

Informe de Investigación

Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible
Universitat de València

PERCEPCIONES Y PRÁCTICAS DE ACCIÓN SOCIAL Y CONSUMO TRANSFORMADOR EN EL ESTUDIANTADO DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

XEAS PV
Cooperativa El Rogle



UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

CÀTEDRA
CDS
Cooperació i Desenvolupament Sostenible

Autoría:

Teresa de la Fuente Espinosa
Alfredo Artigas Chaves
Alba Nacher Giner
Claudia Soriano Maresma
Sara Mollà Casanova (análisis infe-
rencial)

Coordinación y edición:

Sergio Belda Miquel

Apoyo en edición:

Alba Talón Villacañas
David Esteban Munera

Diseño y maquetación:

Andrea Carpenè
Pilar Atiénzar

LAPSE

Col·lectiu

Septiembre de 2024

VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA



el rogle | MEDIACIÓ
RECERCA
ADVOCACIA

VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA
Vicerectorat de Sostenibilitat,
Cooperació i Vida Saludable



Financia:



PRESENTACIÓN	11
PARTE I: ANÁLISIS CUANTITATIVO. EXPLORANDO LA ACCIÓN SOCIAL DEL ALUMNADO DE LA UV	15
PI: 1. Introducción y justificación	16
PI: 2. Objetivos	18
PI: 3. Revisión teórica y bibliográfica: juventud y participación política	20
PI: 4. Metodología	26
PI: 4.1. Población de la encuesta	27
PI: 4.2. Diseño de la muestra y las cuotas	27
PI: 4.3. Diseño del cuestionario	30
PI: 4.4. Trabajo de campo	30
PI: 4.5. Posibles sesgos derivados	32
PI: 4.6. Análisis realizados	33
PI: 5. Análisis descriptivo	34
PI: 5.1. Caracterización de la muestra	35
- Rama de estudios	35
- Nivel de estudios	36
- Edad	37
- Género	38
- Lugar de nacimiento	39
- Clase social autopercebida	40
- Compaginar estudios y trabajo	41
PI: 5.2. Opiniones sobre política	42
- Posicionamiento político	42
- Interés por la política	46
- Opiniones sobre la sociedad actual	50
PI: 5.3. Formas de acción social, causas y frecuencia de participación	54
- Nivel de activismo autopercebido	54
- Causas que movilizan	58
- Frecuencia de la acción social que se realiza	63
- Razones para movilizarse y para no movilizarse	68
- Opiniones sobre posibles cambios en las asociaciones, partidos, colectivos...	71
PI: 5.4. Criterios de consumo	75
- Valoración de criterios de consumo ético	75
- Capacidad de identificar productos y servicios éticos	81

PI: 5.5. Opiniones sobre opciones comercio justo y consumo responsable en la UV	84
PI: 6. Análisis inferencial	90
PI: 6.1. Inferencias sobre causas y frecuencias de acción social	91
PI: 6.2. Inferencias sobre criterios de consumo ético en la UV	95
PI: 6.3. Inferencias sobre capacidad de identificar productos de comercio justo o responsable	99
PI: 6.4. Inferencias sobre la valoración de la oferta de productos de comercio justo o consumo responsable en la UV	100
PI: 7. Conclusiones y futuras líneas de investigación	104

PARTE II. ANÁLISIS CUALITATIVO. PROFUNDIZACIÓN EN ASPECTOS CLAVE DE LA ACCIÓN SOCIAL DEL ALUMNADO DE LA UV	109
PII: 1. Introducción y justificación	110
PII: 2. Objetivos	114
PII: 3. Metodología	116
PII: 3.1. Entrevistas en profundidad a organizaciones sociales	117
PII: 3.2. Entrevistas cortas al estudiantado	123
PII: 3.3. Taller participativo	126
PII: 3.3. Consideraciones metodológicas	128
PII: 4. Análisis y discusión de los resultados	130
PII: 4.1. La acción social del estudiantado de la UV	131
4.1.1. Nivel de participación en acción social	131
- Según las perspectivas de estudiantes a título individual	131
- Según las organizaciones	134
4.1.2. Formas de acción social	136
- Acciones individuales	136
- Acciones que implican participación y organización colectiva	141
4.1.3. Perfiles más movilizados	144
- Relevancia del género	144
- Relevancia de la edad	145
4.1.4. Causas que más movilizan	147
4.1.5. Razones para no movilizarse	149
4.1.6. Razones para movilizarse	158
4.1.7. Reflexiones para que las organizaciones mejoren su potencial de promover acción social en la UV	160
- Reflexiones y propuestas de las organizaciones	160
- Reflexiones y propuestas del alumnado	166
4.1.8 Propuestas del alumnado a la UV para mejorar las políticas que promuevan la acción social de la comunidad universitaria	168

PII: 4.2 La acción social del estudiantado de la UV a través del consumo responsable y el comercio justo	172
4.2.1. Las motivaciones para el consumo responsable	173
4.2.2. Las prácticas de consumo responsable	177
4.2.3. Propuestas del alumnado de políticas de la UV para mejorar la movilización social a través del consumo responsable	180
PII: 5. Conclusiones	184
PII: 5.1. Conclusiones sobre la acción social del estudiantado de la UV	185
PII: 5.2. Conclusiones sobre la acción social del estudiantado de la UV a través del consumo responsable	187
BIBLIOGRAFÍA	190

Gráfico 1. Interés en distintos temas políticos.	22
Gráfico 2. Participación política de la juventud española en diversas acciones políticas.	23
Gráfico 3. Asuntos por los que se ha participado en reivindicaciones.	24
Gráfico 4. Representatividad de encuesta realizada según cuota de género.	28
Gráfico 5. Representatividad de encuesta realizada según cuota de rama de estudios.	28
Gráfico 6. Representatividad de encuesta realizada según cuota de nivel de estudios.	29
Gráfico 7. Distribución porcentual según rama de estudios.	35
Gráfico 8. Distribución porcentual según nivel de estudios.	36
Gráfico 9. Distribución porcentual según agrupación de edad.	37
Gráfico 10. Distribución porcentual según género.	38
Gráfico 11. Distribución porcentual según lugar de nacimiento.	39
Gráfico 12. Distribución porcentual según clase social autopercebida.	40
Gráfico 13. Distribución porcentual según si se compatibilizan los estudios con otro trabajo.	41
Gráfico 14. Distribución porcentual según posicionamiento político.	42
Gráfico 15. Posicionamiento político según género.	43
Gráfico 16. Posicionamiento político según edad.	44
Gráfico 17. Posicionamiento político según clase social autopercebida.	44
Gráfico 18. Posicionamiento político según rama de estudios.	45
Gráfico 19. Distribución porcentual del interés por la política.	46
Gráfico 20. Interés por la política según género.	47
Gráfico 21. Interés por la política según edad.	47
Gráfico 22. Interés por la política según posicionamiento político.	48
Gráfico 23. Interés por la política según clase social autopercebida.	48
Gráfico 24. Interés por la política según rama de estudios.	49
Gráfico 25. Distribución porcentual de opinión sobre la sociedad actual.	50
Gráfico 26. Opinión sobre la sociedad actual según género.	51
Gráfico 27. Opinión sobre la sociedad actual según edad.	51
Gráfico 28. Opinión sobre la sociedad actual según posicionamiento político.	52
Gráfico 29. Opinión sobre la sociedad actual según clase social autopercebida.	52
Gráfico 30. Opinión sobre la sociedad actual según rama de estudios.	53
Gráfico 31. Distribución porcentual de nivel de consideración como persona activista.	54
Gráfico 32. Activismo según género.	55
Gráfico 33. Activismo según edad.	55
Gráfico 34. Activismo según posicionamiento político.	56
Gráfico 35. Activismo según clase social.	56
Gráfico 36. Activismo según rama de estudios.	57
Gráfico 37. Distribución porcentual de causas movilizadoras.	58
Gráfico 38. Distribución porcentual de causas movilizadoras según género.	60
Gráfico 39. Distribución porcentual de causas movilizadoras según edad.	61
Gráfico 40. Distribución porcentual de causas movilizadoras según posicionamiento político.	62
Gráfico 41. Distribución porcentual de frecuencia con la que se realizan accio-	63

nes sociales.	
Gráfico 42. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según género.	65
Gráfico 43. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según edad.	66
Gráfico 44. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según posicionamiento político.	67
Gráfico 45. Distribución porcentual de razones para participar.	69
Gráfico 46. Distribución porcentual de razones para no participar.	70
Gráfico 47. Distribución porcentual de propuestas de cambio para motivar la participación.	72
Gráfico 48. Valoración de criterios de consumo.	76
Gráfico 49. Valoración de criterios de consumo según género.	78
Gráfico 50. Valoración de criterios de consumo según edad.	79
Gráfico 51. Valoración de criterios de consumo según posicionamiento político.	80
Gráfico 52. Distribución porcentual de capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable.	81
Gráfico 53. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según género.	82
Gráfico 54. Distribución porcentual de capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según edad.	82
Gráfico 55. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según posicionamiento político.	83
Gráfico 56. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según clase social autopercebida.	83
Gráfico 57. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según rama de estudios.	84
Gráfico 58. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV.	85
Gráfico 59. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según género.	87
Gráfico 60. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según edad.	88
Gráfico 61. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según rama de estudios.	89
Gráfico 62. Caracterización de muestra para realización de entrevistas propias	124

