se ejerce en todo momento y circunstancia, y no sola mente en los

procesos electorales. Democracia, en suma, participativa que es la otra dimensión de la democracia con mayúscula que es la propia democracia representativa. Ambas se complementan necesariamente entre sí y se fortalecen conjuntamente en su ejercicio. Tal es el gran objetivo que solamente se consigue adquiriendo la competencia ciudadana a través de una educación para la ciudadanía democrática y los derechos humanos y para ponerla en ejercicio desde la juventud. Adquiriendo las capacidades necesarias que permitan regir libremente nuestras vidas en un ambiente de complejidad y crisis multidimensional.

**Victorino Mayoral Cortés**

**Presidente de Liga Española de la Educación y Cultura Popular**

# 01

## La participación juvenil en el contexto de crisis multidimensional

En la actualidad nos encontramos en una época que confluyen múltiples crisis (ecológicas, económica, sanitaria, social, de materiales, de energía, de valores, migratorias, etc.), que tiene su inicio con el estallido de la gran crisis en 2008 (Pérez, 2012). En ese sentido, antes ya se postulaban visiones críticas en relación a la profunda crisis multidimensional respecto a tres cuestiones como señala Pérez (2012): en primer lugar la crisis ecológica global debido al cambio climático, el agotamiento de los recursos naturales y la pérdida de biodiversidad; en segundo lugar la crisis de reproducción social del Sur global como consecuencia de unas expectativas materiales y emocionales inalcanzables para la gran parte de su ciudadanía; y por último, la crisis de los cuidados del Norte global, que mostraba las penurias de los cuidados, siendo estos insatisfactorios, insuficientes, precarios y no libremente elegidos. Además, ya se observaba en el horizonte la creciente desigual social global, “un norte rico y consumista y un sur empobrecido y con dificultades de acceso a los recursos básicos” (Herrero, 2010, p.2).

Es necesario repensar el mundo que vivimos, sin duda, en una época crucial para el devenir del planeta y de la humanidad, como señala Prats (2018) “los patrones de insostenibilidad en la producción, consumo y crecimiento demográfico desbordan ya los límites biofísicos del planeta y los tiempos para las dilaciones se han acabado” (p.10). En términos de Bauman,

el estado de bienestar que prometía la modernidad sólida ha dejado paso a un difuso estado de malestar que acecha por doquier al sujeto posmoderno, en el trabajo, en la familia, en el ámbito de las relaciones de amistad, en el amor, en la sexualidad, en la vida pública, en nuestra relación con la infancia, con el extranjero, con la enfermedad o con la muerte. (Arenas, 2011, p.120)

Así, la pandemia por COVID-19 generó una crisis sanitaria que vino a unirse y a profundizar otra serie de crisis preexistentes (crisis ecológica, crecientes desigualdades, violencias machistas, tendencias antidemocráticas, etc.), así como la crisis de cuidados (Díaz, 2019). Esta crisis global multidimensional muestra que el modelo socioeconómico dominante a escala planetaria no es sostenible, al no poner en el centro de las políticas la sostenibilidad de la vida como principio e ignorando las ideas de la interdependencia entre personas y territorios y de la ecodependencia de todas las actividades humanas.

Todo ello, hace necesario pensar un cambio de modelo de vida, transformar la idea del “tener” por la del “ser”, es decir, humanizar la vida desde las cuestiones tanto esenciales y locales como las más complejas y globales. Se

trata, de poner en valor las pequeñas acciones que sostienen la vida, vivir más despacio, conectar con la naturaleza como un ser vivo más y pensar en la colectividad por encima de lo individual. Ideales que están en el abismo de los principios del mundo neoliberal y capitalista en el que vivimos. Se trata de “deconstruir para repensar” otras formas de vivir para un mundo más justo y cohesionado en armonía con la naturaleza. Pérez (2011) afirma que “reconocer la vulnerabilidad no es reconocer un mal, sino la potencia que hay ahí (...) la vida siempre es vida en común” (p.44). Por otro lado, González (2022) al hilo de la importancia de repensar nuestra situación como individuos y como colectivo,

la población debe ser consciente de los retos ecológicos, que son también sociales, que tiene que enfrentar. Para que esta toma de conciencia se convierta en acción, un primer paso es interiorizarla idea de que la ciudadanía organizada es un actor social capaz de impulsar cambios económicos, políticos y culturales, que serán posibles solo con el trabajo de muchas personas organizadas y coordinadas. Estas organizaciones sociales, para que tengan éxito, además, deben ser resilientes tanto en el tiempo como en los desafíos que tendrán que superar. (p.36)

En esa línea, la Agenda 2030 de Naciones Unidas plantea “respuestas sistémicas a una visión global e interrelacionada del desarrollo sostenible que afronta cuestiones tan importantes como la desigualdad y la pobreza extrema, los patrones de consumo no sostenibles y la degradación ambiental, el reforzamiento de las capacidades institucionales, así como procesos de solidaridad global novedosos” (Gómez, 2017/18, p.108). Aspecto claves que van en consonancia con la idea de generar otros estilos de vida, pero siendo consciente de los 17 objetivos y 169 metas propuestos.

La realidad impone, más que nunca, la necesidad de estrategias que estimulen actitudes favorables a las grandes transformaciones locales y globales necesarias para alcanzar los ODS, considerando que la dirección que se tome para afrontar las causas y efectos de estos grandes retos, estará muy condicionada por las múltiples realidades e imaginarios que se entrelazan a nivel individual y colectivo, además de la dimensión social, política y económica. La participación ciudadana, factor de fortalecimiento de la democracia contemporánea (Santos, 2019), es fundamental en un posible cambio de paradigma socioeconómico.

Y para todo ello, es clave el papel de la juventud, su visión en relación al mundo y sus diferentes realidades como el valor de la sostenibilidad de la vida para transformar el mundo. La participación juvenil y su promoción propicia “una actitud positiva hacia el futuro y el cambio” (Giulia & Leone, 2016, p.136) de las personas jóvenes, lo que derivaría en una sociedad más cohesionada y optimista para generar el cambio deseado. Es evidente, que los nuevos escenarios digitales han creado otras formas de participación en un mundo más veloz y provisional a la vez que más precario a nivel laboral, social, emocional, mental, etc. El mundo de hoy nada tiene que ver con el mundo de generaciones pasadas, y por ello, hay que recoger información que muestre qué visión del mundo tienen los y las jóvenes, en concreto, la juventud extremeña.

El Objetivo número 1 de la Estrategia de la Unión Europea para la Juventud 2019-2027 es “permitir que los jóvenes se conviertan en artífices de su propia vida, apoyar su desarrollo personal y su camino hacia la autonomía, reforzar su resiliencia y dotarlos de habilidades para la vida a fin de que puedan enfrentarse a un mundo cambiante” (p.456/2).

Según la Revista de Estudios de Juventud, la juventud actual tiene capacidad para cuestionar el mundo y transformarlo mediante innovación, expresión y formación

(Juventud protagonista: capacidades y límites de transformación social, 2011). Podemos confirmar que el concepto de participación (juvenil) significa “la potestad de hacer escuchar la propia voz e influir en los procesos de toma de decisiones colectivas” (Hernández, 2021, p.114). Esta participación debe validar y desarrollar las fortalezas, intereses y habilidades de las personas jóvenes para que se impliquen en las oportunidades de toma de decisiones de su entorno, sin esperar que se amolden a estructuras ya predefinidas (Association, 2003). No solo han cambiado las maneras de participar sino los entornos se han multiplicado con el auge de las TIC y las redes sociales, generando nuevos modos de participación social entre la generación llamada nativos/as digitales, identificando usos específicos y de fácil acceso (Fuentes & Belando-Montero, 2022).

Esta diversificación de espacios y contextos, de oportunidades de formación y de ocio al alcance de un clic puede haber derivado en una menor visibilidad de la participación juvenil en los espacios tradicionales, y derivar en una idea preconcebida de que ‘la juventud no se mueve’ o lo hace por motivos muy puntuales. Sin embargo, el entorno digital ofrece espacios y entornos donde una generación con acceso ilimitado, capacidad de convocatoria, acción espontánea puede contribuir a cambiar la vida política (Bauman, 2000).

Nos enfrentamos a grandes retos planetarios, que requieren de una ciudadanía con un conocimiento crítico de la realidad, comprometida, activa e implicada en los cambios. Esto se refleja en diferentes metas vinculadas con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) cuatro, cinco, doce, trece y dieciséis. En especial, es necesario que la juventud, y la ciudadanía en general, tengan una mirada crítica a los diferentes escenarios que se crean en la sociedad en clave de justicia social, propuesta con mayor conexión, relacionadas con la participación democrática y la educación para el desarrollo sostenible y la ciudadanía mundial cuestiones en consonancia con la meta 4,7

“educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.” (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2015, p.20).

Para el nuevo contexto social en el que nos movemos es fundamental el desarrollo del pensamiento crítico, concepto acuñado a finales de los años 90 y que sintetiza el apoyo en estándares para el análisis de información o ideas que recibimos, o la resolución de problemas en distintas disciplinas (Rojas et al., 2016). Para su desarrollo la sociedad debe practicar el planteamiento de preguntas que permitan profundizar en el análisis, y por supuesto disponer de una información veraz que derive en conocimiento (González Reyes & Chuliá, 2022). Y para ello la educación es pieza clave para mostrar las múltiples realidades que cohabitan en el mundo y construir un mundo más justo, solidario y sostenible para crear nuevos escenarios de transformación, se trata de pensar en una educación para la ciudadanía emancipadora y crítica que plantea una serie de planteamientos (Ortega-Gaite, 2016, p.137-138):

- Debe facilitar la comprensión de la realidad mundial desde diferentes perspectivas para que la ciudadanía tome conciencia crítica que genere cambios de actitudes y valores a nivel individual y a nivel colectivo.
- Busca una transformación social a través de la participación activa de la ciudadanía en clave de justicia, equidad de género y solidaridad.

- Plantea crear una cultura comprometida con un desarrollo humano que sea justo, equitativo y sostenible a lo largo de la historia, que dé acogida a las diferentes formas de hacer y sus procesos.
- Ha de facilitar la construcción de una ciudadanía global, con una mirada transformadora, que se implique en el proceso de forma activa y tome conciencia de la realidad mundial desde una dimensión global.

Dado que la participación es un concepto íntimamente ligado a la idea de democracia (Contreras & Montecinos, 2019), y no ejercerla supone riesgos importantes para la sociedad, es un derecho fundamental recogido en la Constitución Española, en la Declaración de los Derechos Humanos, también esto se reafirma a nivel regional en la Ley 13/2010 del Consejo de la Juventud de Extremadura, por lo que consideramos que estudiar y ahondar sobre la participación de la juventud es relevante como una condición para el cambio social ya que permite dar respuestas a necesidades e intereses colectivos y transmite los valores de una ciudadanía responsable que precisa de implicación, de compromiso y de solidaridad.

Conocer las claves de cómo crear escenarios de participación juvenil desde la voz de la juventud extremeña, que se sientan líderes y lideresas, comprometidos/as con la transformación social del mundo que habitan. Una transformación que debe venir de la mano de nosotras, las personas, porque somos seres de transformación y no de adaptación (Freire, 1997) como nos hacen creer los postulados neoliberales.

Este estudio busca conocer las percepciones y niveles de implicación que muestra la juventud extremeña acerca de la participación ciudadana y comunitaria en relación con el desarrollo sostenible y la sostenibilidad de la vida en un contexto de crisis multidimensional. Partiendo de la hipótesis de que la población joven es un actor fundamental para la transformación que debe ser incluido en el proceso de conformación de soluciones como activo decisor del futuro que les espera, considerando el hecho de que la pasada pandemia en 2020 ha agudizado su inseguridad y desesperanza en el futuro, a la vez que muestra una tendencia favorable a comprometerse en la búsqueda de soluciones ante los problemas actuales.

La investigación se ha diseñado desde el enfoque de métodos mixtos que plantea la combinación de la metodología cuantitativa y cualitativa. Concretamente se trata de un estudio de carácter transversal y de corte descriptivo-inferencial, en el que se recoge un análisis general de la percepción de la juventud sobre el contexto de crisis multidimensional y, además, un análisis más en profundidad sobre la participación juvenil desde una perspectiva de género, junto con otras variables como la edad y el territorio, que permitan conocer la complejidad de la participación en distintos contextos y realidades.

## 1.1. Diseño de la investigación

En primer lugar, en la metodología cuantitativa, se diseña un cuestionario comenzando por una revisión teórica e instrumental de distintas fuentes bibliográficas (repositorios institucionales, científicos y bases de datos del Centro de Investigaciones Científicas, entre otras). A partir de este diseño inicial, se realizaron tres sesiones con el grupo de persona expertas en el desarrollo de proyectos socioeducativos (responsables de coordinación y seguimiento, así como personal técnico de implementación del proyecto). En la primera sesión se revisó la batería de ítems conforme a los objetivos planteados. En una segunda sesión se seleccionaron las preguntas valoradas como más relevantes y se estudió la validez de cada ítem. En una tercera y última sesión, que se realiza tras la realización de una prueba piloto, se tomaron decisiones sobre el diseño final cuestionario, conforme al tiempo estimado de realización, lenguaje -sencillez, inclusividad y adaptabilidad a la población- y el formato del instrumento -accesibilidad, visibilidad y usabilidad-.

Transcurrido el tiempo fijado para la recogida de datos se procedió al análisis. El procedimiento seguido para ello se realiza con apoyo del programa estadístico SPSS. Tras la codificación de los datos recogidos y el volcado de los datos al software de análisis cuantitativo se procede al análisis de los datos, que concretamente se realiza en dos fases: una primera fase, que analiza de manera descriptiva la percepción de la juventud ante el contexto de crisis multidimensional y una segunda fase donde se realiza un estudio más profundo sobre la participación juvenil, considerando las diferencias que se

puedan encontrar según edad y sexo de la población objeto de análisis. Este análisis detallado permite el diseño de diversos perfiles de jóvenes en el ámbito de la participación, además de identificar los factores que favorecen la participación.

Finalmente, para la presentación de los resultados se realiza un informe que presenta detalladamente la ficha metodológica junto con los resultados obtenidos a través de las distintas pruebas estadísticas.

### Figura 1

#### *Diseño de investigación cuantitativa*



En segundo lugar, en la metodología cualitativa, el diseño de los grupos focales se plantea con el objetivo de trabajar de forma simultánea con diferentes personas, generando un ambiente de cohesión que facilite el intercambio de mensajes entre ellos y ellas (Onwuegbuzie et al., 2011), para incorporar y comprender conceptos, opiniones y experiencias conforme a los objetivos planteados con jóvenes de Extremadura de 14 a 29 años. Se trata de una entrevista grupal donde los miembros del grupo dialogan, debate, negocian y consensuan sobre el tema que se plantea. El uso de los grupos focales en esta investigación con población juvenil nos permite informarnos de la realidad social según sus subjetividades y percepciones personales, obteniendo información en un tiempo menor (Gutiérrez, 2011). El resultado de los grupos focales se ha obtenido a partir de la transcripción literal, recogido de manera confidencial y codificada para preservar el anonimato de las personas participantes.

#### 1.2. Criterios de selección de la muestra y tipo de muestreo

Para el cuestionario, la población muestral está constituida por jóvenes de entre 14 y 29 años residentes en Extremadura, que a fecha del último censo (2021) es de 175802 jóvenes; tomando como referencia dicha población, se estima un tamaño muestral de 384, para un nivel de confianza del 95% y un margen de error de  $\pm 5$ .

En lo referente a la selección de las unidades muestrales, se siguió un muestreo no probabilístico por cuotas, a partir de las variables de sexo, edad y lugar de residencia habitual. Para ello se diseña un marco de muestreo que comprende principalmente la administración del cuestionario de manera presencial en centros educativos tanto escolares como sociales; por otro lado, se ha realizado la administración del cuestionario virtualmente a través de la difusión en redes sociales de distintas entidades organizativas de carácter juvenil.

En una primera fase se administró el cuestionario más amplio, que incluye la parte de análisis del contexto de crisis multidimensional junto con la parte de participación juvenil, alcanzando un tamaño muestral de 297 personas y en una segunda fase, con la administración del cuestionario específico de participación se alcanzó el tamaño muestral estimado inicialmente, llegando a 409 cuestionarios administrados en esta segunda fase.

En relación a los grupos de focales, se realizan un total de cuatro, dos de ellos en Cáceres ciudad, otro en el contexto rural de la provincia de Cáceres y otro en la ciudad de Mérida. En total participan 33 personas (GF-n1...n11; GF2-n1...n9; GF3-n1...n7; GF4-n1...n6), 17 hombres y 16 mujeres, con edades comprendidas entre 16 y 29 años residentes en Extremadura como se muestra en la Figura 2.

**Figura 2**  
*Información de los Grupos Focales*



### 2.3. Descripción de los instrumentos

Los instrumentos, tanto el cuestionario como los grupos focales, se organizan en relación a cuatro grandes dimensiones: una dimensión sociodemográfica que permite describir las características generales de la muestra; una dimensión que recoge cuestiones relativas al contexto de crisis multidimensional que permite analizar el conocimiento de las diferentes realidades del mundo, así como su interés sobre temas sociales; una tercera dimensión que aglutina la opinión de la juventud sobre cuestiones actuales de sostenibilidad; y una cuarta dimensión que recoge un amplio conjunto de ítems sobre las distintas formas de participación, así como los principales facilitadores y obstaculizadores que pueden explicar la incidencia sobre la participación.

En el cuestionario, la dimensión sociodemográfica recoge un conjunto de variables, entre ellas el sexo, que con el fin de facilitar el análisis multivariante, se establecen como indicadores, mujer y hombre; la variable edad, que se configura considerando 4 intervalos de edad, que permite conocer con precisión las características de la muestras, no obstante en análisis más precisos la edad se presenta agrupada en dos intervalos: jóvenes entre 14 y 21 años y jóvenes entre 22 y 29 años; la variable ocupación, que recoge un conjunto de indicadores generales desde únicamente estudio hasta únicamente trabajo, combinado con opciones de empleo esporádico o estable; y la variable lugar de residencia, que se organiza en distintos ítems: por provincia, localidad rural o urbana y tamaño de población con la finalidad de facilitar la aplicación de las distintas pruebas de análisis estadístico.

La dimensión que recoge cuestiones relativas al contexto de crisis multidimensional aglutina diversos ítems, unos relativos a la identificación de los principales problemas actuales a escala mundial, regional y local, otros ítems sobre los contextos (educativo,

familiar, laboral, círculo de amistades) en los que se conversa sobre estos problemas, y otros ítems que recogen las fuentes y frecuencia de consulta de información sobre los principales problemas actuales. Para estos ítems los indicadores se han formulado a partir de una revisión exhaustiva, tanto de fuentes procedentes de instituciones gubernamentales como de organizaciones no gubernamentales y posteriormente, estos indicadores han sido agrupados y redefinidos en los siguientes problemas: la pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones, el cambio climático, las guerras y conflictos bélicos, la falta de empleo y precarización laboral, la crisis energética, la población migrante, los movimientos y crisis migratorios, la crisis de valores (consumismo, intolerancia, individualismo, etc.), la violencia contra las mujeres y otro relativo a la crispación social y política.

Otro conjunto de ítems relativos a la dimensión del contexto multicrisis se han elaborado con fines complementarios para el posterior análisis de los datos, para ello se han consultados distintos informes anuales presentados por el Instituto de la Juventud y los distintos centros de investigación oficiales como el CIS y el INE. Concretamente se han seleccionado aquellos ítems que recogen la valoración de acciones necesarias para superar este contexto de crisis y los temas sociales de interés.

La tercera dimensión sobre la sostenibilidad reúne un conjunto de siete ítems que miden la opinión de la juventud sobre distintos discursos sociales presentes en la actualidad como por ejemplo “Separar los residuos es absurdo, porque luego van a ir todos al mismo vertedero” o “Todos los envases deberían ser retornables y que te gratificaran con dinero al devolverlos”. La selección de estos ítems ha sido compleja dada la amplitud del propio concepto teórico, sostenibilidad, y la gran diversidad de subdimensiones que abarca, por tanto, se han diseñado los ítems más representativos a partir de materiales elaborados sobre educación para la ciudadanía global, en el marco de las tres R -reducir, reutilizar, reciclar-. Por otro lado, dos de los ítems que integran esta dimensión, se han seleccionado a partir de la base de datos del CIS con fines complementarios para el posterior análisis de las variables, estos ítems son: la opinión sobre el progreso científico y tecnológico y la actitud hacia una ciudadanía sostenible como es “Utilizas las papeleras públicas para tirar basura” o “Te desplazas a pie, en bicicleta, en patinete o en transporte público por tu localidad”.

Finalmente, una cuarta dimensión que recoge un amplio conjunto de ítems sobre las distintas formas participación considerando aquellas formas de participación más convencionales (ir a votar o participar en una huelga) y otras formas de participación menor convencionales surgidas en el contexto virtual (firmar un manifiesto a través de distintas plataformas digitales o reenviar mensajes sobre tema de interés). Además, dentro de este bloque se han considerado variables que permiten identificar los principales facilitadores y obstaculizadores que pueden explicar la incidencia sobre la participación.

Por otro lado, los grupos focales, se plantea desde la misma lógica de dimensiones. La primera vinculada a datos sociodemográfica que sirve como filtro para participar en el grupo focal. Para las dimensiones restantes, se diseñan tres preguntas para cada dimensión como se muestra en la siguiente Tabla 1.

**Tabla 1***Preguntas de los grupos focales*

Dimensiones	Preguntas
D1. Sociodemográfica	No hay pregunta, sirve de filtro. Los y las participantes deben cumplir ser de Extremadura y tener entre 14 a 29 años.
D2. Contexto de crisis multidimensional	P1. ¿Qué entiendes por crisis? P2. ¿Estamos experimentado alguna crisis actualmente? ¿consideras qué estamos en crisis? P3. ¿Te afecta la crisis? ¿A qué nivel os afecta?
D3. Sostenibilidad de la vida	P4. ¿Has oído hablar del término sostenibilidad de la vida? P5. ¿Qué consideras fundamental para sostener la vida? P6. ¿La sociedad actual tiene que cambiar para asegurar el bienestar social?
D4. Participación juvenil	P7. ¿Participas o has participado en movimientos cívicos, plataformas ciudadanas, ...? P8. ¿Crees que la movilización ciudadana es un medio efectivo para conseguir un cambio? P9. ¿Qué harías para aumentar la participación ciudadana de cara a solicitar cambios sociales a nivel local, nacional o internacional?