<i>Tabla 1.</i> Relación entre causas y variables sociodemográficas.	92
<i>Tabla 2.</i> Relación entre formas de participación y variables sociodemográficas.	94
<i>Tabla 3.</i> Resultados de los criterios de consumo ético según género.	96
<i>Tabla 4.</i> Resultados de los criterios de consumo ético según rama de estudios.	97
<i>Tabla 5.</i> Resultados de los criterios de consumo ético según clase social autopercebida.	98
<i>Tabla 6.</i> Resultados de la capacidad de identificación de producto según variables sociodemográficas.	99
<i>Tabla 7.</i> Resultados de la importancia dada a las políticas de la UV en relación con la oferta de productos de comercio justo o responsable.	101
<i>Tabla 8.</i> Resultados sobre acciones de la UV en relación al consumo según rama de estudios.	102
<i>Tabla 9.</i> Resultados sobre acciones de la UV en relación al consumo según clase social autopercebida.	103

PRESENTACIÓN



Ante el actual momento de crisis ecosocial múltiple y estructural se está reivindicando el rol fundamental que la juventud estudiantil, particularmente la universitaria, puede jugar para plantear transformaciones profundas y contribuir a articular un nuevo modelo de sociedad más justo y sostenible.

Así, existe un gran interés por parte de muy distintos actores, desde las propias instituciones universitarias y las entidades públicas hasta organizaciones y movimientos sociales, por comprender cómo se está dando o puede darse con más fuerza esta movilización de la juventud universitaria.

En este marco, este trabajo surge por iniciativa de la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible de la Universitat de València, en colaboración con el Vicerrectorado de Sostenibilidad, Cooperación y Vida Saludable y con distintas entidades sociales, particularmente la Xarxa d'Economia Alternativa y Solidaria del País València (XEAS-PV), la Cooperativa El Rogle, y la Coordinadora Valenciana de ONGD.

A través de esta colaboración, el trabajo parte del sentir compartido de que es pertinente una investigación que permita comprender mejor la cuestión de la movilización en el estudiantado universitario, de modo que instituciones y organizaciones puedan desarrollar políticas más adecuadas al respecto. Así, se plantea la investigación que ha dado lugar a este estudio. El mismo tiene como objetivos generales los siguientes:

- Conocer qué formas de acción social realiza la juventud universitaria de la Universitat de València y cómo se producen.
- Profundizar de manera específica en cómo este colectivo realiza prácticas de consumo responsable como forma de acción social.

El abordaje de estos objetivos se ha realizado en dos momentos distintos. Así, el estudio consta de dos partes, que se han realizado de manera secuencial y relacionada:

- Una primera parte, de naturaleza más exploratoria y realizada con una estrategia puramente cuantitativa, en la que se abordan los objetivos mencionados mediante la identificación de cuestiones como: las perspectivas del estudiantado sobre la situación social actual y los temas que más le movilizan, sus motivaciones para actuar (o no hacerlo), las acciones concretas que realiza o el perfil de las personas que más se movilizan.
- Una segunda parte, realizada con una estrategia cualitativa, en la que se trata de profundizar en las cuestiones que emergen en la primera parte del estudio, comprender algunas de las tensiones y contradicciones que se han identificado, e identificar necesidades de la comunidad universitaria para poder participar más activamente en acciones que transformen la sociedad.

La finalidad última del conjunto trabajo es la de ofrecer reflexiones y recomendaciones concretas, tanto para universidades e instituciones como para organizaciones so-

ciales, útiles para actuar de una forma más adecuada para generar y aprovechar la movilización del estudiantado con fines de transformación social.

El proceso de elaboración del trabajo ha pretendido ser coherente con el enfoque que trata de adoptar la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible y el Vice-rectorado de Sostenibilidad, Cooperación y Vida Saludable, basado en la colaboración con instituciones y organizaciones sociales para construir un conocimiento útil. En este sentido, tanto la definición del trabajo como su desarrollo se han dado de forma participada con organizaciones sociales. En concreto, el trabajo de investigación ha sido elaborado por XEAS-PV y por la Cooperativa El Rogle, con la coordinación de la Cátedra y la colaboración de otras instancias y personal de la Universitat de València.

El trabajo es fruto de un proceso largo pero muy motivador e ilusionante para las partes, desarrollado entre enero de 2023 y septiembre de 2024. Todas las personas y entidades implicadas esperan, ante todo, que esta investigación sea útil como contribución para poder comprender mejor cómo podemos abordar los enormes retos y los graves conflictos socio-ambientales que enfrentan nuestras sociedades a través de la movilización de las personas más jóvenes.

*La dirección de la Cátedra de Cooperación y
Desarrollo Sostenible de la Universitat de València.*

PARTE I:

Análisis cuantitativo.
Explorando la acción
social del alumnado
de la UV.



1

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN



En los últimos años, cada vez son más las voces que sitúan la crisis ecosocial en el foco de atención. Combatirla se ha convertido de hecho en uno de los principales objetivos de las luchas de los movimientos sociales. Las injusticias sociales y ecológicas, derivadas del sistema capitalista y colonial en el que vivimos, se acrecientan imparablemente, y las complejas relaciones entre los seres humanos y el resto de seres vivos y del planeta se encuentran en un equilibrio cada vez más crítico e imposible de mantener (Herrero, 2023). La Agenda 2030, haciéndose eco de esta situación, ha desgranado en 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) los retos que tenemos a nivel internacional y posibles líneas de acción para conseguirlos.

La sociedad de consumo que nos envuelve y la priorización de satisfacer las necesidades individuales frente a las colectivas son solo algunas de las múltiples causantes de esta crisis. Pese a la magnitud global de las y los principales responsables de toda esta situación, cada una de nosotras tenemos cierta responsabilidad como activistas y también como consumidoras, en relación al resto de personas (por ejemplo, considerando el respeto a los derechos humanos y laborales y siendo conscientes de las desigualdades sociales y de las relaciones racistas y coloniales que cada vez más se generan a nivel global) y con el planeta (siendo conscientes de la crisis climática, hídrica, la deforestación, la cada vez más difícil supervivencia de algunas especies...).

Para nosotras, la Red de Economía Alternativa y solidaria del País Valencià (REAS-PV) y la cooperativa de mediación, investigación y abogacía, El Rogle, poner el foco en cómo hacer frente, desde diferentes ámbitos, a esta situación urgente se ha convertido también en uno de nuestros principales objetivos. Este es un objetivo compartido con la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible de la Universitat de València. Nuestro compromiso con la acción y la transformación social, con el fomento de la participación ciudadana y con potenciar la economía solidaria como un instrumento que permita desarrollar una sociedad más justa nos llevan a querer conocer e investigar junto a la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible de la Universidad de Valencia (UV) sobre las percepciones y las prácticas de acción social en la población universitaria de la UV.

Sabemos de sobra el papel decisivo que tienen las personas más jóvenes en el presente y el futuro de nuestras sociedades y creemos que las Universidades tienen una gran responsabilidad en la formación y la motivación de sus estudiantes como personas socialmente conscientes y responsables hacia los demás y hacia el planeta. Es por ello que con esta primera investigación exploratoria queremos, en primer lugar, conocer las motivaciones y las prácticas del estudiantado de la UV respecto a la acción social (voluntariado, activismo, sindicatos de estudiantes, colectivos vecinales y asambleas de barrio...), y, en segundo, indagar sobre las prácticas de consumo (¿consciente?) y sobre la implicación de la Universidad en la promoción de este tipo de consumo transformador.

Como se menciona, se trata de una primera aproximación exploratoria a esta compleja y retadora hipótesis, esperando obtener datos para continuar con una investigación que profundice en aspectos más concretos y en posibles líneas de acción.

2

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

OBJETIVOS



1. Conocer qué formas de acción social realiza la población universitaria de la UV, sus motivaciones y sus dinámicas de asociación en este sentido.

1.1 Analizar en qué medida la población universitaria está activa socialmente.

1.2 Explorar qué causas sociales interesan más al estudiantado.

2. Hallar la relevancia que tiene el consumo consciente en la población universitaria de la UV y las formas en que se manifiesta.

2.1 Conocer los criterios que influyen en el alumnado a la hora de comprar un producto.

2.2 Indagar sobre las percepciones en torno a la capacidad transformadora del consumo consciente.

3

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

REVISIÓN TEÓRICA Y BIBLIOGRÁFICA: JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA



En las últimas dos décadas se han llevado a cabo diversos estudios focalizados en conocer y entender las formas de participación social y política y las motivaciones en las mismas de la población joven española. Los más relevantes, de entre los realizados por entidades de referencia en estudios de opinión, son los siguientes:

En 2011, el CIS realizó un estudio sobre la "Cultura política de los jóvenes". En este estudio se evidencia que las mayores preocupaciones de los y las jóvenes, en ese momento, eran "el paro" (73,1%) y "la crisis económica" (16,6%), mientras que los temas que más les interesaban de manera especial eran, por orden descendente, "la igualdad entre hombres y mujeres" (49,1%), "el medioambiente" (46,8%), "los avances tecnológicos" (44,7%) y "los deportes" (42,1%). Respecto al interés por la política, el 39% reconocía interesarse "poco" por ella, el 29,3% "nada", y solo el 24,3% "bastante". El principal sentimiento que inspiraba la política era el de "desconfianza" (40,6%), seguido de "aburrimiento" (16%). Respecto a las formas de participación en acciones sociales y políticas que se habían llevado a cabo por las personas encuestadas alguna vez eran: "asistir a una manifestación" (45,9%), "comprar ciertos productos por razones éticas o para favorecer el medio ambiente" (30,7%) o "asistir a una reunión política o a un mitin" (19,5%).

En 2014, podemos encontrar el estudio que llevó a cabo el INJUVE, "Jóvenes, Satisfacción personal, Participación asociativa y voluntariado". En él, aparecen de nuevo "el paro" (con un 60%) y "la crisis económica" (13,6%) como los principales problemas que preocupan a la población joven española. Sobre la participación en algún tipo de asociación u organización, el único que supera el 10% es el ámbito de participación "deportiva" (19%), seguido de "cultural" (8,3%). Las motivaciones principales para participar en este tipo de asociaciones u organizaciones eran: "para emplear mi tiempo libre en actividades que me gustan" (40,7%), seguida de "para sentirme útil ayudando a los demás" (12,3%). Entre las razones por las que los y las jóvenes no participaban en ninguna asociación u organización destacaban principalmente "no me lo he planteado seriamente" (44,4%) y "porque no tengo tiempo" (22,8%). Cuando se les pregunta si colaboran como voluntarios/as en alguna organización, el 74,8% de la población joven encuestada reconoce "no haberlo hecho nunca". El 58% de los que nunca han colaborado admite que "nunca lo han pensado".

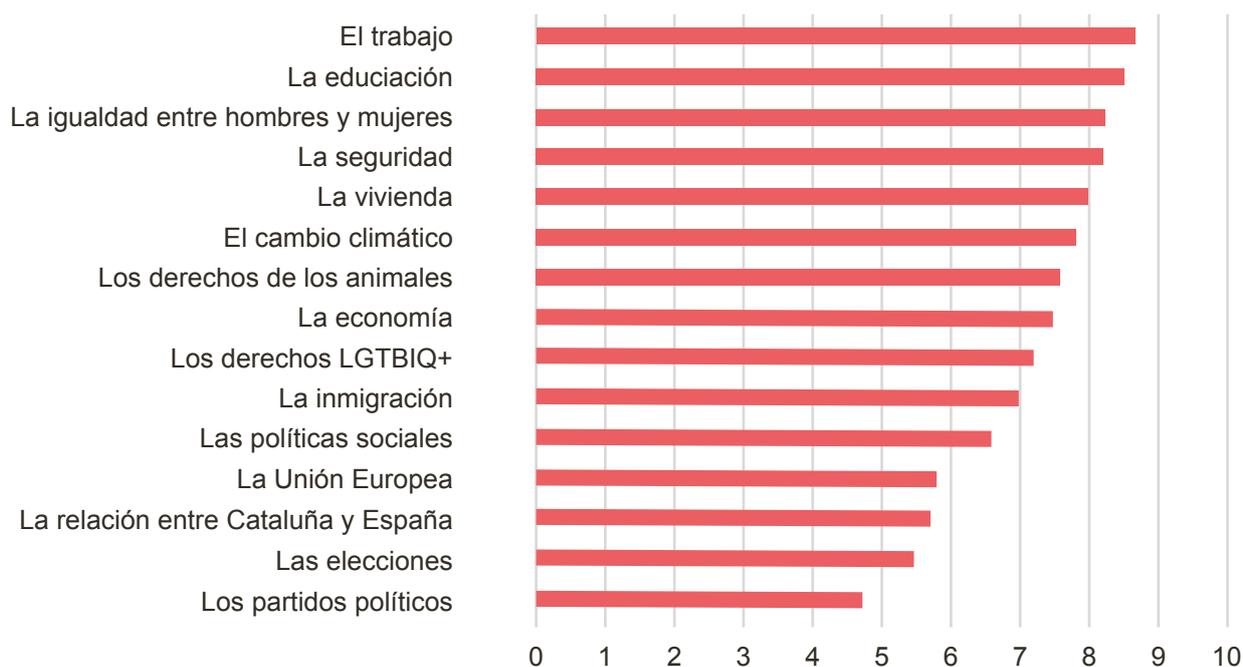
Tres años más tarde, en 2017, el INJUVE vuelve a hacer un estudio sobre "Jóvenes, Participación y Cultura Política". El paro vuelve a ser el principal problema identificado por los y las jóvenes, pero con un porcentaje menor en comparación con los estudios realizados en años anteriores (54,6%). Al paro le sigue la preocupación por el sistema educativo (20%) y la calidad del empleo y la precariedad (16%). El interés por la política aumentó algunos puntos respecto al estudio de 2011, ya que el 10,9% admitía estar interesado mucho en la política, el 26,1% bastante, el 39% poco y el 23,4% nada. En cuanto a los sentimientos que generaba la política en la población joven, de nuevo la desconfianza resultaba el más señalado (con un 47,7%), seguido de irritación (16,7%)¹.

¹ Cabe señalar que, en 2017, año en el que está realizado este estudio, el Partido Popular de Mariano Rajoy afrontaba el impacto de uno de sus principales casos de corrupción: el caso *Gürtel*.

Sobre la participación en acciones sociales y políticas, cabe destacar el aumento significativo de casi 16 puntos en la “Compra de productos por razones políticas, éticas o medioambientales” (46,5%).

En 2021, INJUVE presentaba el “Informe Juventud en España 2020”, el cual alertaba de las consecuencias en la juventud de la crisis de la COVID-19, aunque también destacaba su lucha y compromiso contra el cambio climático y por la igualdad de género como bandera generacional. Como se ve en el gráfico, los temas que más interesan a los y las jóvenes son, una vez más, el trabajo y la educación, seguidos de los denominados *temas materiales*, como son la seguridad, la vivienda y la economía, junto a *nuevos temas o temas postmateriales*, como son la igualdad entre hombres y mujeres, el cambio climático, los derechos de los animales y los derechos LGTBIQ+.