La estructura base del grupo focal son nueve preguntas, con el apoyo de imágenes, y una duración aproximada de 90 minutos. Las personas participantes fueron convocadas siguiendo las pautas básicas en clave de contexto (sala neutra y agradable), uso de medio audiovisuales (grabadora y ordenador para visionado de preguntas e imágenes) y uso del tiempo (horario de fácil asistencia y con un control de usos de palabras y de duración de la sesión por parte del equipo técnico del proyecto).

#### 1.4. Procedimiento de análisis de los datos

Para el análisis de los datos obtenidos se han aplicado distintas técnicas de análisis estadístico y de análisis de contenidos, respecto a la recogida de información del cuestionario y grupos focales respectivamente. En primer lugar, para el cuestionario, se han empleado técnicas descriptivas, fundamentalmente tablas de doble entrada y cálculo de valores centrales como la media, que han permitido tener una perspectiva general de la participación de la juventud con los datos segregados por sexo, edad y características del municipio (rural/urbano); posteriormente, con el fin de identificar las diferencias significativas según sexo, edad y característica del municipio se ha realizado un análisis inferencial, aplicando pruebas paramétricas o no paramétricas a partir de: la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, la prueba de la aleatoriedad de las distribuciones de Rachas y la prueba de igualdad de varianzas de Levene; y por último, para identificar los factores que favorecen la participación juvenil se han realizado técnicas de análisis correlacional. En segundo lugar, para los grupos focales, se emplea la técnica de análisis de contenidos que permite obtener significados, percepciones, experiencias, anécdotas del grupo de participantes procesando la información de forma inductiva. El discurso describe realidades sociales fruto de la interacción de las personas participantes y, además,

refleja la dinámica establecida entre ellos/as. Por lo tanto, no sólo contamos con los datos de las grabaciones sino de las anotaciones del equipo de investigación.

Para analizar los discursos generados se ha seguido la siguiente secuencia de acciones:

- 1) Transcripción de cada uno de los grupos focales in situ, durante las sesiones.
- 2) Lectura de las transcripciones de cada grupo focal.
- 3) Audición de las reuniones para completar y depurar las transcripciones.
- 4) Agrupación temática de las principales ideas expuestas, por las diferentes dimensiones estudiadas.
- 5) Selección de conceptos y categorías más destacadas expuestas en los grupos focales.
- 6) Interpretación de las principales ideas surgidas de los grupos focales, exponiendo una lectura descriptiva de las intervenciones, líneas argumentales y opiniones mantenidas en los distintos grupos considerados.

# 03

## Análisis de resultados: contexto crisis multidimensional

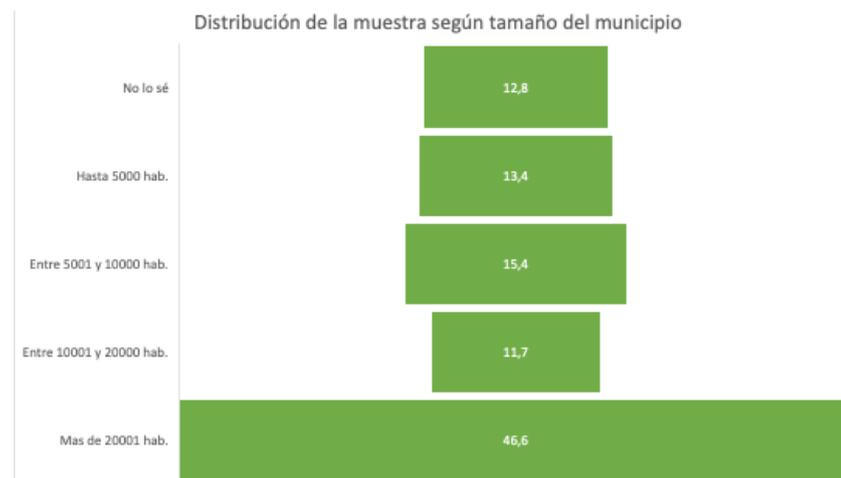
### 3.1. Perfil sociodemográfico de la muestra

La muestra en esta primera fase del estudio, relativa al análisis de la información y valoración del contexto multicrisis por parte de la juventud extremeña, está constituida por 297 personas, de las cuales el 64,8% son mujeres y el 35,2% son hombres. La distribución de la muestra según edad se concentra principalmente en los intervalos de edad más tempranas: entre los 14 y 17 años (34,9%) y entre los 18 y 21 años (38,3%); mientras que, en los intervalos de mayor edad, el porcentaje es más reducido, representando el grupo de jóvenes entre los 22 y los 25 años el 16,4%, seguido del grupo entre los 26 y 29 años con un 10,4%. Dado que el número de jóvenes se concentra en las edades de los intervalos más bajos, el porcentaje de jóvenes que únicamente estudia es de un 73,8%, seguido de un 12,8% que estudia y lo compagina con un empleo irregular y esporádico, un 5% estudia compaginándolo con un empleo estable y regular, y siendo un reducido 8,4% el porcentaje de jóvenes que únicamente trabaja.

En lo que respecta a la distribución de la muestra en el territorio extremeño, el 38,3% del grupo de jóvenes que conforman el estudio reside en la provincia de Badajoz y el 61,7% reside en la provincia de Cáceres. En lo referente a las características de su residencia habitual, en el 29,2% de los casos se ubica en zona rural y en un 70,8% se concentra en zonas urbanas; teniendo en consideración el tamaño aproximado de la población en la Figura 3 se observa que el 13,4% se encuentra en pequeñas localidades con hasta 5000 habitantes, el 15,4% en localidades entre 5001 y 10000 habitantes, el 11,7% entre 10001 y 20000 habitantes y las localidades de más de 20001 habitantes, que suponen el 46,6% de la muestra, en esta línea cabe mencionar que un 12,8% no sabe indicar el tamaño de la población en la que reside habitualmente.

### Figura 3

*Distribución de la muestra según tamaño del municipio*



### 3.2. Percepción de los principales problemas según ámbito territorial

Es interesante, mostrar cómo los y las jóvenes definen el concepto de crisis vinculado a cuestiones puramente económicas, usando sinónimos como “escasez”, “desequilibrios”, “déficit”, “carencia” y “desigualdad” y vinculado a la visión de problema que “hacen tambalear el sistema” (GF2-n7) y generan “perturbación de la situación de confort” (GF2-n7).

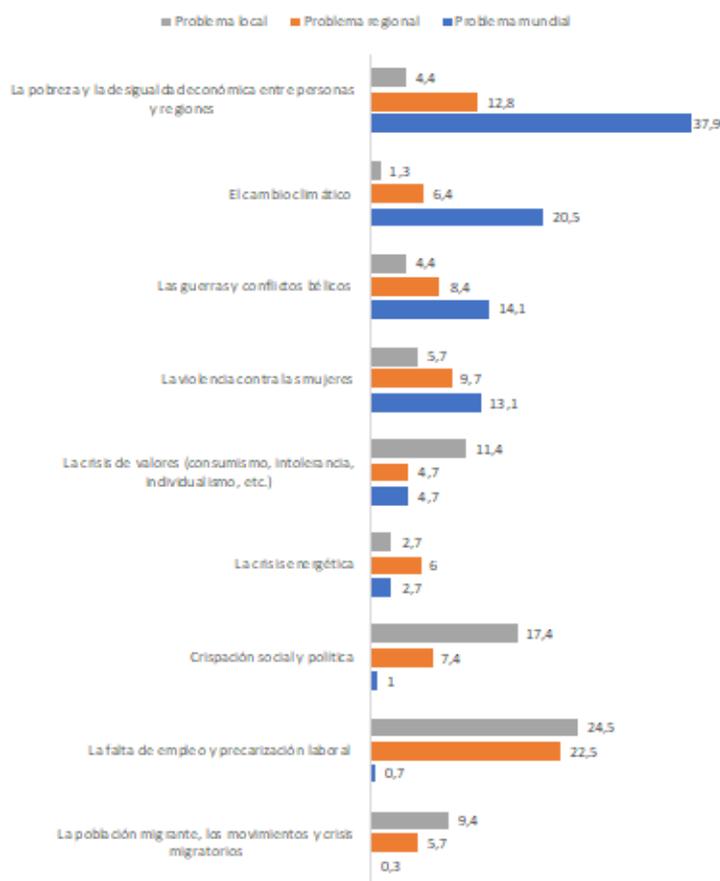
El contexto de crisis multidimensional y el conjunto de problemas que la definen puede analizarse desde distintas perspectivas, en este sentido se puede observar en la Figura 4 que los principales problemas mundiales son para la juventud extremeña: la pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones (para un 37,9% de la muestra) y el cambio climático (20,5%), siendo aspectos también destacados en los cuatro grupos focales como señala n9 (GF2) “habiendo muchas personas en el mundo que no tienen las condiciones *óptimas* para vivir” o n2 (GF4) “los inmigrantes de África que vienen a nuestro país cada año. Ellos huyen de su situación económica de su país de origen para buscar otra nueva, pero aun así para llegar aquí tienen dificultad” en relación a la desigualdad económica. No obstante, cabe analizar con detalle la percepción del cambio climático como problema a nivel regional y local, dado que la percepción del cambio climático como problema disminuye a medida que se reduce el ámbito territorial, es decir, la percepción de la pobreza y la desigualdad en considerado un problema a nivel regional por un 6,4% y a nivel local por un 1,3%.

En cuanto a los principales problemas en el ámbito regional destacan: la falta de empleo y la precariedad laboral (22,5%) y la pobreza y la desigualdad entre personas y regiones (12,8%), este último problema también identificado como problema mundial. De hecho, son dos problemas estrechamente vinculados, la existencia de falta de empleo o precariedad laboral reproduce la existencia de la desigualdad y la pobreza y a la inversa. La preocupación por la situación laboral para la juventud extremeña es palpable, se ejemplariza como una situación de injusticia laboral como señala n2, una realidad que provoca muchos otros problemas tanto a nivel económico como emocional, personal o social (GF1-n6; GF2-n2,n5 GF3-n2,n3; GF4-n2).

Los principales problemas identificados en el ámbito local son la falta de empleo y la precariedad laboral (24,5%) y la crispación social y política (17,4%). En este sentido, la percepción de la falta de empleo y la precariedad laboral es compartida a nivel regional, pero además cabe analizar con más detalle el problema de la percepción de crispación social en el ámbito local, el más próximo a la juventud, ya que seguido de este, se incluye un 11,4% que considera la crisis de valores como un problema. Siendo la crisis de valores una preocupación, para los y las jóvenes participantes de los Grupos Focales, que han señalado como uno de los tipos de crisis que más les preocupa junto con la crisis económica, ambiental y laboral.

**Figura 4**

*Principales problemas según ámbito territorial*



Otro aspecto importante es su valoración sobre el mundo en el que vivimos, siendo un 61,1% de la muestra la que está de acuerdo con la afirmación de que “el mundo en el que vivimos necesita reformas profundas”, el resto de valoraciones de distribuyen en un 22,1% que considera que “puede mejorarse con pequeños cambios” y un reducido 1,7% que considera que “el mundo en el que vivimos está bien como está” frente al 15,1% que considera que “debe cambiarse radicalmente”.

**Tabla 2**

*¿Con cuál de las siguientes opiniones sobre el mundo en el que vivimos estás más de acuerdo?*

	Porcentaje
Está bien como está	1,7%
Puede mejorarse con pequeños cambios	22,1%
Necesita reformas profundas	61,1%
Debe cambiarse radicalmente	15,1%
Total	100%

Es significativo comprobar cómo la situación de crisis es una situación con múltiples repercusiones que afecta a “mucha gente, no sólo es individual, es global” (GF3-n3) y como señala n2 (GF3) “te afecta a ti y a todo el mundo” y también se señala que “todo el mundo busca soluciones” (GF3-n2) pero son realidades complejas que “nadie sabe qué hacer” (GF3-n2).

Los y las jóvenes son conscientes de las múltiples realidades que cohabitan en un mismo mundo, por ejemplo, en relación a la migración como señala n3 “el fenómeno migratorio, por la necesidad de políticas mundiales más abiertas, la necesidad de la comprensión de que la situación en cada país es tan diferente y que hay países que sí que tienen mayor capacidad para afrontar éxodos, migraciones, movilidad humana” (GF3).

Del mismo modo, la visión de la centralidad del dinero “la mayoría de las cosas dependen de la cantidad de dinero que se tiene” (GF3-n4) y “nosotros tenemos mucha dependencia del dinero” (GF3-n6), y cómo el dinero te facilita la vida “cuando eres una persona con dinero, se te dan más oportunidades (...) al final el dinero es algo que te posiciona, y todo se rige por el dinero hoy en día” (GF3-n3) y también se vincula con la felicidad “dinero y felicidad son la misma cosa, y obviamente si tienes dinero tienes muchos menos problemas y la felicidad será más fácil, pero no tener mucho dinero te hará las cosas más difíciles, claro hoy en día es complicado pensar en ser feliz sin pensar en dinero” (GF3-n2).

### 3.3. Temas de interés para la juventud

En relación con los temas que generan mayor interés, concentrando más del 65% de la muestra en bastante o en mucho interés, marcado en la Figura 5 con una línea vertical, cabe señalar que son:

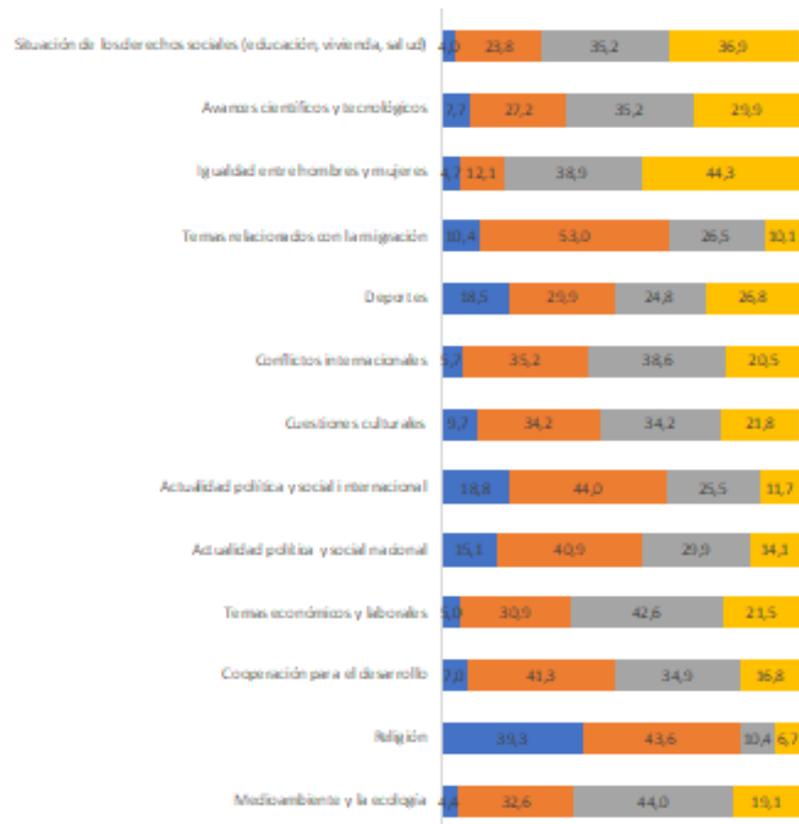
- Igualdad entre hombres y mujeres (para el 44,3% es un tema que genera mucho interés, seguido de un 38,9% que indica tener bastante interés sobre temas de igualdad).
- Situación de los derechos sociales -educación, vivienda, salud- (para el 36,9% es un tema de mucho interés, junto con un 35,2% que indica que es un tema que genera bastante interés).
- Avances científicos y tecnológicos (para el 29,9% de la muestra de jóvenes es un tema de mucho interés y para el 35,2% es bastante interesante).

Mientras que los temas que generan poco o ningún interés, son especialmente aquellos relativos a:

- Temas relacionados con la migración (un 10,4% indica ningún interés y un 53% tiene muy poco interés hacia el tema).
- Religión (un 39,9% indica no tener nada de interés y un 43,6% poco interés).

**Figura 5**

*Temas de interés para la juventud*



En consonancia con el interés suscitado por la igualdad entre hombres y mujeres anteriormente, en los grupos focales también se muestra esta preocupación en los cuatro grupos, y se señalan la necesidad de “concienciar y visibilizar las historias invisibilidades de mujeres” (GF1-n10) y se destaca la importancia de hablar más de feminismo (GF3-n3) y el valor de educar desde pequeño de forma real (GF3-n7).

También se muestra interés por los movimientos sociales del estilo al feminismo (GF2-n1) como sucede en el análisis cuantitativo (59,1% señala mucho o bastante interés).

Además, se plantea otros intereses diferentes a los propuestos en el cuestionario, por ejemplo, se muestra mucho interés por temas relacionados con la salud mental y la gestión emocional (GF1-n3; GF3-n2-n5-n6; GF3-n2-n3).

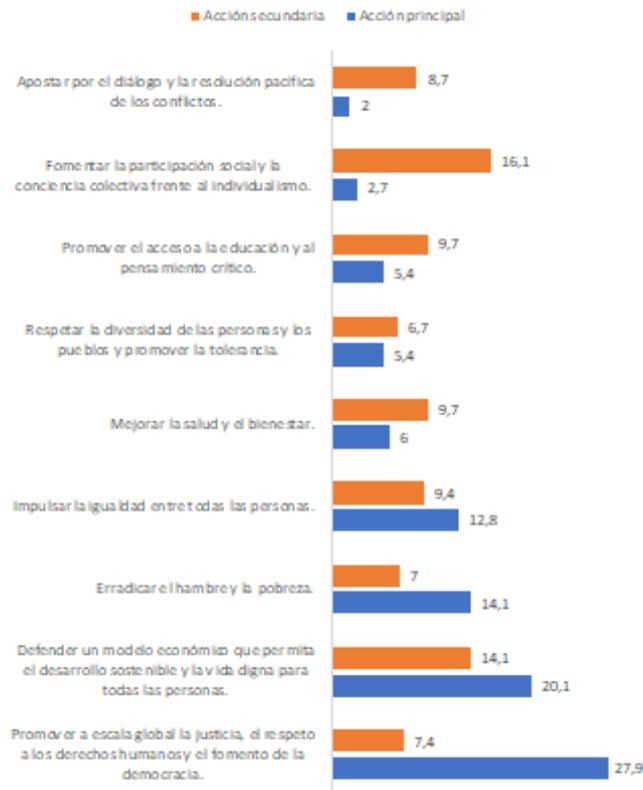
### **3.4. Opinión de la juventud extremeña sobre las principales acciones ante el contexto de crisis multidimensional**

En cuanto a la opinión de la juventud extremeña sobre cuáles son las principales acciones ante el contexto de crisis multidimensional se destaca una principal y otra secundaria (Figura 6). Por un lado, como acción principal destaca la promoción de la justicia social, el respeto a los derechos de la humanidad y el fomento de la democracia (indicada por un 27,9% de la muestra), como señala n6 “justicia en todos los ámbitos, en el laboral, en la sanidad, en tener derechos y una protección de la salud, incluso en la educación para que haya una justicia en que todo el mundo pueda acceder sin discriminaciones, en la vivienda que también es importante para sostener la vida, en definitiva, en estos ámbitos para asegurarnos que estén bien y que sean buenos pilares” (GF2).

Por otro lado, como acción secundaria, el fomento de la participación social y conciencia colectiva frente al individualismo, la necesidad de buscar nuevos espacios “comunes y compartidos en donde poder dialogar” (GF2-n1) y pensar desde la colectividad “tú individualmente haces una acción buena, está genial, pero si tú puedes reunirte con más gente pues vas a obtener un cambio más grande” (GF3- n3). Especialmente llamativo teniendo en consideración el objetivo de investigación que se trabajará en la segunda parte del estudio: analizar la participación juvenil.

## Figura 6

*Principales acciones ante el contexto de crisis multidimensional*



## 4.1. Hacia una idea de Sostenibilidad de la vida

Es interesante indicar que más de la mitad de las personas participantes en los grupos focales señalan desconocer el término sostenibilidad de la vida, pero tienen ideas vinculadas a los principios base del término. Las personas de los grupos focales dos y tres muestran un mayor conocimiento, lo vinculan con un consumo en equilibrio como señala n8 “aprovechar los recursos para que se satisfagan las necesidades, pero sin sobrepasarse (GF2). Con el cuidado y respecto de la naturaleza:

- Respetar (GF2-n3).
- Es algo que engloba todo el cuidado del medioambiente y del planeta ya que para la vida es necesario (GF3-n3).

También se muestra que la idea de sostenibilidad de la vida va más allá de reciclar “la sostenibilidad va directamente relacionada con el medioambiente, que es algo muy importante, pero creo que no solo engloba al medioambiente, porque la gente cuando oye sostenibilidad pues dice yo reciclo, pero hay muchas cosas más que separar el plástico o el cartón” (GF3-n1). Es una idea mucho más compleja porque engloba muchos más ámbitos (GF3-n2) e influye tanto a nivel personal como social “básicamente es cuidar primero de nosotros mismos y luego cuidar nuestro entorno” (GF2-n2), “la sostenibilidad de la vida es también de tu vida, individualmente lo que tú puedes hacer para llevar una vida sostenible, que al final enriquece la sostenibilidad social” (GF2-n1), unas miradas centradas en lo individual para apoyar la colectividad.

Aspectos claves para la sostenibilidad de la vida, que nos muestra la necesidad de cambiar del paradigma antropocéntrico, capitalista y neoliberal hacia un paradigma más ecocéntrico e igualitario en el que el ser humano es un nodo más que habita el planeta y debe aprender a vivir en armonía con la naturaleza. Desde una visión ecofeminista (Puleo, 2019) que “exige repensar las estrategias capaces de enfrentar sus impactos y de fortalecer las comunidades” (Celiberti, 2022, p.2). En esta misma línea, diferentes autoras, proponen que estos cambios han de ir dirigidos hacia la idea de poner la sostenibilidad de la vida en el centro (Herrero, 2016; Pérez, 2012), es decir, dar valor a todas las actividades que permiten que la sociedad avance (con o sin retribución económica) y se valoren “según el impacto final en los procesos vitales” (Pérez, 2012, p.32).

En cuanto a las afirmaciones recogidas sobre temas relacionados con la sostenibilidad de la vida, se presenta en la Figura 7 los resultados obtenidos, moviéndose en la escala de 1, totalmente en desacuerdo, a 5, totalmente de acuerdo. En este sentido, los ítems que presentan mayor grado de acuerdo,

representando más del 50% el grupo muestral que indica estar total o muy de acuerdo con la afirmación, son las siguientes afirmaciones:

- Todos los envases deberían ser retornables y que te gratificaran con dinero al devolverlos.
- Es necesario prohibir los envases de plástico de un solo uso, por ejemplo, las botellas de leche, refrescos o agua.

Por otro lado, el ítem que recoge mayor grado de desacuerdo, representando más del 50% del número de jóvenes que indica estar total o muy desacuerdo con la afirmación es la siguiente:

- Separar los residuos es absurdo, porque luego van a ir todos al mismo vertedero.

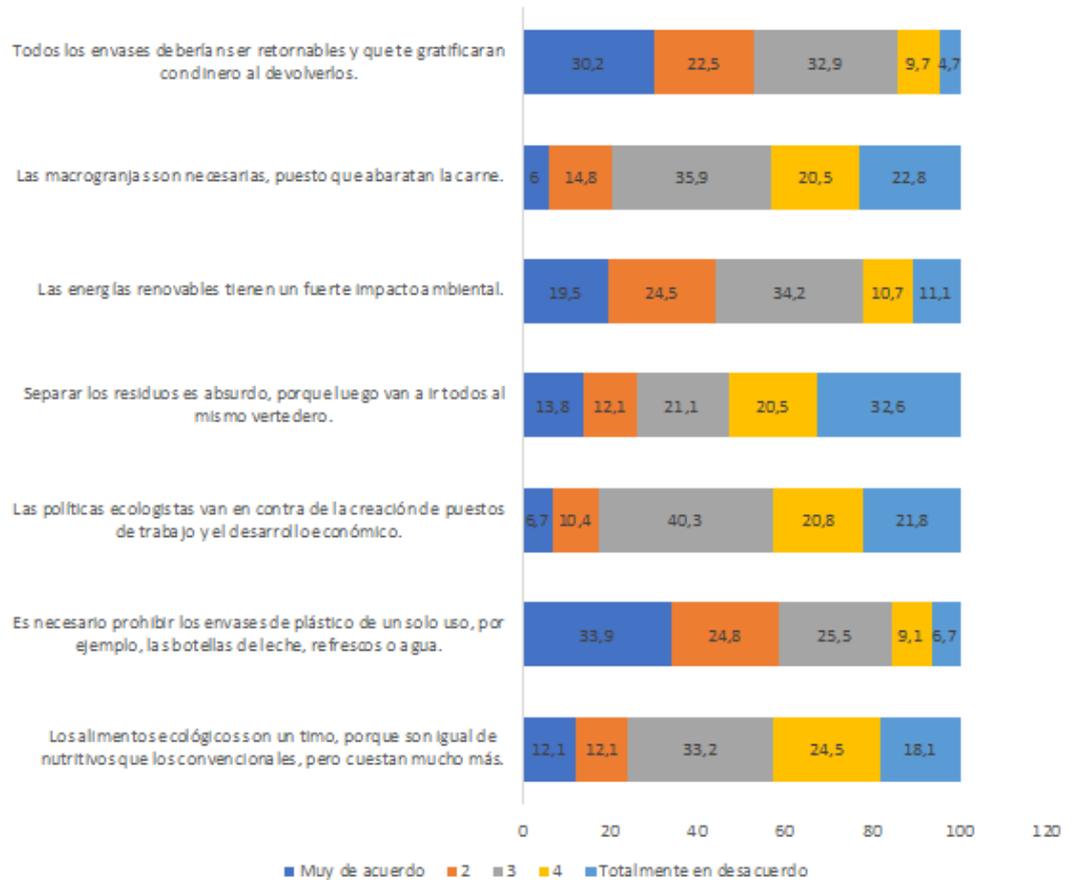
Además de estas afirmaciones más representativas que acabamos de analizar, resultan especialmente interesantes los datos relativos a los siguientes ítems:

- Las políticas ecologistas van en contra de la creación de puestos de trabajo y el desarrollo económico.
- Las macrogranjas son necesarias, puesto que abaratan la carne.
- Los alimentos ecológicos son un timo, porque son igual de nutritivos que los convencionales, pero cuestan mucho más.
- Las energías renovables tienen un fuerte impacto ambiental.

Los resultados hallados muestran que aproximadamente un tercio de la población encuestada se sitúa en el indicador 3, que corresponde a “ni de acuerdo ni en desacuerdo”; siendo especialmente llamativo, el 40,3% recogido en la afirmación “las políticas ecologistas van en contra de la creación de puestos de trabajo y el desarrollo económico”. Una misma idea, que también se visibiliza en los grupos focales, en concreto las once personas participantes del primer grupo focal, consideran que las políticas ecologistas van en contra de la creación de puestos de trabajo y el desarrollo económico (Figura 7).

**Figura 7**

*Afirmaciones recogidas sobre temas relacionados con la sostenibilidad de la vida*



## 4.2. Percepción de la juventud sobre el progreso científico

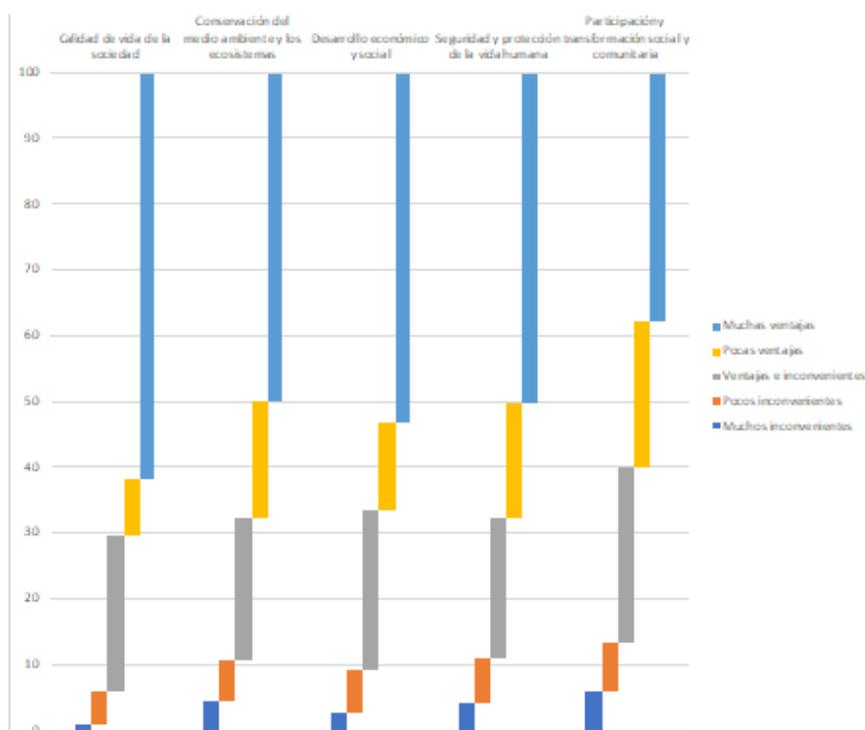
Otro aspecto relevante en el análisis del contexto multicrisis es conocer la percepción que tiene la juventud sobre las ventajas e inconvenientes del progreso científico. En este sentido en la Figura 8 se recoge la opinión sobre el progreso científico y tecnológico en relación con las ventajas e inconvenientes que puede generar en distintos ámbitos.

Concretamente para el 61,7% el progreso genera muchas ventajas para la calidad de vida de la sociedad, seguido de un 23,8% que considera que conlleva tanto ventajas como inconvenientes. Otro resultado relevante son los vinculados con la conservación del medio ambiente y los ecosistemas, el desarrollo económico y social y la seguridad y protección de la vida humana, en estos tres casos los porcentajes son muy similares: entorno al 50% considera que el desarrollo tecnológico tendrá muchas ventajas para la conservación del medio, y es una opinión reiterada en los grupos focales (“ir descubriendo mejoras para ir reduciendo el consumo poco a poco hacia un punto en equilibrio” (GF4-n1); para el desarrollo económico y la seguridad humana frente al otro 50% que se distribuye entre algo más del 20% que considera que genera tanto ventajas como inconvenientes, algo menos de un 20% que considera que traerá pocas ventajas y entorno a un 10% que considera que generará pocos o muchos inconvenientes. Esta idea de que el progreso en ciencia y desarrollo tecnológico puede tener sus sombras también surge en los grupos focales, donde se llega a afirmar que “el avance y la ciencia están politizados” (GF1-n5). En cuanto a la incidencia del progreso en la participación y transformación social, el porcentaje que considera que genera

muchas ventajas es el más reducido en comparación con las otras áreas, siendo de un 37,9%, mientras que en el caso de muchos o poco inconvenientes suma los valores más elevados, 13,4%, al igual que en el porcentaje de ventajas e inconvenientes, que también el más elevado en comparación con el resto de ámbitos, con un 26,5%.

**Figura 8**

*Percepción que tiene la juventud sobre las ventajas e inconvenientes del progreso científico*



### 4.3. Acciones ciudadanas presentes en la juventud

Entre las acciones ciudadanas más habituales en la muestra de la juventud extremeña presentadas en la Tabla 3, se encuentra que el 80,9% utiliza las papeleras públicas para tirar basura, seguido de un 71,5% que utiliza los contenedores públicos para depositar ciertos desechos (orgánico, plástico, papel, vidrio, ...); un 63,4% que se desplaza a pie, en bicicleta, en patinete o en transporte público por tu localidad y un 51% que indica utilizar los puntos limpios para deshacerse de electrodomésticos, muebles, aceite usado, pilas, ropa, medicinas caducadas, etc.

En lo que respecta a las acciones ciudadanas que no se realizan, cabe señalar que el 55,4% señala que nunca participa en acciones o campañas a favor del medio ambiente (limpieza de parques, plantar árboles, protestas...), un 24,2% nunca recicla, es decir, no utiliza diferentes recipientes en su domicilio según el tipo de desecho doméstico de que se trate (orgánico, plástico, papel, vidrio). Un aspecto que puede estar relacionado con la desconfianza señalada en relación a lo que se hace después con los residuos: “nosotros separamos, pero no reciclamos; nosotros podemos separar, lo que hagan luego...escapa a nuestro control” (GF1-n9) y un 16,1% nunca pone en práctica medidas domésticas para economizar agua junto con un 40,6% que sólo lo hace algunas veces.

Por un lado, es interesante comprobar que hay una mirada de cuidado hacia lo común, las acciones marcadas por la juventud extremeña se relacionan a un cuidado del entorno, pero a la vez hay una ausencia de acciones vinculadas con el cuidado del planeta en la vida privada, aun reconociendo que las acciones colectivas pueden tener mayor impulso y repercusión: “si al final tú individualmente haces una acción buena, está genial, pero si tú puedes reunirte con más gente pues vas a obtener un cambio más grande” (GF3-n3).

**Tabla 3**

*Acciones ciudadanas más habituales en la juventud extremeña*

	Nunca	Algunas veces	Habitualmente
Utilizas las papeleras públicas para tirar basura	2,0	17,1	80,9
Utilizas los contenedores públicos para depositar ciertos desechos (orgánico, plástico, papel, vidrio, ...)	4,4	24,2	71,5
Utilizas diferentes recipientes en tu domicilio según el tipo de desecho doméstico de que se trate (orgánico, plástico, papel, vidrio)	24,2	31,9	44,0
Pones en práctica medidas domésticas para economizar agua	16,1	40,6	43,3
Te desplazas a pie, en bicicleta, en patinete o en transporte público por tu localidad	10,7	25,8	63,4
Participas en acciones o campañas a favor del medio ambiente (limpieza de parques, plantar árboles, protestas...)	55,4	27,2	17,4
Utilizas los puntos limpios para deshacerte de electrodomésticos, muebles, aceite usado, pilas, ropa, medicinas caducadas, etc.	18,1	30,9	51,0

# Análisis de la participación juvenil

## 5.1. Análisis descriptivo e inferencial de la participación juvenil

### 5.1.1. Perfil sociodemográfico de la muestra

La muestra en esta segunda fase del estudio, relativa a la participación juvenil por parte de la juventud extremeña, está constituida por 409 jóvenes, de las cuales el 63,8% son mujeres y el 36,2% son hombres. La distribución de la muestra según edad se presenta en dos intervalos, jóvenes entre los 14 y 21 años que se corresponde con la etapa de formación y que representan el 62,3% y jóvenes entre 22 y 29 años, que se vincula con la etapa posformación, en la que el porcentaje es de 37,7%. En lo que respecta a la distribución de la muestra en el territorio extremeño, el 27,6% de los registros se ubican en zonas rurales y en un 72,4% se concentra en zonas urbanas. En cuanto a la principal ocupación, el porcentaje de jóvenes que únicamente estudia es de un 64,8%, seguido de un 14,4% que únicamente trabaja y 14,2% que estudia y lo compagina con un empleo irregular y esporádico, seguido de un 5,6% que estudia compaginándolo con un empleo estable y regular y, por último, un reducido 1% de jóvenes que no se encuentra en ningún proceso formativo ni laboral.

### 5.1.2. Contexto de conversación sobre los principales problemas globales

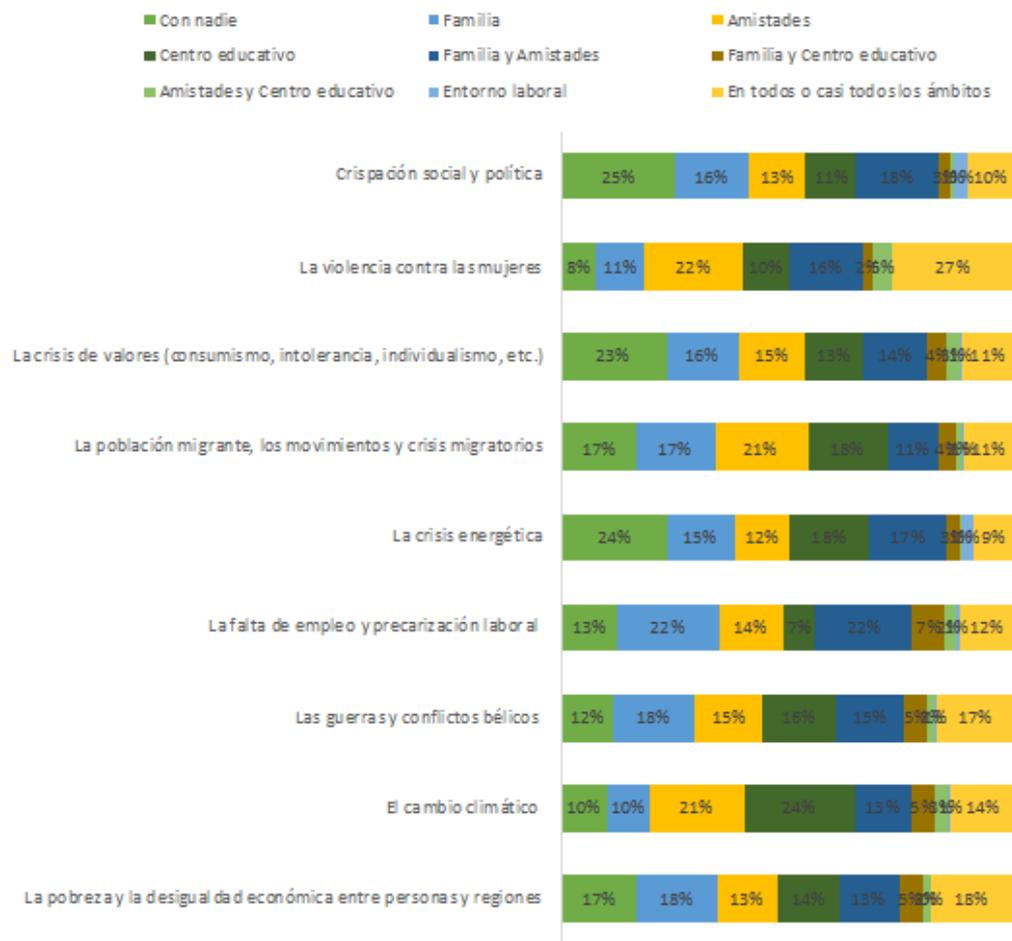
Partiendo de un análisis general y descriptivo, cuyos resultados se encuentran recogidos en la Figura 9, cabe destacar que los problemas relacionados con la crispación social y política, la crisis energética y la crisis de valores son tres problemas que en general, la juventud que conforma la muestra no habla con nadie. Ello se refleja en algunos momentos de los grupos focales sobre la impresión negativa que se puede llegar a dar en los grupos de iguales con ciertos temas que pueden ser delicados al apelar a los valores individuales: “deja tu superioridad moral a un lado, me dicen mis amigas, y eso duele” (GF1-n7).

En el contexto familiar, el problema social más representativo presente en las tertulias es la falta de empleo y la precarización laboral, tema muy recurrente también en las conversaciones entre sus amistades, en los grupos focales se dialoga sobre ese hecho: “no sabes qué va a pasar, hablo por mí, pero creo que en general a todos nos genera mucha ansiedad, vale, hoy estoy aquí pero mañana dónde voy a estar. ¿Cómo lo voy a hacer mañana?; hoy tengo esto, pero mañana no lo tengo”. (GF3-n2); “Y a nivel global, bueno, si es verdad que con el tema de la pandemia y todo eso también, mucha gente que, sí perdió el trabajo y tal, entonces bueno no es una situación buena”. (GF3-n3). Mientras que en el contexto educativo el más habitual es el cambio climático. Retomando el contexto del grupo de iguales, las amistades, los temas sobre los que versan otras conversaciones son sobre la migración y la violencia de

género, este último problema además está muy presente en todos o casi los contextos, como el tema relativo a la pobreza y la desigualdad económica y las guerras y conflictos bélicos.

**Figura 9**

*Los agentes sociales presentes en el proceso de comunicación e información sobre los principales problemas*



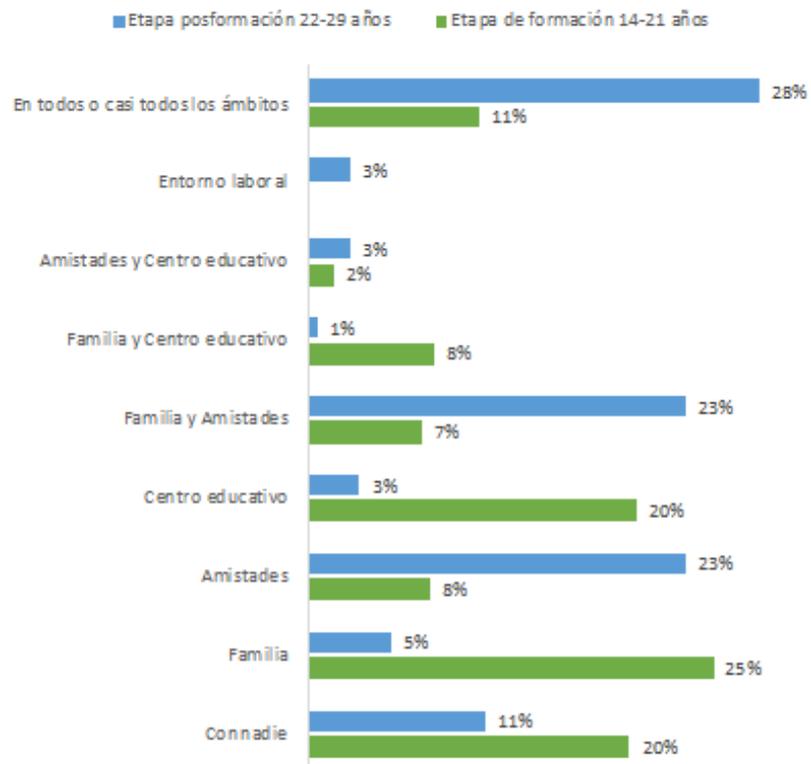
Con la finalidad de identificar con mayor precisión los contextos sobre los que se construye el discurso social sobre los principales problemas identificados, se presenta un análisis detallado de cada uno de ellos, de manera que permita desarrollar acciones más precisas considerando el contexto de socialización, la edad y el sexo.

- *La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones*

Aunque el tema de la pobreza y la desigualdad está muy presente en todos los ámbitos cabe matizar que, tras el análisis inferencial se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ). Por tanto, para complementar el análisis se recoge en la Figura 10, los datos desagregados según edad que, como se aprecia en edades comprendidas entre los 14 y los 21 años es un tema que tiene mayor presencia en el contexto familiar (25%), seguido del contexto educativo, en igual proporción que el grupo de jóvenes que no habla con nadie sobre estos temas (20%); mientras que en la etapa posformativa (entre los 22 y 29 años) es un tema que se trata en todos los contextos, especialmente en el familiar y en el círculo de amistades.