Gráfico 1. Interés en distintos temas políticos



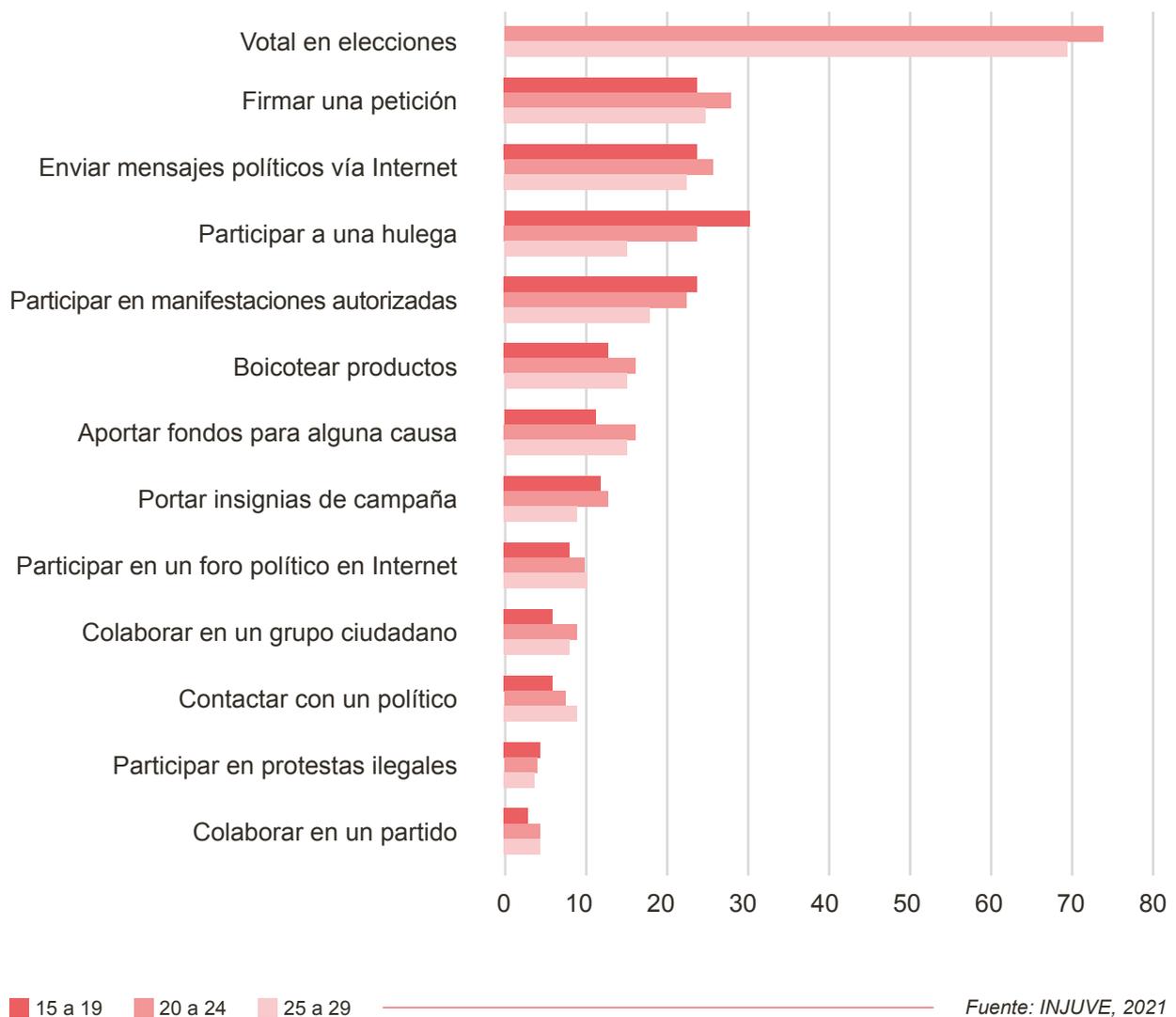
Fuente: INJUVE, 2021

Respecto a las formas de implicarse e informarse políticamente, como señala Benedicto (2008) han cambiado y se han adaptado a la realidad de las nuevas tecnologías: “Casi la mitad de la juventud entrevistada, un 46%, utiliza las redes sociales para informarse sobre política, una cantidad muy similar a los que se sirven de la televisión (44%)” (INJUVE, 2021: 28). El capítulo 9 de este detallado estudio se centra en el comportamiento de la juventud en acciones de políticas, es decir, ¿de qué maneras participa la población joven en política?

PI: REVISIÓN TEÓRICA Y BIBLIOGRÁFICA: JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

En gráfico 2 podemos ver cómo las acciones en las que más participan los y las jóvenes son las que menos coste (material y de tiempo) conllevan: “votar en elecciones”, “firmar una petición” o “enviar mensajes políticos vía internet”. El Estado español es un territorio en el que, desde la transición a la democracia, se han mostrado altos niveles de participación política en manifestaciones y huelgas y un bajo nivel de participación en otras formas de acción política, especialmente en partidos políticos y asociaciones ciudadanas (INJUVE, 2021). Este estudio confirma esta premisa, ya que podemos observar cómo la participación en partidos políticos y grupos ciudadanos son las formas más residuales de participación.

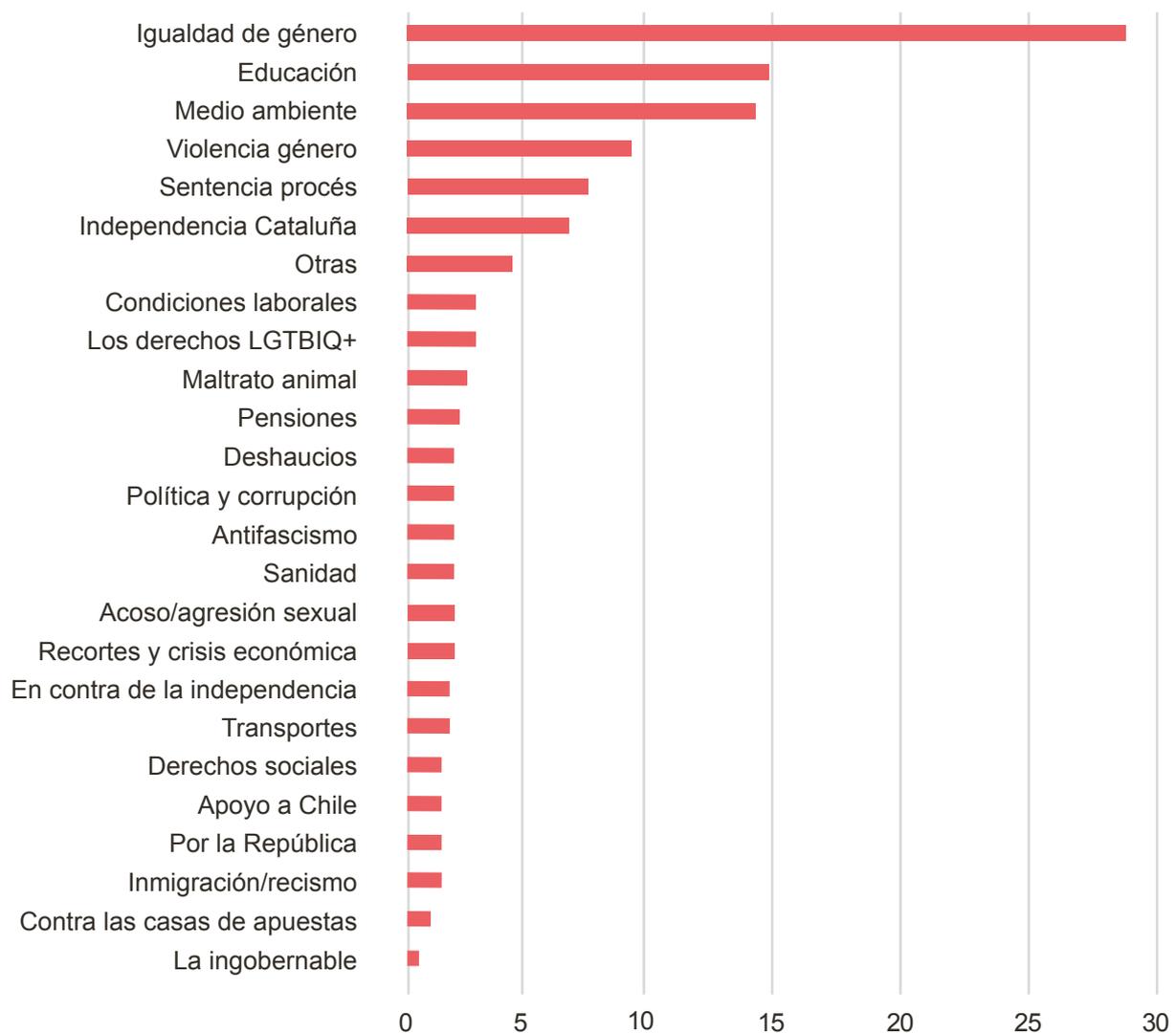
Gráfico 2. Participación política de la juventud española en diversas acciones políticas



PI: REVISIÓN TEÓRICA Y BIBLIOGRÁFICA: JUVENTUD Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Como señalamos antes, las temáticas que movilizan a la juventud no son tan conocidas como las formas, por lo que en este estudio se pregunta también por aquellas temáticas y causas que hacen que los y las jóvenes salgan a manifestarse o hagan huelgas. En el gráfico 3 se observa que el 30% de las personas entrevistadas señalaron la “igualdad de género” como un asunto que les movilizaba, seguido de la “educación” y el “medio ambiente”, contestado por un 15% de las personas preguntadas.

Gráfico 3. Asuntos por los que se ha participado en reivindicaciones



Fuente: INJUVE, 2021

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

METODOLOGÍA



El centro de este estudio ha sido la realización de una amplia encuesta sobre las percepciones y prácticas del alumnado de la UV en cuanto a acción social. Todos estos estudios antes mencionados han ayudado al equipo a diseñarlo y desarrollarlo. Explicamos a continuación sus aspectos técnicos.

PI: 4.1. Población de la encuesta

La población de esta encuesta corresponde con el alumnado matriculado en la Universitat de València. Esto es, contemplando las diferentes ramas de estudio y los diferentes niveles (grado, máster, doctorado).

Según el último informe de gestión publicado por la institución objeto de estudio, para el curso 2021-2022, el total de personas matriculadas era de 50.852 personas (UV, 2022).