**Figura 10**

*¿Con quién hablas sobre la pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones?*

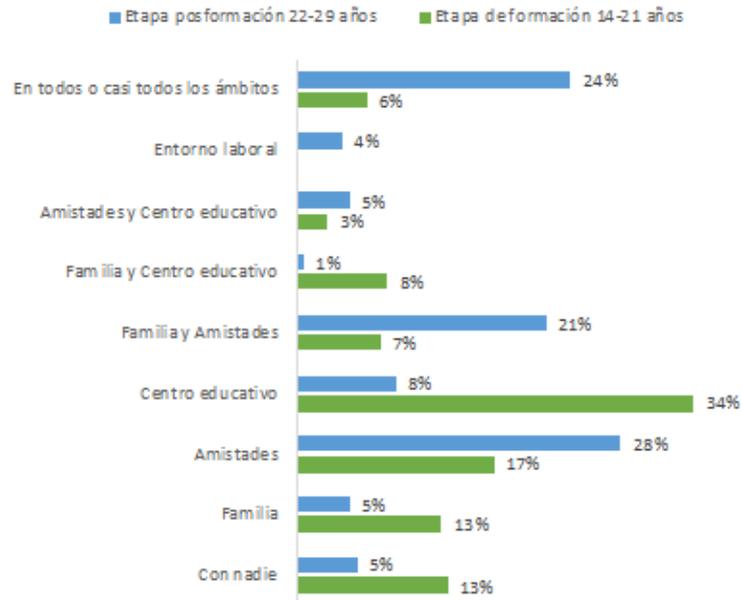


- *El cambio climático*

Las tertulias sobre los problemas vinculados con el cambio climático son especialmente mantenidas en el contexto educativo, no obstante, hay que señalar que tras el análisis inferencial se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ). En este sentido, en la Figura 11 se observa que especialmente este contexto de conversación es mayor en jóvenes que se encuentran entre los 14 y 21 años, precisamente el grupo que representa la etapa formativa, mientras que en jóvenes entre los 22 y 29 años los espacios de conversación sobre el cambio climático tienen cabida en todos los ámbitos, aunque para mayor concreción en el contexto de las amistades. Otro aspecto que cabe señalar es que el cambio climático no es un tema presente en las charlas del contexto familiar indistintamente del grupo de edad.

**Figura 11**

*¿Con quién hablas sobre el cambio climático?*

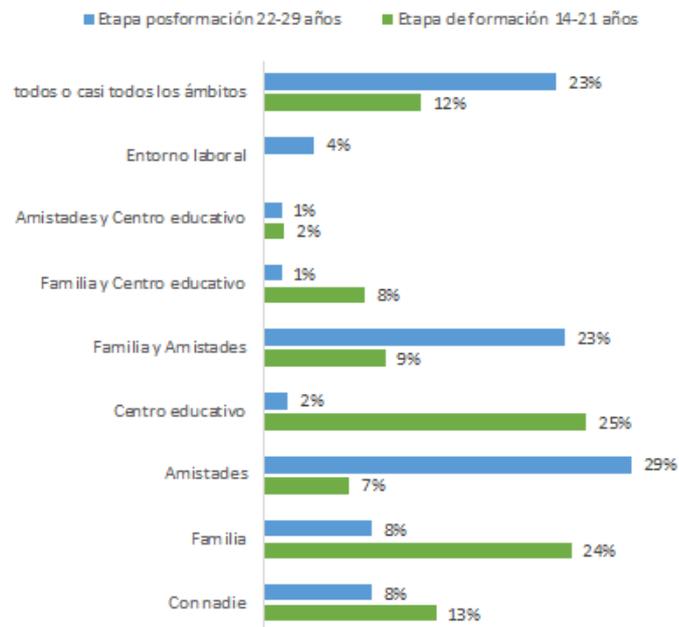


- *Las guerras y conflictos bélicos*

Las conversaciones que giran alrededor de los problemas sobre la guerra y los conflictos bélicos tienen cabida en todos o casi todos los contextos, pero tras el análisis inferencial se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ), lo que nos permite a partir de la Figura 12 conocer con mayor detalle la distribución, que como se observa en grupos entre los 14 y 21 años se dialoga sobre la guerra en el contexto familiar o en el educativo (no en ambos a la vez); mientras que en el grupo de la etapa posformativa este tema se trata especialmente con las amistades, aunque también está presente en todos o casi todos los ámbitos

**Figura 12**

*¿Con quién hablas sobre las guerras y conflictos bélicos?*

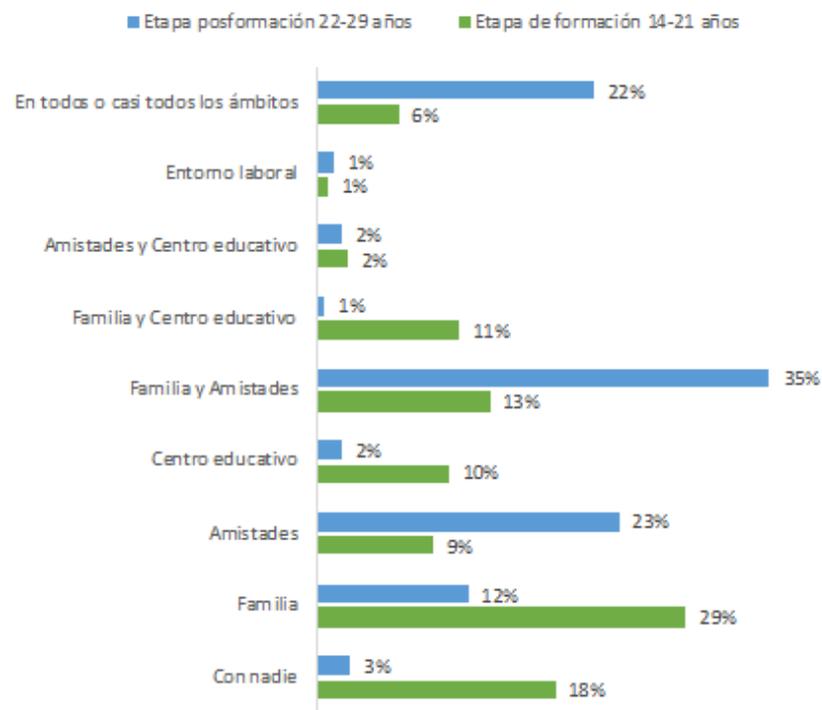


- *La falta de empleo y precarización laboral*

Uno de los problemas más presentes en las conversaciones familiares es la falta de empleo y la precarización, y que además es el principal problema identificado a nivel local y regional para la juventud (según los datos obtenidos en la primera fase de la investigación). En este sentido, y una vez realizadas las pruebas inferenciales pertinentes, se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ). En la Figura 13 se observa que es un tema presente durante la etapa formativa (14 a 21 años) en el contexto familiar, mientras que en la etapa posformativa entre los 22 y los 29 años, es un debate que además tiene especial relevancia entre el grupo de amistades. En los grupos focales indicaban “contratos basura, en los cuales tú trabajas porque tienes la necesidad de trabajar, pero a veces aceptas que por cuatro euros trabajes cincuenta horas y no me importa y al final quien lo sufre eres tú, y no tienes después ni vida social, no tienes nada más que trabajo y eso te crea una frustración y desánimo” (GF2- n9).

**Figura 13**

*¿Con quién hablas sobre la falta de empleo y precarización laboral?*

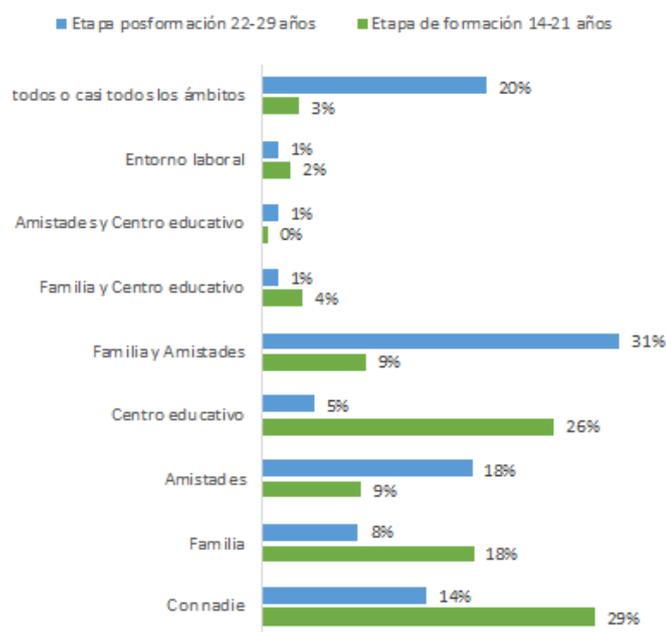


- *La crisis energética*

Las conversaciones que versan sobre la crisis energética no son mantenidas con nadie, especialmente en el grupo de edad entre los 14 y 21 años, cuya diferencia con el grupo de edad entre los 22 y 29 años es estadísticamente significativa ( $p=,000$ ). Este grupo de edad en etapa posformativa trata el tema de la crisis energética en contextos tanto familiares como de amistades. Otro comentario que cabe añadir es la importancia del contexto educativo para dialogar sobre la crisis energética, ya que el 26% de jóvenes entre 14 y 21 años indican tratarlo en el contexto educativo (Figura 14).

**Figura 14**

*¿Con quién hablas sobre la crisis energética?*



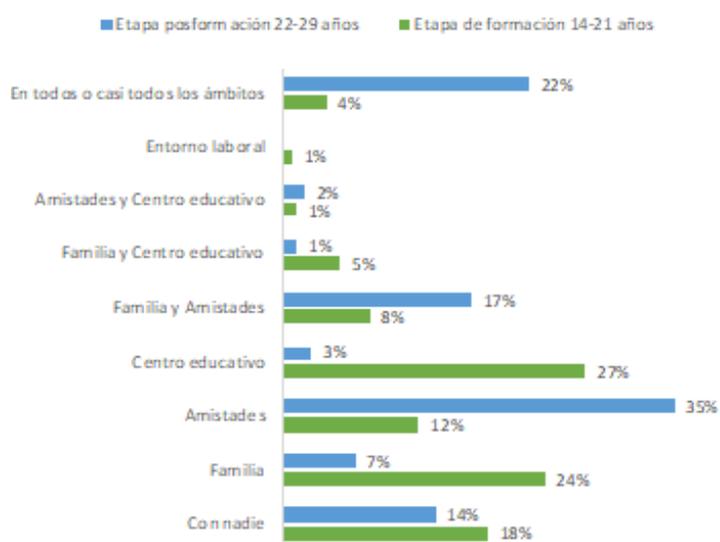
- *La población migrante, los movimientos y crisis migratorias*

Las cuestiones relativas a la migración tienen cabida especialmente en el grupo de amistades, no obstante, cabe matizar que tras el análisis inferencial se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ). En este sentido, se observa en la Figura 15 que la población en la etapa formativa trata estos temas mayormente en contextos educativos, mientras que un elevado porcentaje de jóvenes de 22 a 29 años conversa sobre la migración en su círculo de amistades.

Además, a través de los grupos focales se muestra la necesidad de generar otras formas de tratar la migración desde la mirada política “la necesidad de políticas mundiales más abiertas, la necesidad de la comprensión de que la situación en cada país es tan diferente y que hay países que sí que tienen mayor capacidad para afrontar éxodos, migraciones, movilidad humana” (GF3-n6). Y que la población, la ciudadanía en general vea “que los privilegios pudieran ser compartidos pues habría menos opresiones” (GF3-n3). Por último, también reflexionan respecto al lugar de nacimiento y como marca el desarrollo vital de cada persona “de qué nacionalidad es, como la vida es lo más importante y parece que en el mundo hay unas vidas que valen más que otras según la nacionalidad y según el pasaporte que se tenga” (GF3-n5).

**Figura 15**

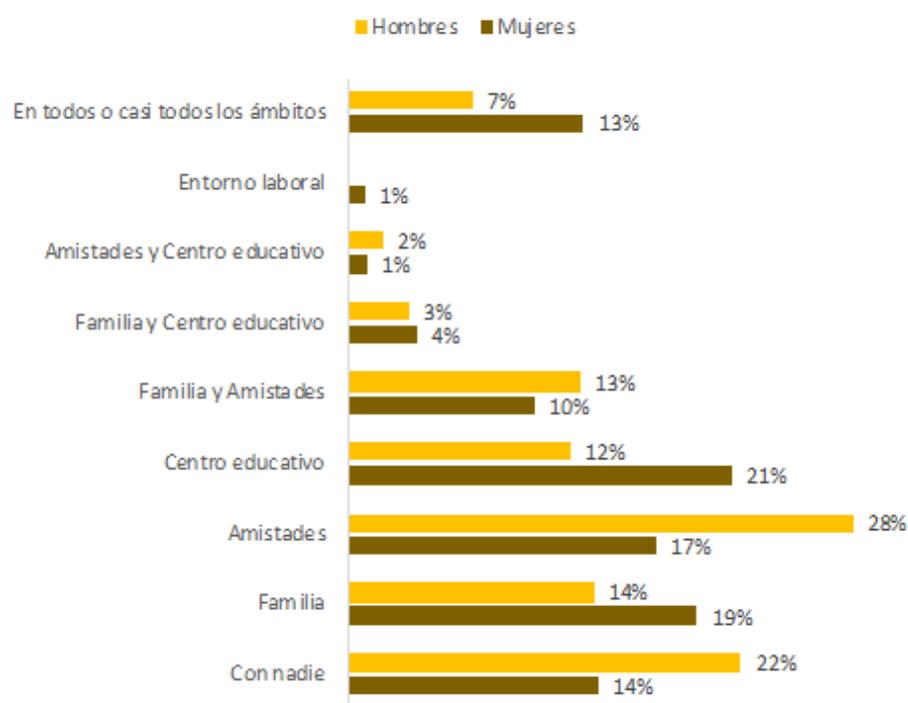
*¿Con quién hablas sobre la población migrante, los movimientos y crisis migratorias?*



Al tiempo que cabe añadir que también hay diferencias significativas según sexo ( $p=,006$ ) que como se refleja en la Figura 16, en el grupo de hombres las conversaciones sobre migración tienen cabida especialmente en el contexto de sus amistades, mientras que en el caso de las mujeres la plática sobre problemas como la migración tienen lugar en el contexto educativos o en el familiar.

**Figura 16**

*¿Con quién hablas sobre la población migrante, los movimientos y crisis migratorias?*



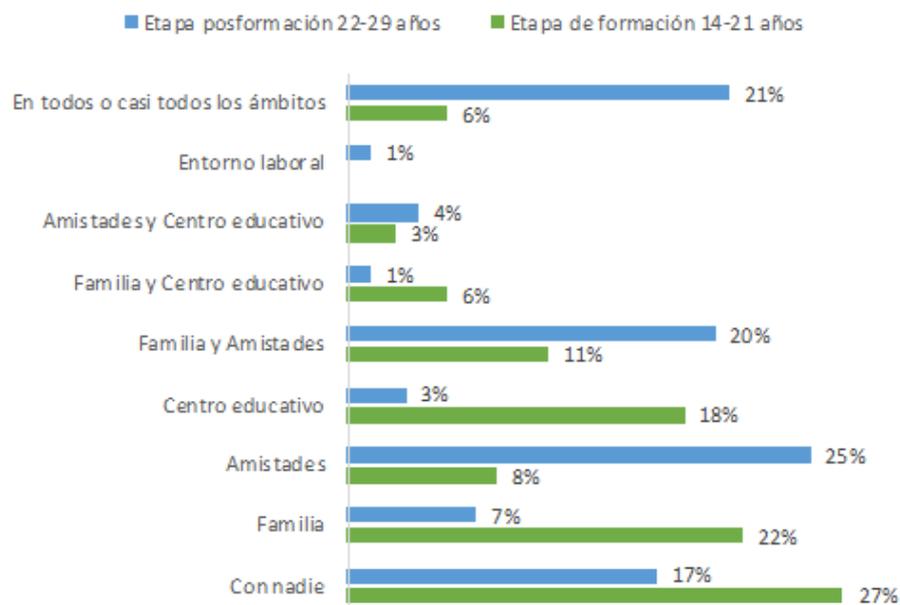
- *La crisis de valores (consumismo, intolerancia, individualismo, etc.)*

Uno de los temas de debate menos presente en las conversaciones de la población muestral es aquel relativo a la crisis de valores, aunque tras el análisis inferencial ( $p=,000$ ) se puede precisar que concretamente es en el grupo jóvenes entre 14 y 21 años en el que no se habla con nadie sobre la crisis de valores, aunque también, como se recoge en la Figura 17 se pueden encontrar otras diferencias entre los grupos de edad. En este sentido, durante la etapa formativa en los casos que sí se tratan temas relacionados con la crisis de valores, se dan en contexto familiar o educativo, mientras que en el grupo de edad de la etapa posformativa es un tema presente principalmente en el grupo de amistades, aunque tiene cabida en la mayoría de los contextos.

Según lo analizado en los grupos focales, podríamos apuntar la causa de que este sea un debate casi inexistente en entornos familiares o de iguales por la ausencia de un feedback positivo ante las inquietudes que puedan mostrar las personas jóvenes (“me hacen sentir peliculero por querer transformar las cosas, me desilusiono” -GF1-n2-) respecto a los valores actuales y su posibilidad transformadora. Ello no exime de que las personas jóvenes tengan sus ideas acerca de la crisis de valores existente entre sus iguales y concluyan que tiene consecuencias como el egoísmo “entre nuestra generación, nuestros coetáneos, que lleva mucha inmediatez, el egoísmo y hay mucho egoísmo cada vez más” (GF2-n2).

**Figura 17**

*¿Con quién hablas sobre la crisis de valores?*



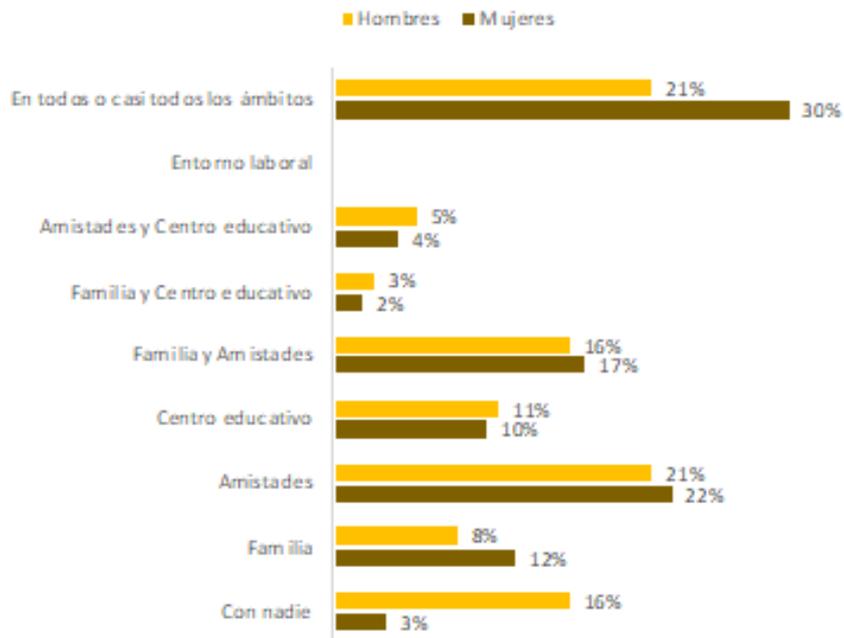
- *La violencia contra las mujeres*

El análisis de los contextos, en los que se conversa sobre el problema de la violencia contra las mujeres, muestra que en general, es un tema que se trata en todos o casi todos los contextos, aunque también tiene especial relevancia en las conversaciones del grupo de amistades. Además cabe añadir que no hay diferencia de edad en cuanto al contexto en el que se conversa sobre la violencia contra las mujeres, no obstante

el análisis inferencial ha identificado diferencias estadísticamente significativas según sexo ( $p=,020$ ) que, como se observa en la Figura 18, las mujeres tienden a hablar más sobre este problema en todos o casi todos los espacios en comparación con los hombres, así como sucede a la inversa al observar el indicador “con nadie” donde los hombres presenta un mayor porcentaje en comparación con el grupo de mujeres. En consonancia con estos datos, en todos los grupos focales, son las mujeres participantes las que poseen el discurso a la hora de hablar y opinar sobre la violencia de género, y resto de aspectos referidos a la igualdad entre hombres y mujeres.

**Figura 18**

*¿Con quién hablas sobre la violencia contra las mujeres?*

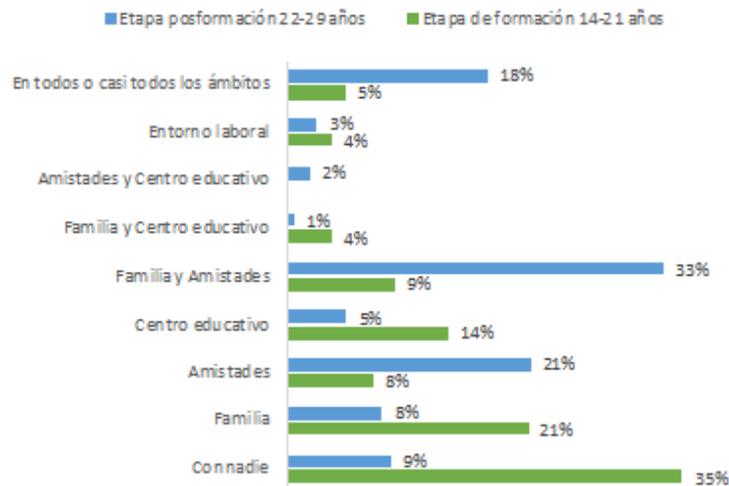


- *Crispación social y política*

Las tertulias sobre la crispación social y política en general no es un tema de conversación que la juventud comparta con nadie, no obstante, tras realizar el análisis inferencial se han hallado diferencias estadísticamente significativas según edad ( $p=,000$ ). Estas diferencias se aprecian en la Figura 19, a través de la cual se observa que es principalmente el grupo de jóvenes en la etapa formativa de entre 14-21 años el que no habla con nadie; mientras que en la etapa de posformación se habla sobre la situación de crispación social y política, tanto en el contexto familiar como en el grupo de amistades. La juventud extremeña, tiene una visión respecto a la política de crispación, un aspecto que señalan de forma unánime todas las personas participantes en el GF1. Además, señalan de forma consensuada que “inmediatez en tener una opinión sobre los acontecimientos, causa debates sin fundamento. Personalismos en el discurso, provocan atacar al otro y dificultad para dialogar y escuchar”.