PI: 4.2. Diseño de la muestra y las cuotas

Ante la imposibilidad de realizar un muestreo probabilístico, tanto por cuestiones de protección de datos como por falta de tiempo y recursos, se utilizó uno no probabilístico tratando de cumplir determinadas cuotas.

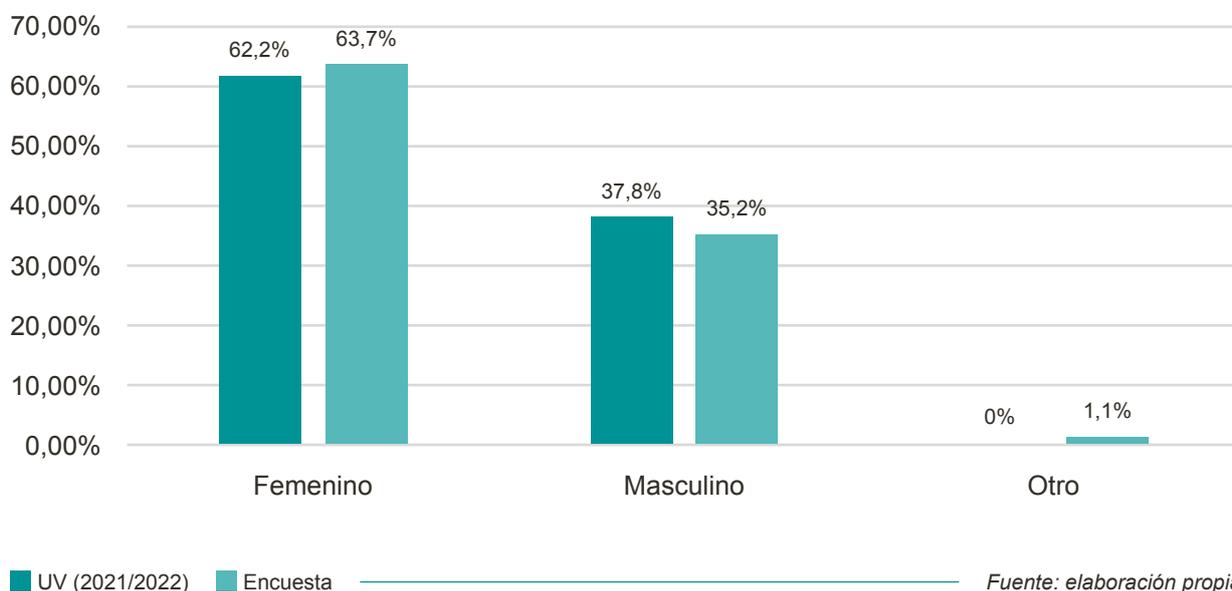
Para diseñar las cuotas, se las categorías descritas en el informe de gestión de la UV (2022), que estratificaba el alumnado según diferentes variables. Se realizaron cuotas en referencia a los siguientes parámetros:

- Género
- Rama de estudios
- Nivel de estudios

Se obtuvo un total de 671 respuestas. Dada la población objetivo, esta muestra representa un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 5%.

En cuanto a género, en la siguiente gráfica podemos observar la comparación entre la distribución por género en la UV (curso 2021-2022) según el informe de gestión (2022) y las respuestas a nuestra encuesta:

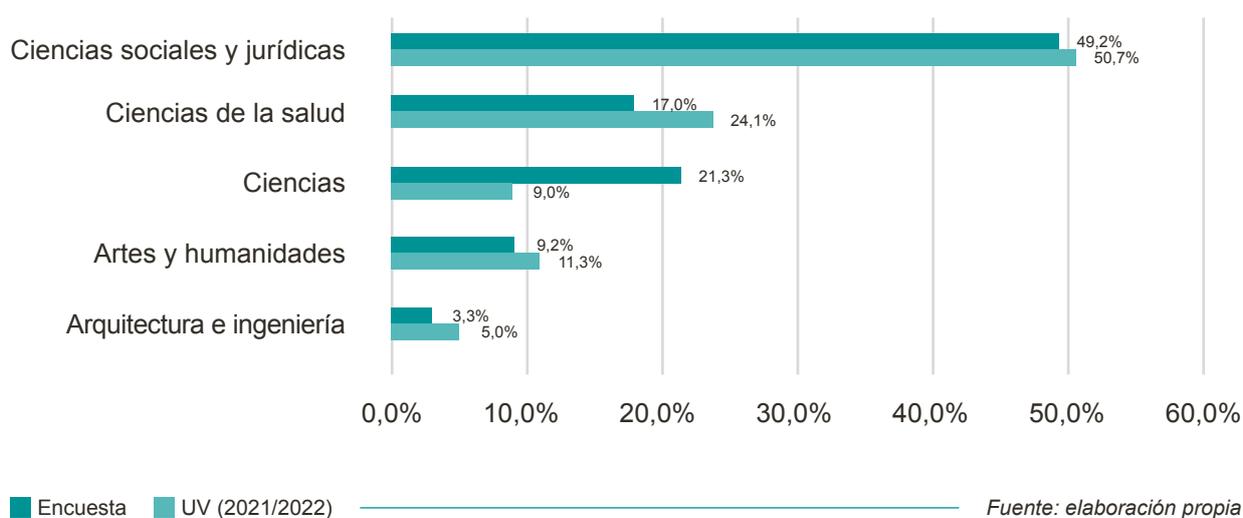
Gráfico 4. Representatividad de encuesta realizada según cuota de género



Se puede observar que la correspondencia es muy alta, y las diferencias se mueven por debajo de 2,6%.²

En cuanto a rama de estudios, la siguiente gráfica ilustra la comparación entre la distribución en la UV (curso 2021-2022) y las respuestas a nuestra encuesta:

Gráfico 5. Representatividad de encuesta realizada según cuota de rama de estudios

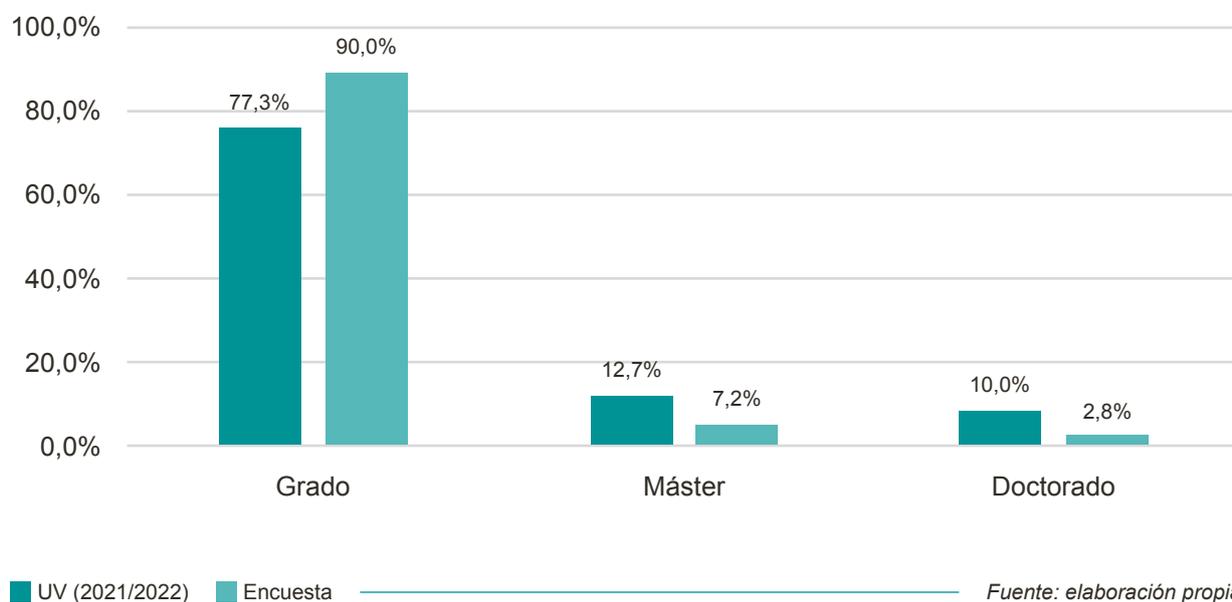


² Cabe aclarar que en informe de la UV solo se contemplaba "masculino" y "femenino". Añadir la posibilidad de "otro género" fue un añadido de esta encuesta. Como vemos, esa categoría "otro" supuso un 1,1% de las respuestas finales.

Si bien las correspondencias son buenas en 3 de las 5 ramas (con diferencias por debajo del 2%), las respuestas de nuestra encuesta sobrerrepresentan al alumnado de Ciencias (con una diferencia del 12%, que implica más del doble de su proporción real) e infrarrepresentan al alumnado de Ciencias de la salud (con una diferencia del 7%).