**Figura 19**

*¿Con quién hablas sobre la crispación social y política?*



### 5.1.3. Frecuencia de consulta de fuentes de información

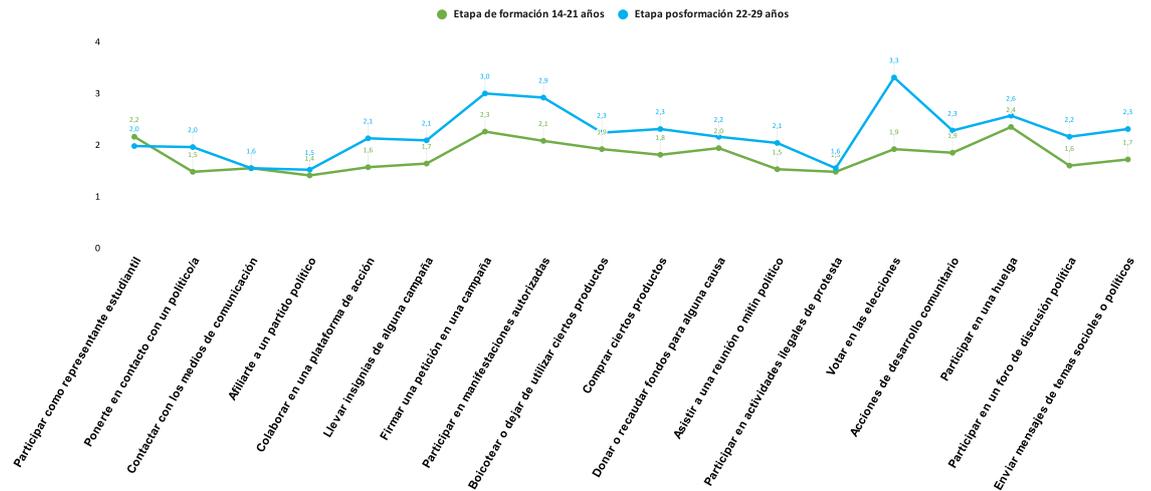
Para conocer la frecuencia de consulta de las distintas fuentes de información de la población muestral se ha realizado, a partir de la escala Likert, un estudio comparativo de medias, representando: 1 “nunca he consultado la fuente”, 2 “he consultado poco la fuente”, 3 “he consultado habitualmente la fuente” y 4 “siempre consulto la fuente”.

En un primer análisis general de medias, ilustrado en la Figura 20, se observa que en general la población joven en la etapa posformativa presenta valores medios superiores a la población en etapa formativa de entre 14 y 21 años, salvo en la frecuencia de consulta de la televisión y de las empresas. De hecho, el análisis inferencial estima que estas diferencias de medias en la frecuencia de consultas son estadísticamente significativas en todas las fuentes de información ( $p, 05$ ), a excepción de la frecuencia de consulta de los organismos internacionales, las publicaciones científicas, Internet y las redes sociales, esta última es además la que mayor frecuencia de consulta presenta con un 3,3 en el caso de jóvenes entre 14 y 21 años y 3,4 en jóvenes entre 22 y 29 años. Ante estos datos registrados, cabe concretar que la consulta más habitual de fuentes de información en todos los grupos de edad se realiza a través de las redes sociales e internet (blog, prensa, webs, plataformas), seguido de la televisión que es más utilizada por jóvenes en la etapa de formación que por jóvenes en la etapa de posformación.

Los datos recogidos en los grupos focales confirman la tendencia de que las fuentes de información principales para las personas jóvenes pertenecen al ámbito de las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC). El fácil acceso a las redes sociales y la posibilidad de crear comunidades según intereses de “grupos minoritarios y no normativos” (GF1-n8) las sitúan en sus fuentes de referencia. Es importante mencionar, que las personas jóvenes constatan de manera directa o indirecta no saber cómo usar estas fuentes de información o verificar si la información recibida: a lo largo de los grupos focales, a la hora de mencionar noticias o afirmar opiniones, se vislumbra un falso imaginario donde las redes sociales e Internet, o la ausencia de una formación en entornos digitales y pensamiento crítico puede jugar en su contra ya que no tienen las herramientas necesarias para saber si están de acuerdo o no (GF3-n3), o la inmediatez del entorno virtual les hace pasar por encima de la noticia y quedarse solo con el titular sin ahondar más allá (GF2-n1).

**Figura 20**

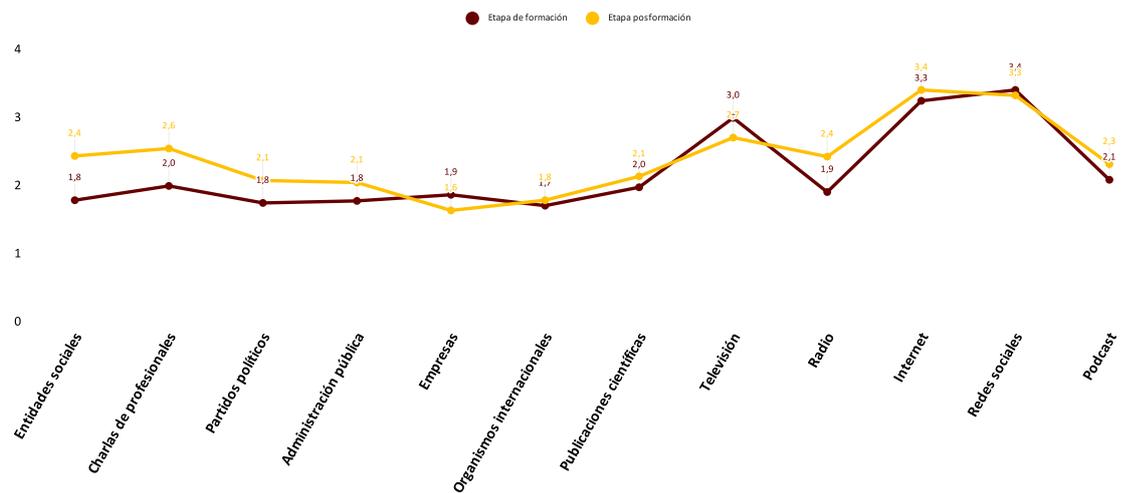
*Valores medios de la frecuencia de consulta de fuentes de información*



Otro de los aspectos que cabe señalar, tras el análisis inferencial, son las diferencias de medias estadísticamente significativas ( $p < ,05$ ) al analizar el sexo y la frecuencia de consulta de televisión, Internet y redes sociales, siendo en todos los casos mayor en el grupo de las mujeres que en el de los hombres, como se puede apreciar en la Figura 21 que presenta los valores medios de la frecuencia de consulta de mujeres y hombres.

**Figura 21**

*Valores medios de la frecuencia de consulta de fuentes de información*

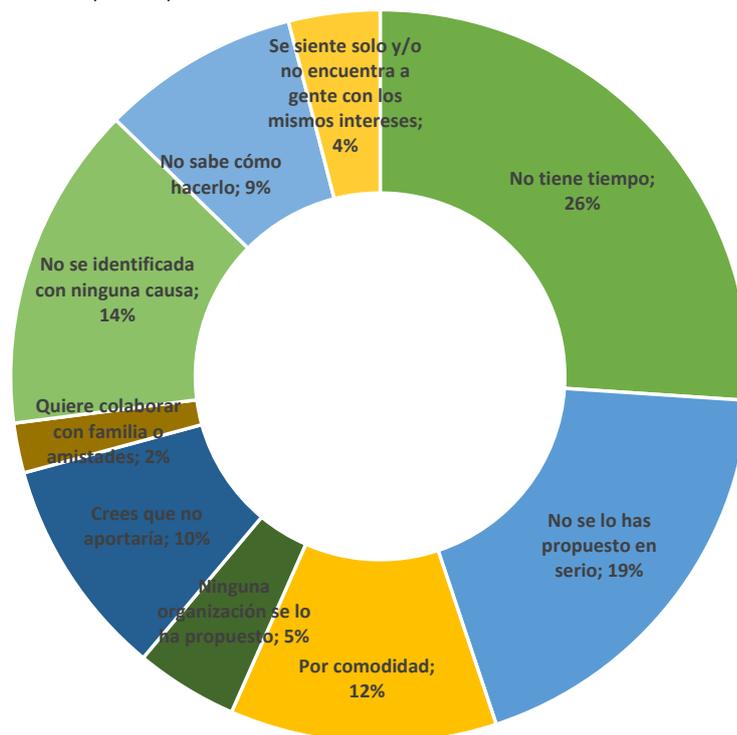


### 5.1.4. Motivación y participación

Entre los distintos motivos que dificultan la participación (Figura 22), sin diferencias significativas entre grupos según edad y sexo, caben destacar tres: la falta de tiempo, no habérselo propuesto en serio y no identificarse con ninguna causa concreta. La quinta causa, con un 9% de respuestas, alude al desconocimiento de cómo participar y de qué canales de participación tienen a su alcance, esta falta de formación en aspectos participativos merma su motivación, ya que “piensan en procesos administrativos que tardan y que tienen que ir a varios sitios (...) no lo vemos tan fácil y tan directo, por eso [les] cuesta más” (GF4-n6).

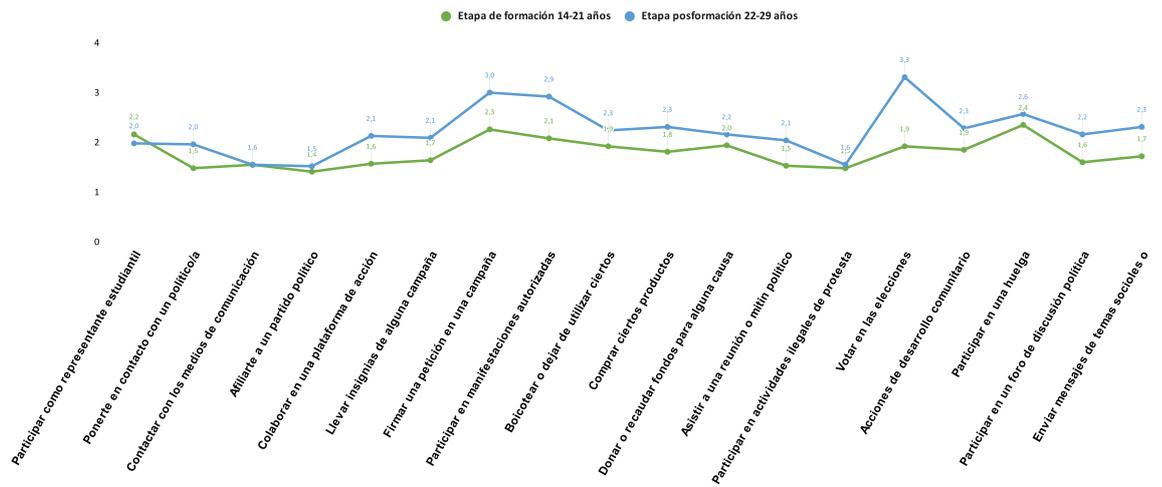
**Figura 22**

*Motivos que dificultan la participación*



En lo que respecta a los motivos que favorecen la participación, como se observa en la Figura 23, los valores medios para cada uno de los motivos oscilan entre 1,9 y 3,3 (siendo 1 en la escala Likert “no es un motivo importante”, 2 “es un motivo poco importante”, 3 “es un motivo bastante importante” y 4 “es un motivo muy importante”). En general, las motivaciones que se consideran de mayor relevancia son: por justicia social, por realizar un servicio a la comunidad y por creencias éticas o ideológicas. Sin embargo, cabe señalar que tras el análisis inferencial se han hallado diferencias estadísticamente significativas entre los distintos grupos de edad ( $p < ,05$ ), que se pueden explicar con detalle a partir de la Figura 23, en la que se observa que el grupo de jóvenes entre 14 y 21 años puntúa más en las motivaciones por creencias religiosas, en las relacionadas con la buena imagen y las presiones sociales, mientras que el grupo de jóvenes de entre 22 y 29 años considera que las principales motivaciones son por justicia social, por realizar un servicio a la comunidad, por relacionarse con gente y por las creencias éticas y/o ideológicas.

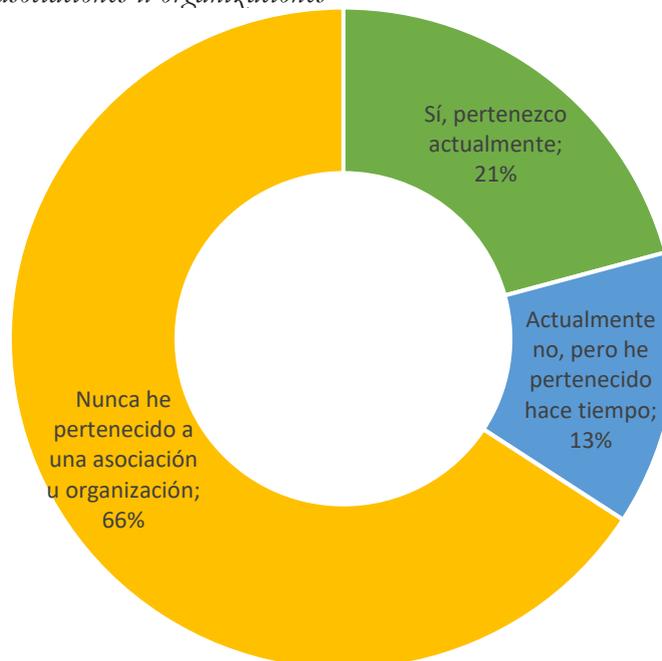
**Figura 23**  
*Motivos que favorecen la participación*



### 5.1.5. El asociacionismo

El asociacionismo en un primer análisis descriptivo y general -sin diferenciar por grupos de edad y sexo- (Figura 24), destaca por su alto porcentaje de jóvenes entre 14 y 29 años que nunca han pertenecido a una asociación u organización, siendo este del 66%; seguido de un 21% que indica sí pertenecer actualmente a una asociación u organización y un 13% que señala que actualmente no pertenece, pero hace tiempo sí perteneció. Por los datos recogidos en los grupos focales, el no haber pertenecido nunca a una asociación puede ser debido a que la juventud extremeña considera que existen otras formas de participación que les interpelan más que comprometerse con una causa u organización de manera continuada. Lo expresan como “participación no asociada” uniéndose a actividades ofrecidas por las organizaciones “en vez de ser miembros” (GF2-n1).

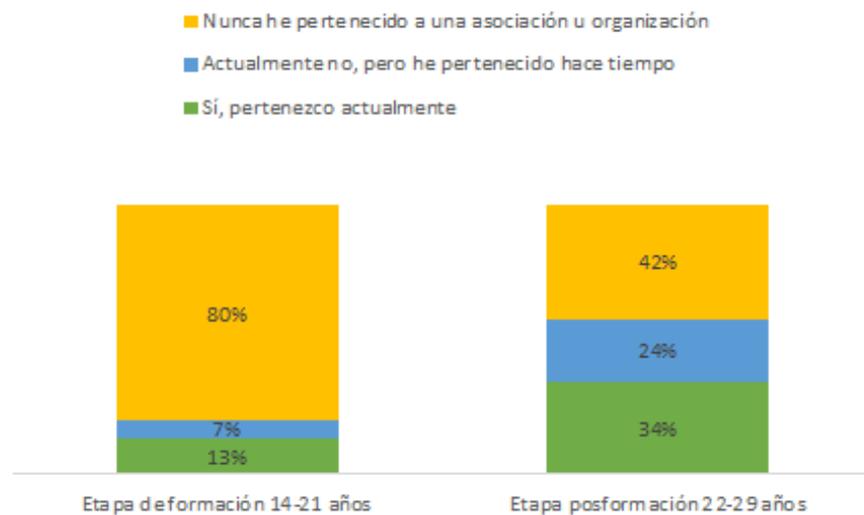
**Figura 24**  
*Participación en asociaciones u organizaciones*



Tras el análisis inferencial se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,000$ ), de modo que, este análisis general precisa de un estudio más detallado de la distribución por grupos de edad. Para explicar esta diferencia, se ha elaborado la Figura 25 en la que se observa que, el grupo de jóvenes entre 14 y 21 años que nunca ha pertenecido a una asociación u organización es mayor en comparación con el grupo de jóvenes entre 22 y 29 años que, por ende, presenta mayor proporción de jóvenes que pertenecen actualmente a una asociación u organización, en comparación con el grupo de la etapa formativa (de 14 a 21 años).

**Figura 25**

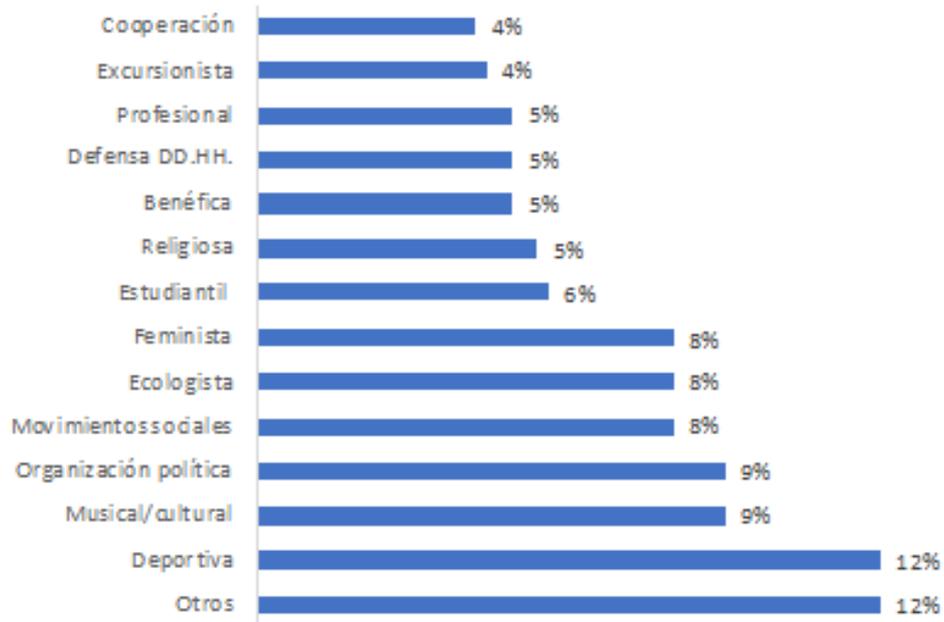
*Pertenencia a alguna asociación*



Dentro del grupo de jóvenes que pertenecen o han pertenecido a alguna asociación u organización, principalmente estas son de tipo deportivo, musical o cultural y organización política, seguido en menor proporción por movimientos sociales, ecologistas y feministas (Figura 26). En cuanto a los tipos de asociaciones menos representativas estas se aglutinan en el indicador “otros” que engloba a las asociaciones recreativas o club, las cívicas (consumo, vecindad, etc.), sindicales y los movimientos antiglobalización.

**Figura 26**

*Tipo de asociación u organización*



#### **5.1.6. El voluntariado**

El voluntariado en un primer análisis descriptivo y general -sin diferenciar por grupos de edad y sexo- (Figura 27), destaca por su alto porcentaje de jóvenes entre 14 y 29 años que nunca han participado, siendo este del 55%; seguido de un 29% que indica que actualmente no participa, pero hace tiempo sí participó y un 16% que señala que sí participa actualmente a acciones de voluntariado.

**Figura 27**

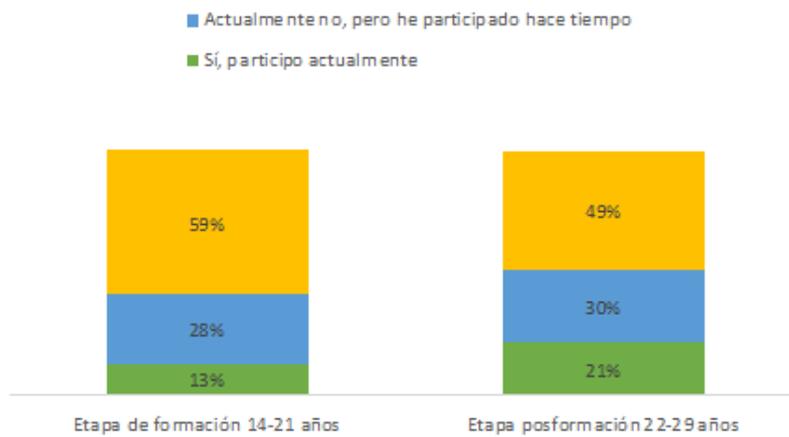
*Participación en acciones de voluntariado*



En este sentido cabe matizar, tras el análisis inferencial, que se han hallado diferencias significativas según la edad ( $p=,017$ ). Concretamente en la Figura 28 se presenta la distribución porcentual por grupos de edad, donde se observa un mayor porcentaje de jóvenes entre 14 y 21 años que nunca han participado en acciones de voluntariado, en comparación con el grupo de edad de 22 a 29 años. Esta información, muestra que el compromiso respecto al voluntariado está cambiando y se plantean otros imaginarios en relación a la visión de cómo puede ser un voluntariado que rompe con la visión tradición que implica compromiso a corto o largo plazo como señala n5 “parece que tienes que estar de voluntariado en una asociación o haberlo creado tú, o estar constantemente ahí, pues a lo mejor hablar, exponer ideas, juntarse una tarde o cada equis tiempo hacer un grupo con determinada actividad para mi eso es participación. Yo creo que a veces los conceptos en ese sentido emborronan un poco la idea que realmente es, o la realidad que realmente es, y eso también a veces hace que la gente pues diga pues no voy a participar porque no tengo tiempo, no me apetece meterme en una asociación, en cambio hacer cosas de manera así puntual si te apetece” (GF2).

**Figura 28**

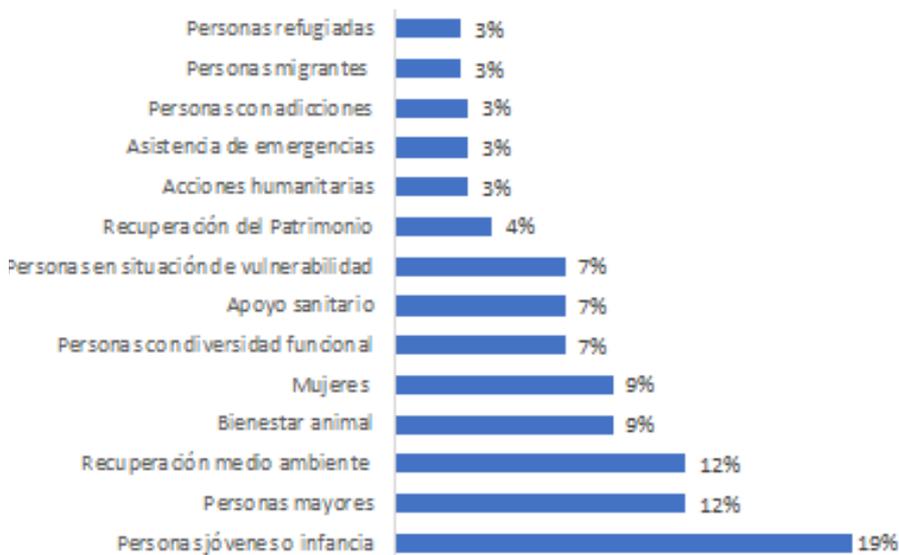
*Participación en acciones de voluntariado*



Dentro del grupo de jóvenes que participan o han participado en acciones de voluntariado, principalmente estas son de tipo asistencial con personas menores y/o mayores y las relacionadas con el medioambiente, seguido en menor proporción de acciones orientadas al bienestar animal, el apoyo sanitario y a las mujeres, a la atención de personas con diversidad funcional o en situación de vulnerabilidad social. En cuanto a los tipos de acciones menos representativas estas se engloban en las relacionadas con las acciones humanitarias, recuperación del patrimonio, migración y personas refugiadas (Figura 29).

**Figura 29**

*Tipo de participación en acciones de voluntariado*



### 5.1.7. Acciones de participación ciudadana

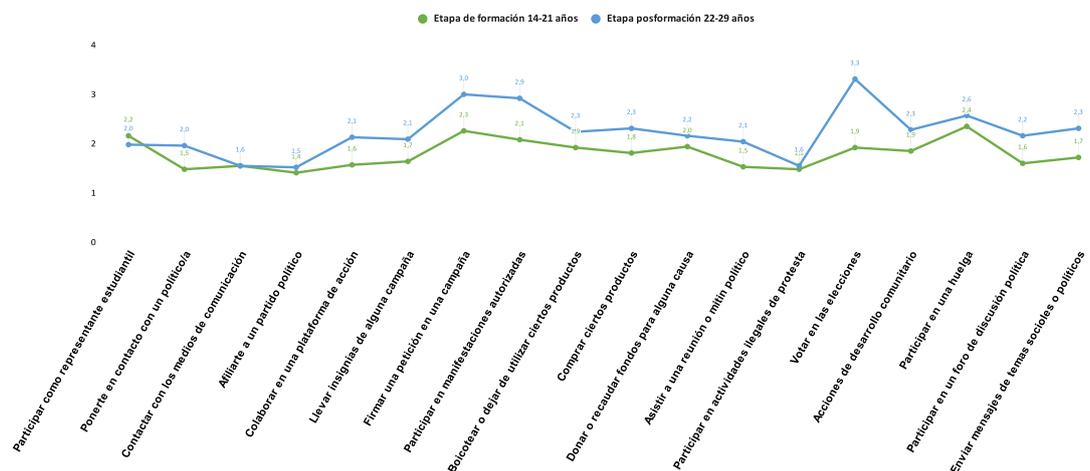
Las acciones más practicadas por el conjunto de la población muestral son formas de participación convencionales: firmar una petición en una campaña, votar en las elecciones, participar en manifestaciones autorizadas y participar en una huelga. Aquellas en las que la participación es menor, habiéndose practicado alguna vez, son: boicotear o dejar de utilizar ciertos productos, participar como representante estudiantil, acciones de desarrollo comunitario, comprar ciertos productos deliberadamente por moti-

vos políticos, éticos o medioambientales, donar o recaudar fondos para alguna causa, enviar mensajes de temas sociales o políticos, participar en un foro de discusión política, llevar insignias de alguna campaña, colaborar en una plataforma de acción ciudadana, asistir a una reunión o mitin político, ponerse en contacto con un/a político/a y contactar con los medios de comunicación. En cuanto a las acciones menos ejecutadas son: participar en actividades ilegales de protesta y afiliarse a un partido político.

No obstante, cabe matizar que estas acciones de participación presentan diferencias estadísticamente significativas según grupo de edad ( $p < ,05$ ), salvo en las siguientes acciones: participar como representante estudiantil, contactar con los medios de comunicación, afiliarte a un partido político, participar en actividades ilegales de protesta. Concretamente en la Figura 30 se observan los valores medios (siendo 1 “no haber participado nunca”, 2 “haber participado alguna vez”, 3 “haber participado algunas veces” y 4 “participar frecuentemente”). En este sentido, los valores medios de las acciones de participación son más elevados en el grupo de edad en la etapa posformativa (entre 22-29 años), a excepción de la participación como representante estudiantil que, aunque no haya diferencias significativas entre ambos grupos, los valores medios son ligeramente superiores en el grupo de jóvenes de entre 14 a 21 años. Otro aspecto que cabe explicar es la diferencias en la acción “votar en las elecciones”, ya que esta se debe principalmente a que el grupo de edad entre 14 a 21 años recoge a un amplio número de jóvenes que aún no tienen la edad necesaria para votar. Por otro lado, las acciones ejecutadas alguna vez por el grupo de jóvenes en la etapa formativa son: participar en una huelga y firmar una petición en una campaña; mientras que el grupo de jóvenes entre 22 y 29 años las acciones que más desarrollan algunas veces son firmar una petición y participar en alguna manifestación, además de votar.

**Figura 30**

*Valores medios del nivel de participación en diferentes acciones según edad*

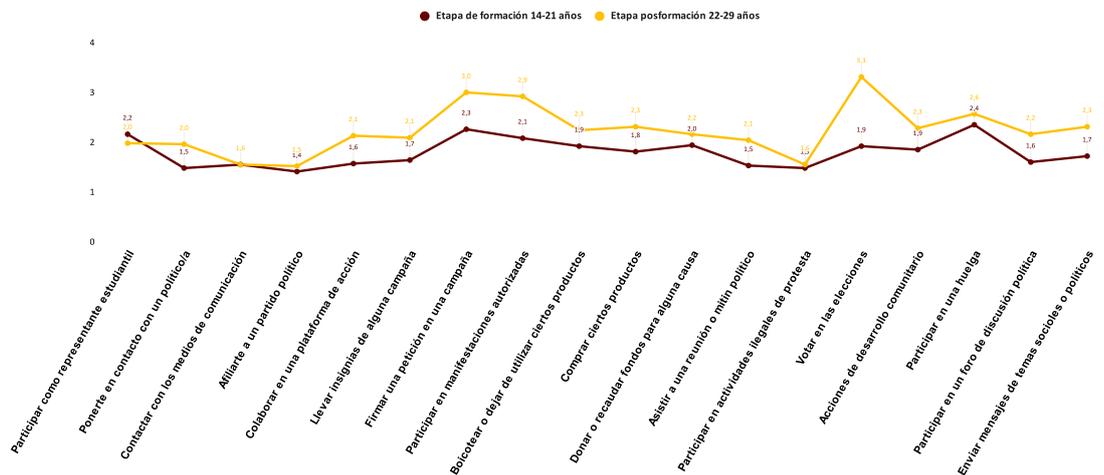


Las acciones de participación también presentan diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres ( $p < ,05$ ), específicamente como se aprecia en la Figura 31, los hombres presentan valores medios superiores al grupo de las mujeres en las siguientes acciones: ponerse en contacto con un/a político/a, afiliarse a un partido político y asistir a una reunión o mitin político; mientras que las mujeres presenta mayores valores medios en: firmar una petición en una campaña, participar en mani-

festaciones autorizadas y participar en una huelga. En consonancia con estos datos, en los grupos focales vemos esta diferenciación de género a la hora de hablar de la participación en huelgas o manifestaciones, en concreto en las del 8-M, las cuales son mencionadas solo por las mujeres participantes, y siguiendo la línea de que son las mujeres las que mencionan los temas de cuidados, feminismo, y violencia de género.

**Figura 31**

*Valores medios del nivel de participación en diferentes acciones según sexo*

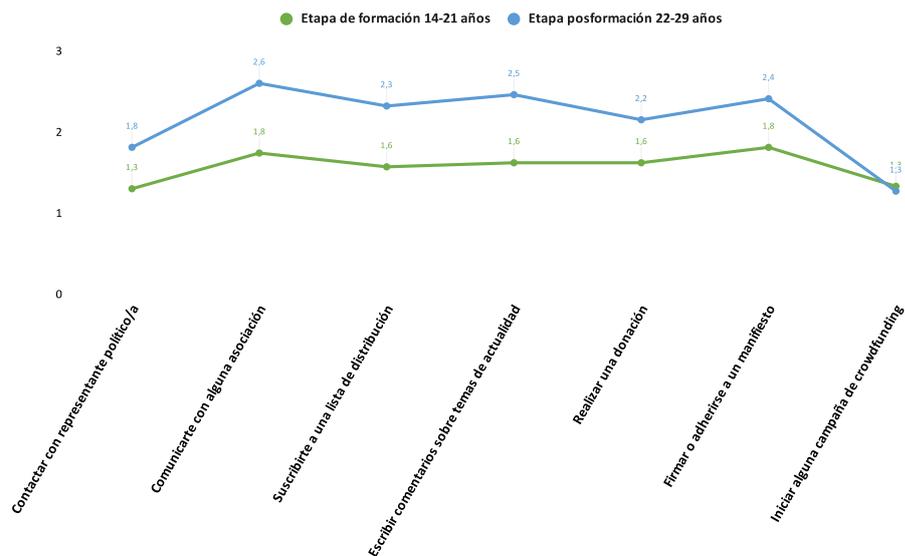


En cuanto a las acciones de participación ejecutadas dentro del marco virtual, es decir Internet, se han identificado diferencias estadísticamente significativas según grupo de edad ( $p < ,05$ ) en todas las acciones consideradas, salvo en las acciones relacionada con iniciar alguna campaña de crowdfunding para acciones sociales o políticas, que ambos casos son muy poco usuales entre la juventud muestral. Como se observa en la Figura 32, es la población joven entre 22 a 29 años la que presenta mayores valores medios dentro de todas las acciones consideradas, destacando especialmente las acciones que se han desarrollado algunas veces, como son comunicarse con alguna asociación y escribir comentarios sobre temas de actualidad; mientras que en la población en la etapa formativa (de 14 a 21 años) cabe señalar aquellas acciones que se han desarrollado alguna vez como firmar o adherirse a un manifiesto y comunicarse con alguna asociación. Acciones, como se muestra en los grupos focales, van encaminadas a una participación puntual, rápida que no necesita de un compromiso a corto o largo plazo.

En los grupos focales se ha desarrollado discusiones en torno al uso de RRSS que cabe destacar en este apartado: “al principio las RRSS se crearon para intentar fomentar y crear el sentimiento de comunidad y fíjate, pues se nos ha dado la vuelta a la tortilla o se está utilizando como un arma para desunir y que no nos creamos una colectividad” (GF2-n6) “hay una causalidad entre el aumento de problemas de salud mental con el auge de las RRSS” (GF2-n2).

**Figura 32**

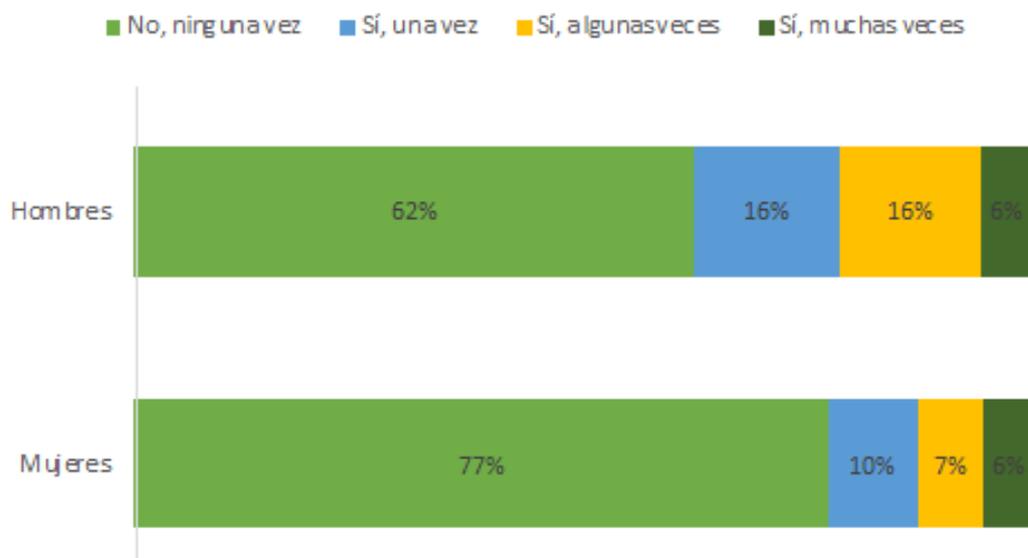
*Valores medios de la participación a través de Internet*



Estas acciones de participación a través de Internet presentan valores muy similares entre mujeres y hombres, salvo en el caso de acciones que tienen como finalidad contactar con representante político (diputado/a, concejal, senador/a) o partido político, en cuyo caso se han hallado diferencias estadísticamente significativas según sexo ( $p=,013$ ). Concretamente en la Figura 33 se observa que las mujeres presentan mayor valor en “No, ninguna vez” en comparación con los hombres siendo este mayor en “alguna vez” y en “algunas veces”.

**Figura 33**

*Contactar con representante político (diputado/a, concejal, senador/a) o partido político*

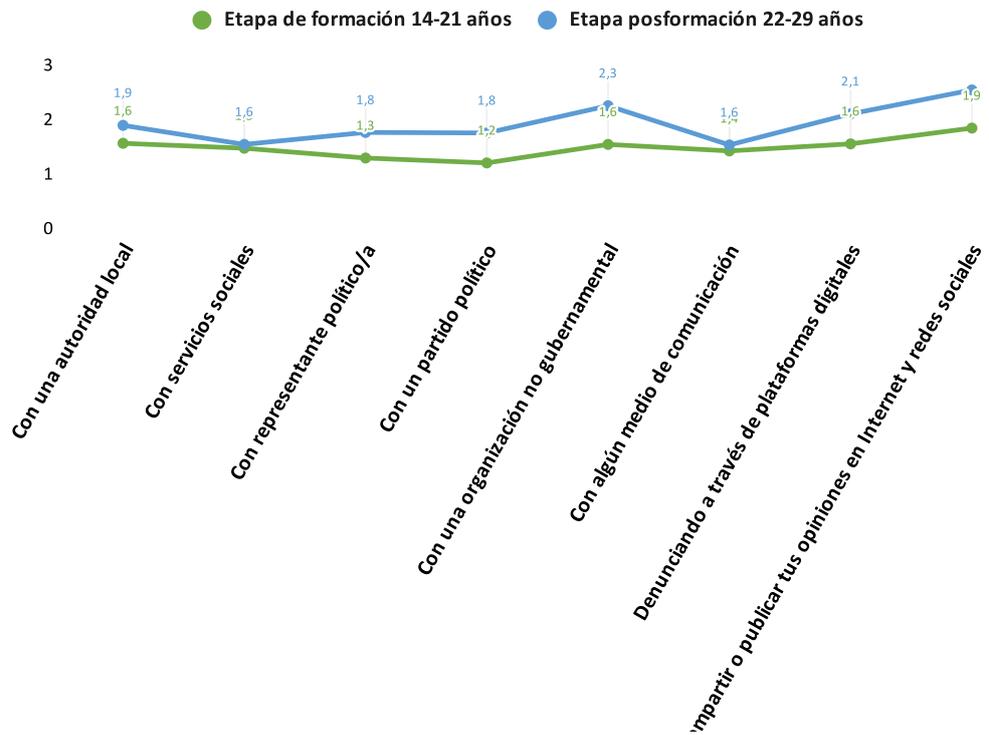


En aquellas acciones de participación que vienen motivadas por intentar solucionar un problema personal o que afecta a familiares y/o comunidad, en general son poco habituales, no obstante, en todas se han hallado diferencias significativas ( $p \leq ,05$ ), salvo en acciones como contactar con servicios sociales y con algún medio de comunicación, donde en ambos grupos los valores medios son muy bajos. En esta línea, en la Figura 34 se refleja estos valores medios, que como se observa, en el caso del grupo

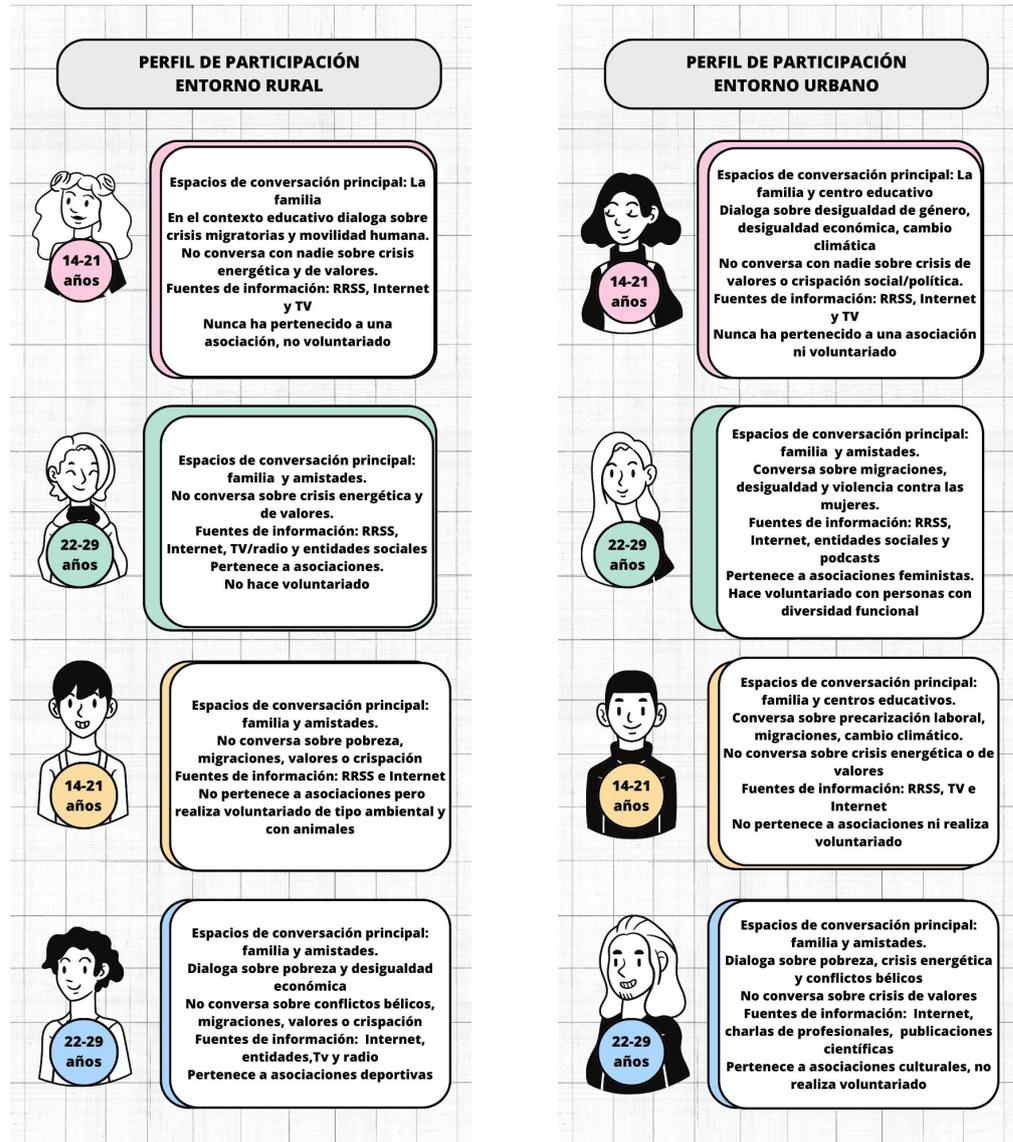
de jóvenes entre 22-29 años destacan como acciones más frecuentes aquellas orientadas a compartir o publicar tus opiniones en Internet y redes sociales y contactar con una organización no gubernamental. Aspectos también señalados por n5 del GF2 que transforma la idea tradicional de participación para dar paso a una participación en consonancia con la sociedad líquida que nos describe Bauman y que nos lleva a una participación líquida.

**Figura 34**

*Participación motivada por intentar solucionar un problema personal o que afecta a familiares y/o comunidad*



## 5.2. Perfil de participación



### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: mujer  
 Edad: entre 14 y 21 años (en etapa formativa)  
 Característica de la localidad de residencia: rural

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El contexto familiar es el espacio de conversación principal de temas sobre:

- La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones.
- El cambio climático.
- Las guerras y conflictos bélicos.
- La falta de empleo y precarización laboral.
- Crispación social y política.

En el contexto educativo dialoga principalmente sobre los problemas relacionados con la población migrante, los movimientos y crisis migratorios.

Un tema de conversación presente en todos o casi todos los ámbitos es el problema de la violencia contra las mujeres.

No conversa con nadie sobre la crisis energética y la crisis de valores.

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta siempre son las redes sociales e internet (blog, webs, ...) y habitualmente la televisión.

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo y no sentirse identificada con ninguna causa.

Considera que los principales motivos por los que la gente participa son:

- Por sentirse útil
- Por aspiración personal de entrar en el mercado de trabajo

### Asociacionismo y voluntariado

Nunca ha pertenecido a una asociación u organización, ni ha realizado acciones de voluntariado.