Finalmente, el siguiente gráfico presenta las proporciones de la UV y de nuestra encuesta para la cuota de nivel de estudios:

Gráfico 6. Representatividad de encuesta realizada según cuota de nivel de estudios



Vemos que los resultados recogidos sobrerrepresentan al alumnado de grados (13% de diferencia), e infrarrepresentan al de máster (diferencia de 5%) y, sobre todo, al de doctorado (diferencia de 7%, que implica que la proporción de la muestra de alumnado de doctorado es de aproximadamente $\frac{1}{4}$ de la proporción real en la UV).

PI: 4.3. Diseño del cuestionario

El cuestionario de esta encuesta se diseñó ad hoc, utilizando como referencia el marco teórico y la bibliografía presentadas.

Además, se contó con la estrecha colaboración del personal de la Cátedra de cooperación y desarrollo sostenible (UV), cuyo conocimiento de las dinámicas internas de la universidad ayudó notablemente a centrar las preguntas.

El cuestionario trataba de ser ágil y motivador. El tiempo estimado de respuesta era de alrededor de 10 minutos. Contenía un total de 19 preguntas, tanto de respuesta cerrada como abierta. Estas se dividían en diferentes bloques:

- Perfil básico
- Percepciones sobre política
- Formas de acción social, causas y justificaciones
- Criterios de consumo y valoración de iniciativas de consumo en la UV

PI: 4.4. Trabajo de campo

El trabajo de campo se ha llevado a cabo tanto de manera presencial como de forma online.

Encuestas presenciales

Un pequeño equipo, formado por 3 personas, acudió durante varias jornadas a las diferentes facultades que componen cada uno de los campus de la UV:

- **Campus de Blasco Ibáñez**
 - Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte
 - Facultad de Enfermería y Podología
 - Facultad de Filología, Traducción y Comunicación
 - Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación
 - Facultad de Fisioterapia
 - Facultad de Geografía e Historia
 - Facultad de Medicina y Odontología
 - Facultad de Psicología y Logopedia

- **Campus Burjassot/Paterna**

- Escuela Técnica Superior de Ingeniería
- Facultad de Ciencias Biológicas
- Facultad de Ciencias Matemáticas
- Facultad de Farmacia
- Facultad de Física
- Facultad de Química

- **Campus de Tarongers**

- Facultad de Ciencias Sociales
- Facultad de Derecho
- Facultad de Economía
- Facultad de Magisterio

El equipo acudió a todas las facultades y cafeterías de los tres campus ubicados en la ciudad de Valencia. Mediante una pequeña introducción de presentación del estudio y de sus principales objetivos, se dejaba al alumnado que escaneara un código QR para poder realizar la encuesta en el momento que deseara y de manera totalmente anónima.



Encuestas online

Si bien la gran mayoría de respuestas se han conseguido gracias al formato presencial y a la flexibilidad que aportaba el código QR, el formato online ha permitido llegar a un público de más difícil acceso: la población estudiantil de máster y doctorado.

PI: 4.5. Posibles sesgos derivados

A partir de los datos que hemos dado, podemos estimar los que serán los sesgos principales de esta encuesta:

- La sobrerrepresentación del alumnado de Ciencias y la infrarrepresentación del de Ciencias de la salud, estimamos que provoca distorsiones muy ínfimas. Como se verá cuando se cruzan los resultados según esta variable, las respuestas de estas dos ramas no varían demasiado. De hecho, se realizó una prueba para ponderar los resultados y equilibrar a las proporciones exactas por rama, y los cambios en las medias generales eran prácticamente imperceptibles.
- Sí creemos que el hecho de tener más respuestas de grado y menos de los niveles superiores influye en que la edad media de la muestra sea más joven que la edad media real en la UV. Como veremos, las respuestas de la población más joven sí presentan diferencias con respecto a las del alumnado más mayor (generalmente muestran menos nivel de interés por la política y de acción social). Con lo que los resultados generales de esta encuesta pueden tener un sesgo en ese sentido.
- Finalmente, dado el muestreo no probabilístico, y al tratarse la acción social en sí misma de un tema politizado, la predisposición a responder puede haber estado mediada por el interés que suscitaba el tema. Por tanto, puede que nuestra muestra sobrerrepresente, en algún grado, a las personas que se consideren políticamente movilizadas (lo cual, como veremos, está en cierta medida con las tendencias políticas "de izquierdas").

Si bien estos sesgos pueden tener un cierto peso, cabe aclarar que, tanto por el tamaño de la muestra, como por el diseño metodológico, creemos que los resultados obtenidos sí son muy representativos de las prácticas y opiniones que se dan entre el alumnado de la UV.

PI: 4.6. Análisis realizados

Se realizan en el trabajo análisis tanto de estadística descriptiva como inferencial. En la sección 5 se aborda el análisis descriptivo de las variables. En la sección 6 se abordan, de forma complementaria, el análisis con estadística inferencial para abordar la existencia de asociaciones estadísticamente significativas entre algunas variables específicas, que puedan ofrecer conclusiones relevantes y complementarias al análisis descriptivo. Previamente al análisis inferencial, se comprobó la existencia de outliers y el cumplimiento de los supuestos correspondientes. Para este análisis se han realizado las pruebas estadísticas pertinentes para cada subconjunto (T de Student, ANOVA, y correlaciones y Chi²). Algunos apuntes metodológicos más concretos se realizan en el propio capítulo 6, junto a la exposición de resultados. Todos los análisis estadísticos inferenciales se realizaron utilizando el software SPSS v28 (Inc., Chicago, IL, USA), y se estableció el error tipo I en 0,05 y una potencia de 0,8.

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

ANÁLISIS DESCRIPTIVO



PI: 5.1. Caracterización de la muestra

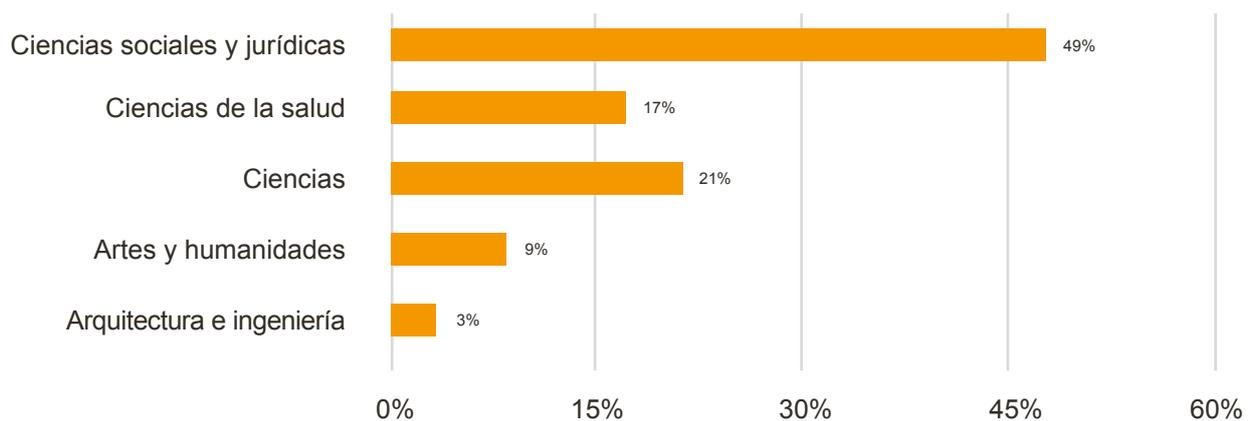
En este primer bloque se agrupan las preguntas que nos ayudaban a caracterizar la muestra y servirán para relacionar las variables. Mostramos a continuación cómo se distribuye la población encuestada según rama y nivel de estudios, edad género, lugar de nacimiento, clase social autopercebida, y compatibilización de trabajo y estudios.

Rama de estudios

Pregunta N°1			
¿Qué rama de estudios estás cursando actualmente?			
Contestan:	671	No contestan:	0

Como ya se comentó en la metodología, esta es la distribución de la población encuestada según rama de estudios:

Gráfico 7. Distribución porcentual según rama de estudios



Fuente: elaboración propia

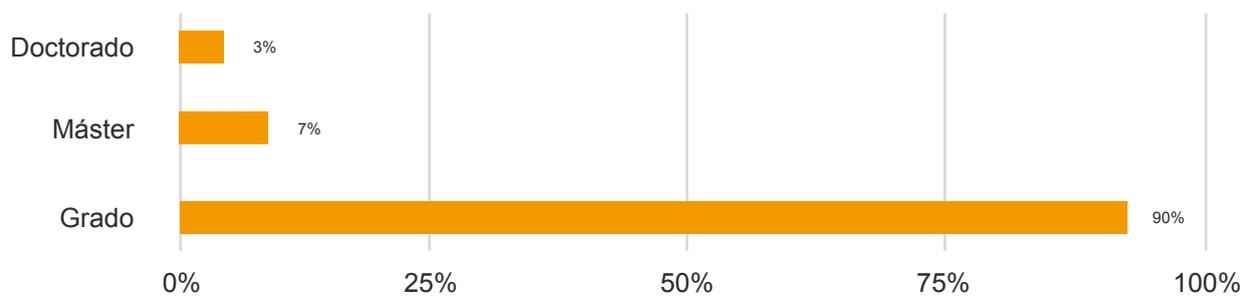
Tal como sucede con el alumnado general de la UV, aproximadamente la mitad de la muestra proviene de la rama “Ciencias sociales y jurídicas”. En un nivel intermedio de peso estadístico observamos “Ciencias” y “Ciencias de la salud”.³ Finalmente, con menos proporción sobre la muestra total, tenemos “Artes y humanidades” y “Arquitectura e ingeniería”.