### Acciones de participación ciudadana

Participa muy frecuentemente en acciones como:

- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Participar en manifestaciones autorizadas
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Participar en una huelga

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Asistir a una reunión o mitin político
- Participar en actividades ilegales de protesta
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Utilización de Internet algunas veces para:

Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)

Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña

Ante problemas que le afectan personalmente, algunas veces comparte o publica sus opiniones en Internet y redes sociales.

Características sociodemográficas del perfil
<p>Sexo: mujer            Edad: entre 22 y 29 años (en etapa posformativa)            Característica de la localidad de residencia: rural</p>
Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.
<p>El entorno familiar y de amistades es el espacio de conversación sobre temas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La falta de empleo y precarización laboral.</li> <li>○ La violencia contra las mujeres.</li> <li>○ Crispación social y política.</li> </ul> <p>Los temas de conversación presentes en todos o casi todos los ámbitos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones</li> <li>○ El cambio climático</li> <li>○ Las guerras y conflictos bélicos</li> <li>○ La población migrante, los movimientos y crisis migratorios</li> </ul> <p>No conversa con nadie sobre la crisis energética y la crisis de valores.</p>
Frecuencia de consulta de fuentes de información
<p>Las fuentes de información que consulta siempre son las redes sociales y habitualmente la información de entidades sociales, televisión, radio e internet (blog, webs, ...).</p>
Motivación y participación
<p>Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo y la comodidad.            Considera que el principal motivo por el que la gente participa es por justicia social.</p>
Asociacionismo y voluntariado
<p>Pertenece a una asociación u organización principalmente del ámbito de la cooperación internacional y/o humanitaria, aunque no ha realizado acciones de voluntariado.</p>
Acciones de participación ciudadana
<p>Participa muy frecuentemente en acciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Participar en manifestaciones autorizadas</li> <li>○ Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)</li> </ul> <p>En algún momento puntual ha realizado acciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Colaborar en una plataforma de acción ciudadana</li> <li>○ Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas</li> <li>○ Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política</li> <li>○ Asistir a una reunión o mitin político</li> <li>○ Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)</li> <li>○ Participar en una huelga</li> <li>○ Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico</li> </ul> <p>Nunca ha desarrollado acciones participativas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)</li> <li>○ Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos</li> <li>○ Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales</li> <li>○ Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones</li> <li>○ Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones</li> <li>○ Afiliarte a un partido político</li> <li>○ Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña</li> <li>○ Participar en actividades ilegales de protesta</li> <li>○ Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet</li> </ul>

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Utilización de Internet algunas veces para:

- Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)
- Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña
- Suscribirte a una lista de distribución para recibir información sobre temas de actualidad social o política
- Escribir comentarios sobre temas de actualidad, sociales o políticos en algún blog, red social, foro, etc.
- Realizar una donación a alguna asociación u organización

Ante problemas que le afectan personalmente, muchas veces comparte o publica sus opiniones en Internet y redes sociales; y en alguna ocasión, ha contactado con una organización no gubernamental o con un representante político.

### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: hombre

Edad: entre 14 y 21 años (en etapa formativa)

Característica de la localidad de residencia: rural

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El contexto familiar es el espacio de conversación principal de temas sobre:

- La falta de empleo y precarización laboral.
- La crisis energética.

En el contexto educativo dialoga principalmente sobre:

- El cambio climático.
- La violencia contra las mujeres.

El tema de conversación presente en el círculo de sus amistades es el problema de las guerras y conflictos bélicos.

No conversa con nadie sobre:

- La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones.
- Los problemas relacionados con la población migrante, los movimientos y crisis migratorios.
- La crisis de valores
- Crispación social y política.

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta habitualmente son las redes sociales e internet (blog, webs, ...).

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo, considerar que no aportaría gran cosa, además de no saber cómo participar.

Considera que los principales motivos por los que la gente participa son:

- Por sentirse útil
- Por aspiración personal de entrar en el mercado de trabajo
- Por realizar un servicio social a la comunidad
- Por relacionarse con gente
- Porque da buena imagen
- Porque está de moda
- Por justicia social

### Asociacionismo y voluntariado

Nunca ha pertenecido a una asociación u organización, pero ha realizado acciones de voluntariado relacionadas con la recuperación y protección del medio ambiente y otras acciones de bienestar animal.

### Acciones de participación ciudadana

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Participar en actividades ilegales de protesta
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)
- Participar en una huelga
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Participar en manifestaciones autorizadas
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
- Asistir a una reunión o mitin político
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Utilización de Internet en una ocasión para:

- Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)
- Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña

Ante problemas que le afectan personalmente, en una ocasión ha compartido o publicado sus opiniones en Internet y redes sociales.

### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: hombre

Edad: entre 22 y 29 años (en etapa posformativa)

Característica de la localidad de residencia: rural

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El entorno de sus amistades es el espacio de conversación principal de temas sobre:

- La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones.
- La población migrante, los movimientos y crisis migratorias.
- La crisis de valores.
- La violencia contra las mujeres.
- Crispación social y política.

En el contexto familiar y de amistades dialoga principalmente sobre los problemas relacionados con la falta de empleo y precarización laboral.

Los temas de conversación presentes en todos o casi todos los ámbitos son el problema de la crisis energética y el cambio climático.

No conversa con nadie sobre las guerras y conflictos bélicos.

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta habitualmente son las redes sociales, la información de entidades sociales, televisión, radio e internet (blog, webs, ...).

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo y no sentirse identificada con ninguna causa.

Considera que los principales motivos por los que la gente participa son:

- Por sentirse útil
- Por justicia social

### Asociacionismo y voluntariado

Ha pertenecido a una asociación u organización de tipo deportivo, aunque no ha realizado acciones de voluntariado.

### Acciones de participación ciudadana

Participa muy frecuentemente en acciones como:

- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Participar en manifestaciones autorizadas
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Participar en una huelga
- Asistir a una reunión o mitin político
- Participar en actividades ilegales de protesta
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico.

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político.

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Utilización de Internet algunas veces para:

- Suscribirte a una lista de distribución para recibir información sobre temas de actualidad social o política.

Y de manera más puntual, ha utilizado Internet para:

- Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)
- Escribir comentarios sobre temas de actualidad, sociales o políticos en algún blog, red social, foro, etc.
- Realizar una donación a alguna asociación u organización
- Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña

Ante problemas que le afectan personalmente, en algunas ocasiones ha contactado con organizaciones no gubernamentales y alguna vez ha denunciado a través de plataformas digitales y ha publicado sus opiniones en Internet y redes sociales.

### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: mujer

Edad: entre 14 y 21 años (en etapa formativa)

Característica de la localidad de residencia: urbano

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El contexto familiar es el espacio de conversación principal de temas sobre:

- Las guerras y conflictos bélicos.
- La falta de empleo y precarización laboral.

En el contexto educativo dialoga principalmente sobre los problemas relacionados con la pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones, el cambio climático, crisis energética y la población migrante, los movimientos y crisis migratorios.

Un tema de conversación presente en todos o casi todos los ámbitos es el problema de la violencia contra las mujeres.

No conversa con nadie sobre la crisis de valores y la crispación social y política.

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta siempre son las redes sociales e internet (blog, webs, ...) y habitualmente la televisión.

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación es no habérselo propuesto.

Considera que los principales motivos por los que la gente participa son:

- Por sentirse útil
- Por relacionarse con gente
- Por creencias éticas y/o ideológicas
- Porque da buena imagen
- Por justicia social

### Asociacionismo y voluntariado

Nunca ha pertenecido a una asociación u organización, ni ha realizado acciones de voluntariado.

### Acciones de participación ciudadana

No participa muy frecuentemente en ninguna de las acciones de participación consideraras.

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Participar en manifestaciones autorizadas
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Participar en una huelga

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Asistir a una reunión o mitin político
- Participar en actividades ilegales de protesta
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Nunca ha utilizado Internet para las acciones de participación consideradas ni ha intentado contactar con nadie para solucionar problemas que le afecten personalmente.

### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: mujer

Edad: entre 22 y 29 años (en etapa posformativa)

Característica de la localidad de residencia: urbana

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El entorno familiar y de amistades es el espacio principal de conversación sobre temas como:

- El cambio climático
- Las guerras y conflictos bélicos
- La falta de empleo y precarización laboral.
- La crisis energética
- La crisis de valores
- Crispación social y política.

Específicamente en el entorno familiar se habla sobre la población migrante, los movimientos y crisis migratorios.

Los temas de conversación presentes en todos o casi todos los ámbitos son:

- La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones
- La violencia contra las mujeres

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta siempre son las redes sociales e Internet, aunque también consulta habitualmente la información de entidades sociales, de charlas de profesionales y podcast.

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo y no habérselo propuesto en serio. Considera que el principal motivo por el que la gente participa es por justicia social.

### Asociacionismo y voluntariado

Pertenece a una asociación u organización principalmente feminista, y actualmente no, pero ha realizado acciones de voluntariado desarrollando tareas orientadas al apoyo de personas con diversidad funcional.

### Acciones de participación ciudadana

Participa muy frecuentemente en acciones como:

- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Participar en manifestaciones autorizadas
- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)
- Participar en una huelga
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Asistir a una reunión o mitin político
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político
- Participar en actividades ilegales de protesta

### Acciones de participación ciudadana a través de Internet

Utilización de Internet algunas veces para:

- Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)
- Suscribirte a una lista de distribución para recibir información sobre temas de actualidad social o política
- Escribir comentarios sobre temas de actualidad, sociales o políticos en algún blog, red social, foro, etc.
- Realizar una donación a alguna asociación u organización
- Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña

Ante problemas que le afectan personalmente en alguna ocasión, ha contactado con una autoridad política o con una organización no gubernamental y ha denunciado a través de plataformas digitales y publicando sus opiniones en Internet y redes sociales.

### Características sociodemográficas del perfil

Sexo: hombre  
Edad: entre 14 y 21 años (en etapa formativa)  
Característica de la localidad de residencia: urbana

### Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.

El contexto familiar es el espacio de conversación principal de temas sobre:

- La falta de empleo y precarización laboral.
- La población migrante, los movimientos y crisis migratorios.

En el contexto educativo dialoga principalmente sobre el cambio climático.

El tema de conversación presente en todos o casi todos los ámbitos es el problema de la violencia contra las mujeres.

En su círculo de amistades no dialoga sobre ninguno de los problemas considerados, además de no conversar con nadie sobre:

- La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones.
- Las guerras y conflictos bélicos
- La crisis energética.
- La crisis de valores
- Crispación social y política.

### Frecuencia de consulta de fuentes de información

Las fuentes de información que consulta siempre son las redes sociales y habitualmente la televisión e internet (blog, webs, ...).

### Motivación y participación

Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo, y porque no se siente identificado con ninguna causa.

Considera que los principales motivos por los que la gente participa son:

- Por sentirse útil
- Porque da buena imagen
- Por justicia social

### Asociacionismo y voluntariado

Nunca ha pertenecido a una asociación u organización ni ha realizado acciones de voluntariado.

### Acciones de participación ciudadana

En algún momento puntual ha realizado acciones como:

- Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)
- Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña
- Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas
- Participar en actividades ilegales de protesta
- Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos
- Participar en una huelga

Nunca ha desarrollado acciones participativas como:

- Participar en manifestaciones autorizadas
- Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales
- Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)
- Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones
- Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones
- Afiliarte a un partido político
- Colaborar en una plataforma de acción ciudadana
- Asistir a una reunión o mitin político
- Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet
- Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política
- Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)
- Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico

<b>Acciones de participación ciudadana a través de Internet</b>
Nunca ha utilizado Internet para las acciones de participación consideradas ni ha intentado contactar con nadie para solucionar problemas que le afecten personalmente.
<b>Características sociodemográficas del perfil</b>
Sexo: hombre Edad: entre 22 y 29 años (en etapa posformativa) Característica de la localidad de residencia: urbana
<b>Contexto de conversación sobre los principales problemas globales.</b>
Tanto el contexto familiar como el de amistades son los espacios principales en el que dialoga sobre la mayoría de los problemas considerados: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La pobreza y la desigualdad económica entre personas y regiones.</li> <li>○ La crisis energética</li> <li>○ Las guerras y conflictos bélicos</li> <li>○ La falta de empleo y precarización laboral</li> <li>○ La violencia contra las mujeres.</li> <li>○ Crispación social y política.</li> </ul> <p>En el contexto exclusivo del grupo de amistades se conversa sobre el cambio climático y la población migrante, los movimientos y crisis migratorios.</p> <p>No conversa con nadie sobre la crisis de valores</p>
<b>Frecuencia de consulta de fuentes de información</b>
La fuente de información que consulta siempre es internet (blog, webs, ...), aunque habitualmente también busca información a partir de charlas de profesionales, publicaciones científicas, la televisión y las redes sociales.
<b>Motivación y participación</b>
Los principales motivos que frenan su participación son no tener tiempo y no habérselo propuesto en serio. Considera que el principal motivo por el que la gente participa es por las creencias éticas y/o ideológicas.
<b>Asociacionismo y voluntariado</b>
Pertenece a una asociación u organización de tipo musical/cultural, aunque nunca ha realizado acciones de voluntariado.

Acciones de participación ciudadana
<p>Participa muy frecuentemente en acciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)</li> <li>○ Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico.</li> </ul> <p>En algún momento puntual ha realizado acciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Participar como representante estudiantil (de clase, del centro educativo o de universidad)</li> <li>○ Ponerte en contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones</li> <li>○ Colaborar en una plataforma de acción ciudadana</li> <li>○ Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña</li> <li>○ Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas</li> <li>○ Participar en manifestaciones autorizadas</li> <li>○ Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos</li> <li>○ Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales</li> <li>○ Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política</li> <li>○ Asistir a una reunión o mitin político</li> <li>○ Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)</li> <li>○ Participar en una huelga</li> <li>○ Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet</li> </ul> <p>Nunca ha desarrollado acciones participativas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones</li> <li>○ Afiliarte a un partido político.</li> <li>○ Participar en actividades ilegales de protesta</li> </ul>
Acciones de participación ciudadana a través de Internet
<p>Utilización de Internet muchas veces para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Suscribirte a una lista de distribución para recibir información sobre temas de actualidad social o política.</li> <li>○ Escribir comentarios sobre temas de actualidad, sociales o políticos en algún blog, red social, foro, etc.</li> </ul> <p>Y de manera más puntual, ha utilizado Internet para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contactar con representante político.</li> <li>○ Comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)</li> <li>○ Realizar una donación a alguna asociación u organización</li> <li>○ Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña</li> </ul> <p>Ante problemas que le afectan personalmente, en algunas ocasiones ha contactado con una autoridad local, representante político o partido político o bien con organizaciones no gubernamentales, además de haber denunciado a través de plataformas digitales y publicar sus opiniones en Internet y redes sociales.</p>

### 5.3. Factores que favorecen la participación juvenil

En este apartado, se presentan los hallazgos descriptivos e inferenciales sobre los factores que favorecen la participación juvenil. Los resultados son fruto de un análisis de regresión, que constituyen una técnica estadística utilizada para conocer la relación entre dos variables (Cubo et al., 2011). Se presentan los resultados estadísticos donde se interpretan dos datos esenciales: 1) el coeficiente de determinación (  $q$  ) que evalúa, entre 0 y 1, la fuerza de la relación lineal entre dos variables; y, por otro lado, 2) el nivel de significación estadística (  $p$  ). Ambos datos nos permiten hacer predicciones sobre datos desconocidos mediante el uso de otro valor de datos relacionado y conocido; además de conocer si son estadísticamente significativos.

A continuación, se presentan la relación predictiva entre acciones de participación asociados con el uso de diferentes fuentes de información para conocer e informarse de problemáticas mundiales.

### 5.3.1. La participación como representante estudiantil

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,034	0,052	0,057	0,077	0,098	0,082	0,083	0,002	0,023	0,002	0,001	0,084
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,364	0,002	0,366	0,560	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando la televisión ( $p=0,365$ ), Internet ( $p=0,366$ ) y redes sociales ( $p=0,560$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación como representante estudiantil. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de participación como representantes estudiantiles son empresas, podcast, organismos internacionales y las publicaciones científicas mientras que los menos determinantes son las redes sociales, Internet, las entidades sociales y la radio.

### 5.3.2. Contactar con un representante político o con una autoridad para expresarle tus opiniones

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,096	0,112	0,118	0,104	0,044	0,082	0,065	0,009	0,062	0,000	0,002	0,046
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,060	0,000	0,925	0,327	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,925$ ) y redes sociales ( $p=0,327$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir el contacto con un representante político o con una autoridad para expresarle opiniones. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son charlas o conferencias de profesionales, partidos políticos y la administración pública mientras que los menos determinantes son Internet, las redes sociales, televisión y empresas.

### 5.3.3. Contactar o comparecer ante los medios de comunicación para expresar tus opiniones

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,055	0,065	0,085	0,053	0,097	0,039	0,042	0,000	0,039	0,000	0,000	0,057
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,968	0,000	0,899	0,655	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando la televisión ( $p=0,968$ ), Internet ( $p=0,899$ ) y redes sociales ( $p=0,655$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir el contacto o comparencia ante los medios de comunicación para expresar opiniones. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son empresas, partidos políticos y charlas o conferencias con expertos mientras que los menos determinantes son televisión, internet y las redes sociales.

### 5.3.4. La afiliación a un partido político

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,034	0,026	0,198	0,115	0,061	0,069	0,031	0,001	0,046	0,000	0,001	0,08
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,589	0,000	0,981	0,539	0,066

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando la televisión ( $p=0,589$ ), Internet ( $p=0,981$ ) y redes sociales ( $p=0,539$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la afiliación a un partido político. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son partidos políticos, la administración pública y podcasts mientras que los menos determinantes son televisión, Internet y las redes sociales.

### 5.3.5. Colaborar en una plataforma de acción ciudadana

	Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...	Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema	Partidos políticos	Administración pública	Empresas	Organismos internacionales (Naciones Unidas...)	Publicaciones científicas	Televisión	Radio	Internet (blogs, prensa, webs, plataformas)	Redes sociales	Podcast
Coefficiente de determinación	0,214	0,153	0,081	0,069	0,045	0,062	0,052	0,025	0,056	0,006	0,002	0,058
Sig. (p)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,122	0,425	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,112$ ) y redes sociales ( $p=0,425$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la colaboración en una plataforma de acción ciudadana. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y partidos políticos mientras que los menos determinantes son televisión, Internet y las redes sociales.

### 5.3.6. Llevar o mostrar insignias o pegatinas de alguna campaña

	Entidades sociales ONG, de consumidores, ecologista, ...	Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema	Partidos políticos	Administración pública	Empresas	Organismos internacionales (Naciones Unidas...)	Publicaciones científicas	Televisión	Radio	Internet (blogs, prensa, webs, plataformas)	Redes sociales	Podcast
Coefficiente de determinación	0,097	0,099	0,048	0,044	0,023	0,045	0,027	0,037	0,033	0,001	0,001	0,022
Sig. (p)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,001	0,000	0,000	0,470	0,486	0,003

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,470$ ) y redes sociales ( $p=0,486$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir si una persona lleva o muestra insignias o pegatinas de alguna campaña. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y partidos políticos mientras que los menos determinantes son Internet, redes sociales y podcast.

### 5.3.7. Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,106	0,146	0,057	0,056	0,011	0,063	0,099	0,012	0,044	0,002	0,001	0,033
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,037	0,000	0,000	0,029	0,000	0,409	0,512	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,409$ ) y redes sociales ( $p=0,512$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la firma de una petición en una campaña de recogida de firmas. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y publicaciones científicas mientras que los menos determinantes son Internet, redes sociales, empresas y televisión.

### 5.3.8. Participar en manifestaciones autorizadas

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,156	0,159	0,193	0,074	0,009	0,063	0,063	0,073	0,077	0,005	0,000	0,081
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,037	0,061	0,000	0,000	0,000	0,136	0,839	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,136$ ), redes sociales ( $p=0,839$ ) y organismos internacionales ( $p=0,061$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación en manifestaciones autorizadas. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son partidos políticos, entidades sociales y charlas o conferencias con expertos mientras que los menos determinantes son Internet, redes sociales y empresas.

### 5.3.9. Boicotear o dejar de utilizar ciertos productos

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,078	0,075	0,073	0,085	0,051	0,148	0,103	0,002	0,018	0,008	0,000	0,060
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,401	0,007	0,067	0,968	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,067$ ), televisión ( $p=0,401$ ) y redes sociales ( $p=0,968$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir el boicot o dejar de utilizar ciertos productos. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son organismos internacionales, publicaciones científicas y entidades sociales mientras que los menos determinantes son redes sociales, televisión e Internet.

### 5.3.10. Comprar ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,095	0,080	0,081	0,062	0,010	0,093	0,076	0,008	0,033	0,006	0,001	0,061
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,047	0,000	0,000	0,073	0,000	0,113	0,476	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,113$ ), televisión ( $p=0,007$ ) y redes sociales ( $p=0,476$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la compra de ciertos productos deliberadamente por motivos políticos, éticos o medioambientales. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son organismos internacionales, entidades sociales y charlas o conferencias con expertos mientras que los menos determinantes son redes sociales, televisión e Internet.

### 5.3.11. Dar dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,044	0,048	0,072	0,127	0,083	0,080	0,062	0,001	0,055	0,007	0,001	0,057
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,581	0,000	0,081	0,636	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,081$ ), televisión ( $p=0,581$ ) y redes sociales ( $p=0,636$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la entrega de dinero o recaudar fondos para alguna causa social o política. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son Administración pública, empresas y organismos internacionales mientras que los menos determinantes son redes sociales, televisión e Internet.

### 5.3.12. Asistir a una reunión o mitin político

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,130	0,124	0,113	0,071	0,007	0,019	0,021	0,006	0,098	0,002	0,000	0,023
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,103	0,005	0,003	0,124	0,000	0,385	0,735	0,002

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando Internet ( $p=0,385$ ), televisión ( $p=0,124$ ), empresas ( $p=0,103$ ) y redes sociales ( $p=0,735$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la asistencia a una reunión o mitin político. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y partidos políticos mientras que los menos determinantes son redes sociales, televisión e Internet.