Nivel de estudios

Pregunta N°2			
¿En qué nivel de estudios estás matriculado/a actualmente?			
Contestan:	671	No contestan:	0

También se comentó que la gran mayoría de la muestra tratada está cursando grados⁴:

Gráfico 8. Distribución porcentual según nivel de estudios



Fuente: elaboración propia

³ Como se detalló en el apartado de metodología, estas 2 ramas son las que más varían en nuestra muestra conforme a la población general de la UV. La categoría Ciencias está sobrerrepresentada en nuestra muestra, y Ciencias de la salud, está infrarrepresentada.

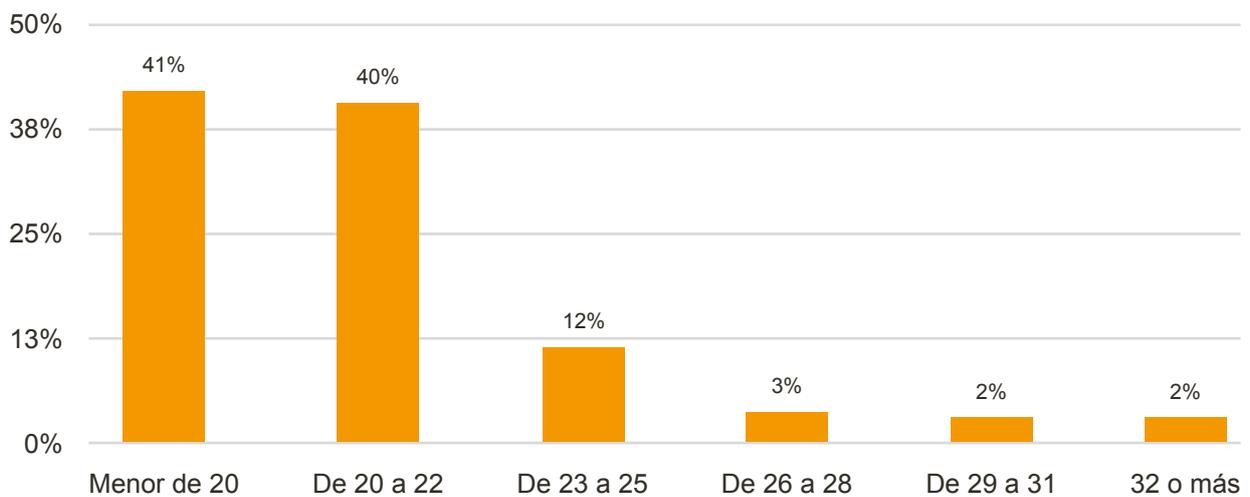
⁴ Como se explicó en la metodología, nuestra muestra sobrerrepresenta al alumnado de grado, e infrarrepresenta al de máster y doctorado.

Edad

Pregunta N°3			
Edad			
Contestan:	435	No contestan:	236

Antes de empezar con el análisis de resultados, cabe destacar la elevada cantidad de personas encuestadas que dejaron en blanco esta pregunta. 236, lo que representa un 35% del total de la muestra⁵. Consecuentemente con que la mayoría de la muestra (y del alumnado de la UV) esté cursando grados, la población encuestada es eminentemente joven:

Gráfico 9. Distribución porcentual según agrupación de edad



Fuente: elaboración propia

Un 81% de las personas encuestadas tenían menos de 23 años. El grupo de 23 a 25 representaba un 15% del total, y las personas de 29 años o más, un 4%. En global, la media de edad de las personas encuestadas (que responden la pregunta, que recordemos que son un 65% del total) era de 20,9 años.

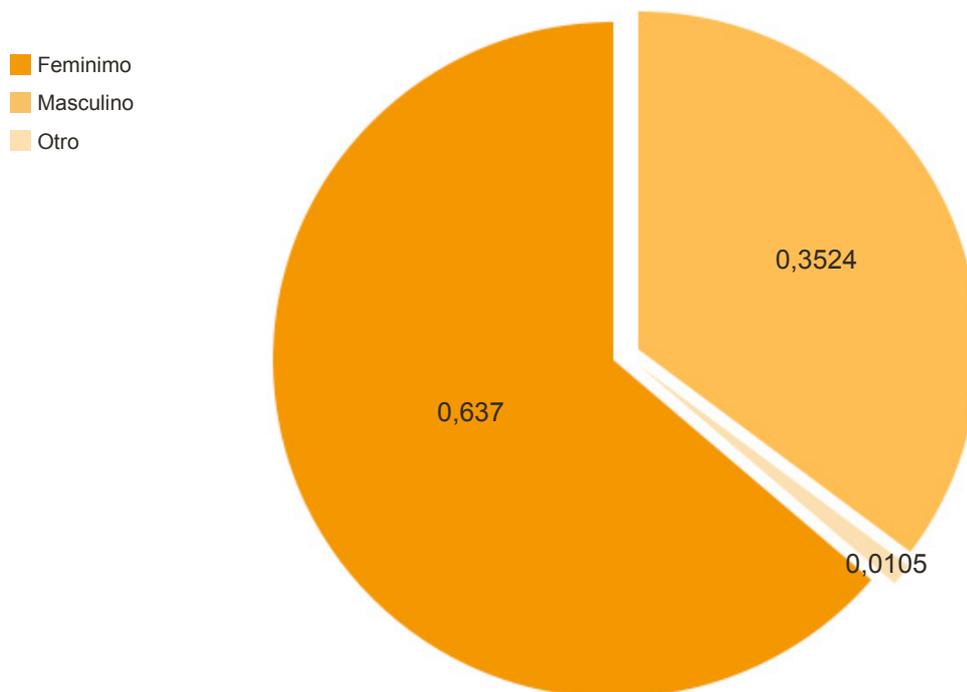
³Exceptuando la pregunta 16 (con características especiales, como veremos) esta pregunta es, con mucha diferencia, la que tiene una tasa de respuesta más baja en esta encuesta.

Género

Pregunta N°4			
¿Con qué género te identificas?			
Contestan:	664	No contestan:	7

Tal como sucede con el alumnado de la UV, casi 2/3 de la población encuestada son mujeres:

Gráfico 10. Distribución porcentual según género



Fuente: elaboración propia

El 64% se identifican con el género femenino, y el 35% con el masculino. Por su parte, un 1% de la población encuestada se identificaba con "otro" género⁶.

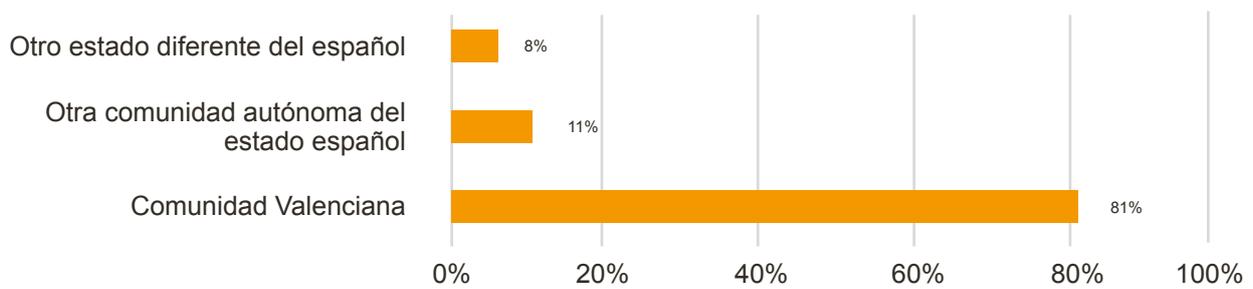
⁶ Como ya se explicitó en la metodología, esta categoría de "otro" género no está contemplada en las estadísticas oficiales de alumnado de la UV.