### 5.3.13. Participar en actividades ilegales de protesta

	<i>Entidades sociales: ONG, de constructores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,061	0,052	0,046	0,050	0,047	0,047	0,039	0,017	0,004	0,017	0,006	0,038
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,187	0,008	0,121	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando radio ( $p=0,187$ ) y redes sociales ( $p=0,121$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación en actividades ilegales de protesta. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y administración pública mientras que los menos determinantes son la radio, redes sociales, televisión e Internet.

### 5.3.14. Votar en las elecciones (municipales, autonómicas o generales)

	<i>Entidades sociales: ONG, de constructores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,056	0,041	0,095	0,067	0,002	0,022	0,041	0,004	0,037	0,011	0,006	0,016
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,417	0,003	0,000	0,213	0,000	0,036	0,122	0,011

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando empresas ( $p=0,417$ ), televisión ( $p=0,213$ ) y redes sociales ( $p=0,122$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación, emitiendo el voto, en las elecciones (municipales, autonómicas o generales). Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son partidos políticos, administración pública y entidades sociales mientras que los menos determinantes son empresas, televisión y redes sociales.

### 5.3.15. Acciones de desarrollo comunitario (utilizar moneda social, recogida colectiva de residuos, rehabilitación de zonas urbanas, ...)

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,152	0,121	0,061	0,051	0,008	0,042	0,051	0,005	0,087	0,008	0,000	0,051
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,065	0,000	0,000	0,147	0,000	0,079	0,922	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando empresas ( $p=0,065$ ), televisión ( $p=0,147$ ), Internet ( $p=0,079$ ) y redes sociales ( $p=0,922$ ), todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación en acciones de desarrollo comunitario. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son entidades sociales, charlas o conferencias con expertos y la radio mientras que los menos determinantes son las redes sociales, televisión, empresas e Internet.

### 5.3.16. Participar en una huelga

	<i>Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...</i>	<i>Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema</i>	<i>Partidos políticos</i>	<i>Administración pública</i>	<i>Empresas</i>	<i>Organismos internacionales (Naciones Unidas...)</i>	<i>Publicaciones científicas</i>	<i>Televisión</i>	<i>Radio</i>	<i>Internet (blog, prensa, webs, plataformas)</i>	<i>Redes sociales</i>	<i>Podcast</i>
<i>Coefficiente de determinación</i>	0,053	0,068	0,049	0,042	0,007	0,048	0,044	0,000	0,028	0,010	0,015	0,075
<i>Sig. (p)</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,098	0,000	0,000	0,788	0,001	0,045	0,014	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando empresas ( $p=0,098$ ) y televisión ( $p=0,788$ ) todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación en una huelga. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son podcasts, charlas o conferencias con expertos y entidades sociales mientras que los menos determinantes son la televisión, empresas, Internet y redes sociales.

### 5.3.17. Participar en un foro o grupo de discusión política en Internet

	Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...	Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema	Partidos políticos	Administración pública	Empresas	Organismos internacionales (Naciones Unidas...)	Publicaciones científicas	Televisión	Radio	Internet (blogs, prensa, webs, plataformas)	Redes sociales	Podcast
Coefficiente de determinación	0,100	0,128	0,055	0,041	0,005	0,015	0,031	0,033	0,053	0,000	0,001	0,046
Sig. (p)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,144	0,013	0,000	0,000	0,000	0,902	0,530	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando empresas ( $p=0,114$ ), Internet ( $p=0,902$ ) y redes sociales ( $p=0,530$ ) todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir la participación en un foro o grupo de discusión política en Internet. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son charlas o conferencias con expertos, entidades sociales y partidos políticos mientras que los menos determinantes son Internet, redes sociales y empresas.

### 5.3.18. Enviar mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico

	Entidades sociales: ONG, de consumidores, ecologista, ...	Charlas o conferencias de profesionales con experiencia en el problema	Partidos políticos	Administración pública	Empresas	Organismos internacionales (Naciones Unidas...)	Publicaciones científicas	Televisión	Radio	Internet (blogs, prensa, webs, plataformas)	Redes sociales	Podcast
Coefficiente de determinación	0,088	0,167	0,062	0,028	0,007	0,015	0,059	0,011	0,052	0,001	0,000	0,057
Sig. (p)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,091	0,013	0,000	0,030	0,000	0,574	0,803	0,000

En la tabla anterior, se observa que, exceptuando empresas ( $p=0,091$ ), Internet ( $p=0,574$ ) y redes sociales ( $p=0,803$ ) todas las fuentes de información son estadísticamente significativas ( $p<0,05$ ) para predecir el envío de mensajes sobre temas políticos, sociales o ambientales a través del móvil o del correo electrónico. Por otro lado, se observa que, a pesar de ser estadísticamente significativas, las fuerzas de relación entre ambas variables son débiles. Las fuentes de información más determinantes en la predicción de este nivel de participación son charlas o conferencias con expertos, entidades sociales y partidos políticos mientras que los menos determinantes son redes sociales, Internet y empresas.

Los resultados que arroja la investigación son variados, ya que contamos con una horquilla de edad bastante amplia, donde las circunstancias vitales y sociodemográficas son decisivas en la población joven. Podemos observar una tendencia a ver el mundo y sus problemas desde una visión economista, reduciendo la crisis a aspectos materiales y monetarios, en detrimento de los aspectos relacionados con la sostenibilidad de la vida y todo lo que ello engloba (medio ambiente, igualdad entre hombres y mujeres en la esfera pública y privada, cuidados y calidad de vida para todos y todas...).

La juventud extremeña está conectada con el mundo que les rodea, ya que los **principales problemas que consideran a nivel mundial, regional y local** son similares a los que considera el resto de la población: la pobreza y desigualdad, el cambio climático y la precariedad laboral. Los **principales temas de interés de la juventud extremeña** vuelven a estar en consonancia con la sociedad actual: la igualdad entre hombres y mujeres y los derechos sociales. A ello se le suma que la mayoría está de acuerdo con la idea de que el mundo necesita reformas profundas, tienen claro que existe una posibilidad de cambio, y la **acción principal ante el contexto de crisis multidimensional** la sitúan en la promoción de la justicia social, el respeto a los derechos de la humanidad y el fomento de la democracia, siendo la segunda el fomento de la participación y conciencia colectiva frente al individualismo imperante.

No existen diferencias entre la juventud que reside en **entorno urbano y rural** y sus respuestas, lo que nos lleva a considerar que la movilidad entre estos dos entornos es fluida y no genera diferencias de opinión o percepciones acerca de las cuestiones planteadas en esta investigación, seguramente derivado de la movilidad física existente en la región entre pueblos y ciudades por cuestiones formativas, sociales y familiares, y la presencia de las personas jóvenes en las redes sociales de manera casi continua. *Sí que observamos una diferencia entre grupos de edad* en la mayoría de ítems y preguntas realizadas, en concreto entre los grupos de edad que marcan las etapas formativa (de 14 a 21 años: transición a la vida adulta compleja en la que se desarrolla la maduración, la formación con metas profesionales y la adopción de decisiones tendentes al asentamiento), y la posterior o posformativa (de 22 a 29 años: asunción de obligaciones, compromisos y responsabilidades sociales y familiares, y la adquisición de la condición plena de personas autónomas). Podemos afirmar que el desarrollo personal y la exposición a nuevos contextos y situaciones que lleva consigo el cumplir años influye y modela la manera de pensar y actuar en torno a la participación ciudadana, los problemas con mayor relevancia, o las acciones de participación que deciden llevar a cabo.

La **percepción sobre el progreso científico** es optimista, ya que la mayoría considera que este desarrollo genera muchas ventajas para la calidad de vida de la sociedad. En cuanto al grado de acuerdo en torno a afirmaciones

referentes a la **sostenibilidad** de nuestra sociedad, los ítems que mayor consenso obtienen son aquellos referentes a una sensibilización en la correcta gestión de los residuos y su reciclaje (“todos los envases deberían ser retornables”, “necesario prohibir los envases de un solo uso”, o su alta disconformidad ante la frase “separar los residuos es absurdo, porque luego van todos al mismo vertedero”), seguramente por parte de una educación ambiental y trabajo realizado tanto desde la educación escolar como desde la educación social. Sin embargo, destaca una falta de información o de interés sobre temas de actualidad en torno al desarrollo sostenible socioeconómico actual, que se refleja en el alto grado de neutralidad (ni de acuerdo ni en desacuerdo) ante numerosas afirmaciones: “las políticas ecologistas van en contra de la creación de puestos de trabajo y desarrollo económico”, o “las energías renovables tienen un fuerte impacto ambiental”. La formación en valores ambientales se torna indispensable para complementar la sensibilización en aspectos como la crisis climática y las posibilidades de acción por parte de la ciudadanía y, en concreto, de la juventud.

En el **contexto de conversación sobre los principales problemas** globales, se destaca la importancia del contexto educativo y su socialización secundaria para tratar temas tan acuciantes como la crisis climática o la crisis migratoria, ya que son los únicos ámbitos donde las personas jóvenes afirman hablar de estos temas y recibir información sobre los mismos.

Los temas de conversación van fluctuando según la edad de las personas participantes en la investigación, siendo la precariedad laboral más presente en las conversaciones de jóvenes en etapas posformativas; la juventud se implica o tiene más presentes los problemas que, por edad y situación sociodemográfica les afectan más directamente o que, por cuestiones evolutivas simplemente, empiezan a mostrar interés a medida que van cumpliendo años y requieren de su atención (cuestiones laborales, grupos de iguales, relaciones sociales/culturales).

También destaca la relación entre la presencia de los temas y problemas en el ámbito familiar (socialización primaria) y a medida que esta aumenta, acrecienta también su interés en ellos (la pobreza y desigualdad está presente en temas de conversación con la familia, y también está presente en sus temas de interés).

Los **motivos más destacables que dificultan la participación**, sin diferencias entre grupos de edad y sexo, son la falta de tiempo, no habérselo propuesto en serio o no identificarse con ninguna causa en concreto. La falta de referentes a la hora de participar, o la imposibilidad de encajar las acciones de participar en sus rutinas diarias pueden llevar a la baja participación recogida en los datos. Por otro lado, los **motivos que favorecen la participación** van ligados en su mayoría a valores éticos o religiosos según el grupo de edad: el grupo de jóvenes de 14 a 21 años puntúa más en creencias religiosas que el grupo de jóvenes de 22 a 29 años que destaca el motivo de la justicia social y el servicio a la comunidad. Podemos decir que el desarrollo personal que viene de la mano de la etapa posformativa y la apertura a otros contextos y experiencias de la vida diaria puede ser una razón para ello, ahondando así en la idea de que las personas jóvenes muestran interés o atienden a distintas motivaciones según su situación vital y/o madurez.

Las **acciones ciudadanas presentes en la juventud** tienen características similares: son acciones individuales, sobre todo las más frecuentes, y que implican invertir un breve periodo de tiempo (usar papeleras públicas, desplazamientos en transporte sostenible), mientras que las acciones menos frecuentes son las que implican una continuidad o afectan directamente a sus rutinas diarias y comodidad. Esta implicación

puntual en las acciones de participación puede vincularse en la ausencia de un activismo prolongado en el tiempo o adscrito a organizaciones y/o asociaciones.

En cuanto a formas de participación ciudadana como el **asociacionismo o el voluntariado**, destaca que la mayoría de personas jóvenes no han realizado tales acciones, y si lo han hecho es con organizaciones de tipo cultural o lúdico en el caso de asociaciones, o de tipo asistencial en el caso de voluntariado. Podemos confirmar una pérdida de la cultura asociativa en torno a la idea de incidencia política, una pérdida de activismo o liderazgo social al menos en la acepción “tradicional” de los términos, ya que las acciones de participación ejecutadas en el marco virtual son reseñables, sobre todo en la etapa posformativa (de 22 a 29 años) como por ejemplo realizar comentarios en publicaciones de internet, en especial si están motivadas por intentar solucionar un problema personal o que afecte a su entorno más cercano (familia, comunidad).

El concepto de participación, al menos para la juventud extremeña ha cambiado y el compromiso continuado en el tiempo que caracteriza al asociacionismo o voluntariado, se ha transformado en acciones puntuales y que giran muchas veces en torno al uso de las redes sociales. Las **acciones de participación ciudadana más practicadas por todos los grupos de edad, y que se engloban en prácticas convencionales son la firma de campañas, votar en elecciones, participar en manifestaciones o en huelgas. Son acciones puntuales y de corta duración, ya que no se adscriben a grupos organizados ni son acciones de tipo activista que requieran una continuidad a medio o largo plazo.**

Cabe destacar que los hombres presentan valores medios superiores en acciones relacionadas con el ámbito más político (ponerse en contacto con representante político/a, afiliarse a partido político y asistir a reunión/mitin político), mientras que las mujeres presentan mayores valores medios en firma de campaña, participar en manifestaciones o huelgas autorizadas. Aplicando la perspectiva de género, podemos afirmar que la falta de referentes de figuras políticas mujeres, o el no sentirse reconocidas en los espacios más políticos de la participación hace que las mujeres prefieran, o sientan más suyas otras maneras de generar el cambio o participar en él.

En la **frecuencia de consulta de fuentes de información**, Internet y las redes sociales se erigen como las principales fuentes de información en todos los grupos de edad, convirtiéndolos en sus fuentes de información convencionales.

Con respecto a los **factores que favorecen la participación en la juventud extremeña, y relacionándolo con las fuentes de información no convencionales que usan**, podemos afirmar que el contacto previo, o conocimiento de otros actores sociales son determinantes para que las personas jóvenes quieran seguir manteniendo una participación activa en su comunidad. Estas fuentes de información no convencionales actúan de enlace entre ellos/as y las formas de participación que encajan en esta relación (si se informan a través de un partido político, es probable que quieran afiliarse a un partido político; si se informan a través entidades sociales, es probable que participen en acciones de desarrollo comunitario). La juventud participa cuando existe un vínculo con esa forma o contexto de participación, ya que existe un conocimiento previo que les aporta seguridad y familiaridad. Cobra importancia el fomento de espacios divulgativos para la juventud, tales como coloquios y charlas con personas expertas en materias y cuestiones que interesen a las personas jóvenes, facilitando el acceso a información veraz y generando un contacto previo y/o familiaridad que predecían una participación ciudadana más activa.

# 07

## Recomendaciones para el diseño de intervenciones orientadas a la participación de la juventud en Extremadura

Según las conclusiones que hemos presentado, proponemos una serie de recomendaciones o propuestas para futuras intervenciones que quieran orientarse hacia la promoción de la participación ciudadana de la juventud en Extremadura:

- La etapa de **juventud debe entenderse como un período de vida** que transita de la infancia a la madurez, que comprende de los 14 a los 29 años, una horquilla de edad muy distinta para la acción social con juventud. Por ello, se plantea diferenciar entre la etapa formativa de 14 a 21 años y la etapa posformativa e los 22 a los 29 años.
- **Comprensión de la juventud del presente**, sin pensar en las generaciones pasadas ni imaginar las futuras, en el contexto online y offline en el marco de una sociedad cambiante y globalizada como la actual. La juventud rompe con los patrones establecidos por los imaginarios sociales, culturales y definidos en contextos concretos.
- Las **formas y canales de participar actuales son distintas**, así como las formas de entender la participación y de estar en los procesos formativos, por lo que la deconstrucción de la idea y concepto de participación tradicional y reduccionista debe ser acompañada por un cambio de mirada y planteamiento por parte de los agentes sociales implicados. Además, es importante pensar que la temporalidad y uso de los tiempos también son definidos de forma diferente por la juventud vinculados estrechamente con la inmediatez social en la que vivimos.
- Desarrollo de **aprendizajes desde el interés de la juventud**, a partir de los intereses señalados en este y otro estudios, rompiendo así la dinámica unidireccional para caminar hacia los contenidos y temas que son interesantes para la juventud, recogiendo esas necesidades previamente. Teniendo presente que los intereses son temporales y es necesario recoger que son cambiantes y circunstanciales, es necesario utilizar acciones de evaluación diagnósticas que nos facilite recopilar esa información.
- Transformación los **espacios de sensibilización, concientización y formación de la juventud** hacia espacios de encuentros más fluidos, diversos, y flexibles dónde la juventud se sienta protagonista de la propia acción.
- Inclusión del **enfoque de género en el diseño y ejecución de acciones de participación juvenil** puesto que hemos constatado que

las formas de participar de chicas y chicos difieren en cuanto a sus formas de activismo (chicos más cercanos a la política y chicas más cercanas a los movimientos/ acciones públicas sociales).

- Generación de **aprendizajes y herramientas de alfabetización mediática** para acceder y gestionar la información en redes sociales, combatiendo así falsos imaginarios y noticias sesgadas en torno a temas como la sostenibilidad y favoreciendo un banco de recursos informativos donde tengan cabida fuentes de información de entidades sociales, Administración Pública y publicaciones científicas.
- Uso de una **pedagogía crítica** que fomente el cuestionamiento y reflexión de la juventud respecto a los temas de interés para que puedan generar, desde la información facilitada, el conocimiento que poseen y creencias su propio conocimiento y actitudes respecto a los temas tratados.
- Creación de **estrategias y recursos pedagógicos dinámicos y atractivos** que fomente en la juventud ser parte del proceso de enseñanza-aprendizaje. Teniendo especial atención al uso de tiempo y espacios para crear un clima de aprendizaje dónde la juventud son parte activa del propio proceso.
- Diseño y formulación de **proyectos coparticipados por personas jóvenes**, atendiendo a su imaginario y sus formas de “estar y participar” en el mundo.

# 08

## Referencias bibliográficas

- Arenas, L. (2011). Zygmunt Bauman: Paisajes de la modernidad líquida. *Revista internacional de filosofía*, 54, 111-124.
- Asamblea General de las Naciones Unidas (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, de 21 de octubre de 2015. Resolución A/70/L.1.
- Association, C. M. (2003). *Working with Young People: A Guide to Youth Participation in Decision-Making*.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity.
- Contreras, P., & Montecinos, E. (2019). Democracia y participación ciudadana: Tipología y mecanismos para la implementación. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV, 2, 178-191.
- Díaz Estévez, A. (2019). Ecofeminismo: poniendo el cuidado en el centro. *Ene*, 13
- Freire, P. (1997). *Pedagogía de la autonomía*. Siglo XXI.
- Fuentes, J., & Belando-Montoro, M. (2022). Redes sociales y otros canales digitales como medios de participación cívica: un estudio cualitativo de la juventud madrileña. *Foro de Educación*, 20 (1), 39-63.
- Giulia Ingelis, A., & Leone, L. (2016). La importancia de la participación juvenil ante los retos de la sociedad individualizada. *Arxius de Ciències Socials*, 34, 119-140.
- Gómez Gil, C. (2017/18). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 140, 107-118.
- González Reyes, L., & Chuliá, G. (2022). La Competencia Ecosocial en un Contexto de Crisis Multidimensional. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 11 (2), 29-43.
- Gutiérrez, J. (2011). Grupo de discusión: ¿prolongación, variación o ruptura con el focus group? *Cinta moebio*, 41, 105-122.
- Hernández Diez, E. (2021). Una visión panorámica sobre el derecho europeo de la participación juvenil. *Pliegos de Yuste*, 21, 111-124.
- Herrero, Y. (2010, 17 de febrero). *Crisis ecológica. Aprender a vivir pisando ligeramente sobre la tierra* [ponencia]. Jornadas Feministas Estatales Granada, treinta años después. [https://www.feministas.org/IMG/pdf/crisis\\_ecologica-2.pdf](https://www.feministas.org/IMG/pdf/crisis_ecologica-2.pdf)

- Ley 13/2010, de 24 de noviembre, del Consejo de la Juventud de Extremadura. Boletín Oficial del Estado, núm. 303, de 14 de diciembre de 2010, pp. 103430 a 103440. <https://www.boe.es/boe/dias/2010/12/14/pdfs/BOE-A-2010-19215.pdf>
- Navarrete, L. (2006). *Jóvenes, derechos y ciudadanía Fundamentación teórica y análisis cualitativo de una nueva frontera de derechos para los jóvenes*. Instituto de la Juventud.
- Onwuegbuzie, A.J., Dickinson, W.B., Leech, N.L., & Zoran, A.G. (2011). Un marco cualitativo para la recolección y análisis de datos en la investigación basada en grupos focales. *Paradigmas*, 3, 127-157
- Ortega-Gaite, S. (2016). *Análisis de manuales escolares de educación para la ciudadanía y derechos humanos de educación secundaria obligatoria en clave de educación para el desarrollo*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Valladolid.
- Pérez Orozco, A. (2011). Crisis multidimensional y sostenibilidad de la vida. *Investigaciones feministas*, 2, 29-53.
- Pérez Orozco, A. (2012). Crisis multidimensional y sostenibilidad de la vida. Poner en el centro la vida. *Ambienta*, 125, 10-19.
- Prats Palazuelo, F. (2018). Sobre la crisis ecosocial y el cambio de ciclo histórico.
- Resolución del Consejo de la Unión Europea y los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros (2018/C456/01), reunidos en el Consejo, sobre un marco para la cooperación europea en el ámbito de la juventud: La Estrategia de la Unión Europea para la Juventud 2019-2017. Diario Oficial de la Unión Europea, 18 de diciembre de 2018.
- Rojas Viteri, J., Pérez Narváez, H., & Álvarez Zurita, A. (2016). El pensamiento crítico en la Educación. *Publicando*, 3 (9), 110-118.
- Santos Silva, R. F. (2019). E-democracia: participación ciudadana y nuevas tecnologías para la solución de los conflictos ambientales. *Actas del III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC*, 200-209.

## Recursos web

- Instituto Nacional de Estadística ([www.ine.es](http://www.ine.es))  
Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS - [www.cis.es](http://www.cis.es))  
Instituto de la Juventud (INJUVE - [www.injuve.es](http://www.injuve.es))  
Naciones Unidas (ONU - [www.un.org/es/global-issues](http://www.un.org/es/global-issues))