Lugar de nacimiento

Pregunta N°5			
Lugar de nacimiento			
Contestan:	663	No contestan:	8

La mayoría de la población encuestada habían nacido en territorio valenciano:

Gráfico 11. Distribución porcentual según lugar de nacimiento



Fuente: elaboración propia

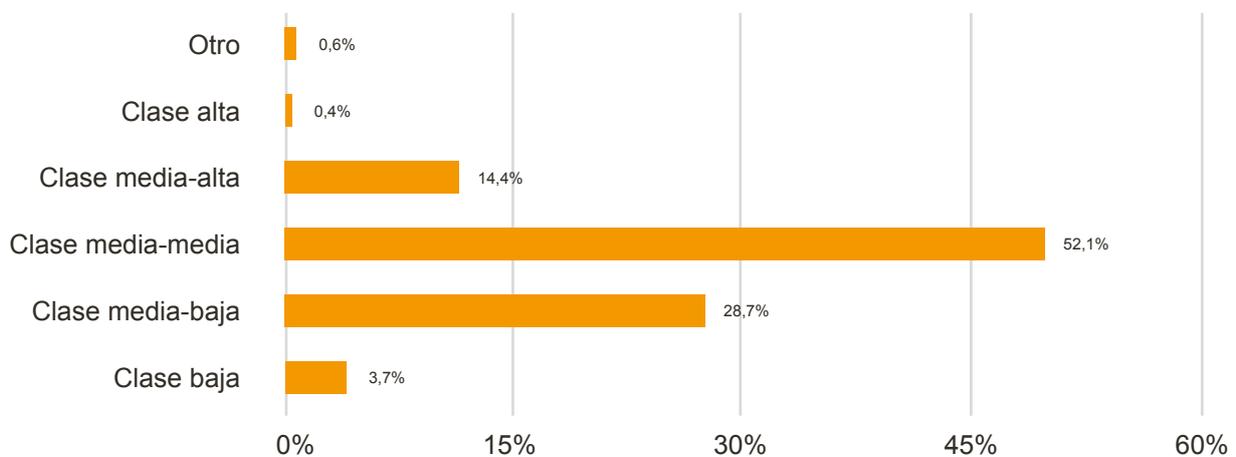
Un 81% eran nacidos en la Comunidad Valenciana; un 11% en otra comunidad del estado español; y un 8% de la muestra provendría de otro estado diferente al español.

Clase social autopercebida

Pregunta N°6			
En referencia a la clase social, ¿a cuál consideras que perteneces teniéndote en cuenta no solo a ti misma/o, sino al resto de tu núcleo familiar o de origen?			
Contestan:	668	No contestan:	3

Con esta pregunta se buscaba aproximar la distribución de la muestra en cuanto a "clase social"⁷. Los resultados mostraban una primacía muy patente en la autopercepción como clases medias:

Gráfico 12. Distribución porcentual según clase social autopercebida



Fuente: elaboración propia

Más de la mitad de la muestra (un 52%) se consideraba de clase "media-media". También era muy relevante el peso de la clase "media-baja" (29%). La proporción de clase "baja" era reducida (4%).

Por su parte, la autopercepción de clase "media-alta" representaba un 14% del total, y la clase "alta", menos de un 1%. También menos de un 1% respondían "otro", no englobándose en ninguna de las categorías anteriores.

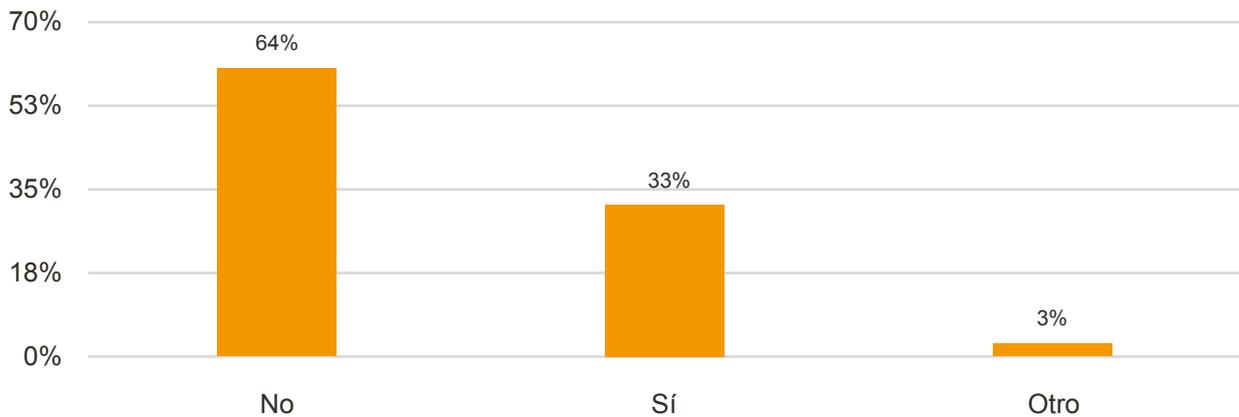
⁷ Como alternativa menos invasiva y más sencilla a, por ejemplo, el nivel de ingresos del núcleo familiar.

Compaginar estudios y trabajo

Pregunta N°7			
¿Compaginas los estudios con alguna actividad laboral?			
Contestan:	666	No contestan:	5

Para completar la pregunta anterior sobre “clase social autopercebida”, se quería saber por la cantidad de alumnado de la UV que compatibilizaba esta actividad con algún trabajo remunerado. Los resultados exponían que aproximadamente 1/3 de la población encuestada, trabajaría mientras cursa estudios en la UV:

Gráfico 13. Distribución porcentual según si se compatibilizan los estudios con trabajo



Fuente: elaboración propia

Un 64% del alumnado de la UV no realizaría trabajo remunerado mientras cursa estudios, y un 33% sí que lo haría.

Por su parte, un 3% de la muestra responde “otro”. En los comentarios adjuntos, la mayoría de este 3% se refería a trabajos muy puntuales, o prácticas con una pequeña remuneración.

PI: 5.2. Opiniones sobre política

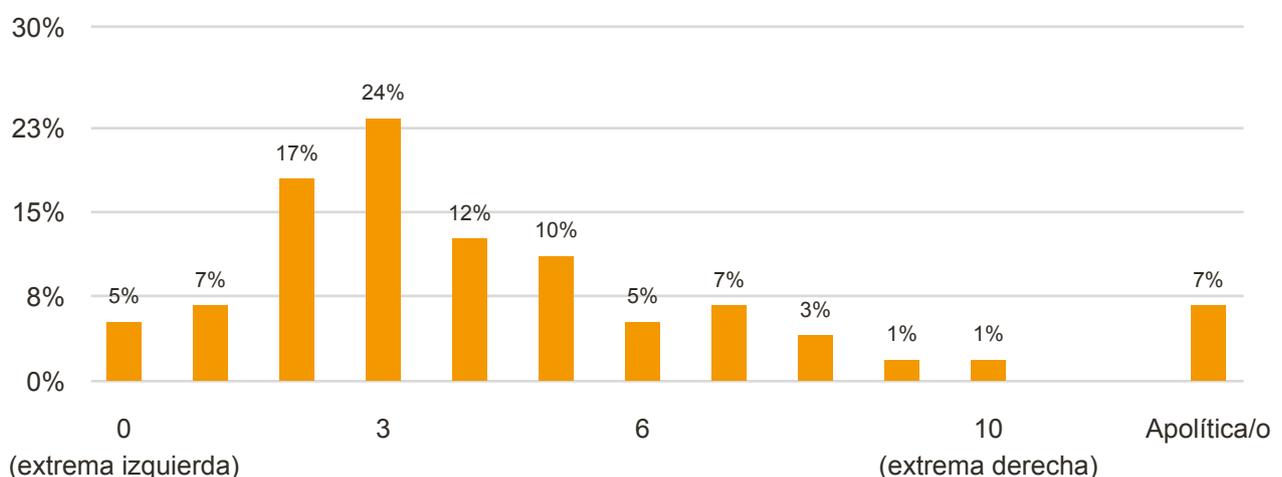
Con este bloque de preguntas nos aproximábamos a los objetivos centrales de la encuesta. Se consideró importante, antes de entrar directamente a analizar el activismo y la participación social, estudiar cómo se posicionaban políticamente los individuos de la muestra, tanto en un eje de izquierda-derecha como manifestando su nivel de interés por la política o su grado de conformidad con la sociedad actual.

Posicionamiento político

Pregunta N°8			
Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "extrema izquierda" y 10, "extrema derecha", ¿en qué lugar te colocarías? [Posicionamiento político]			
Contestan:	656	No contestan:	15

Con esta pregunta se quería averiguar el posicionamiento político autopercebido de la población de la UV, en el eje tradicional de izquierda-derecha (dando también la opción de "apolítica/o"). Los resultados muestran un alumnado diverso, pero con mayoría de izquierdas:

Gráfico 14. Distribución porcentual según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

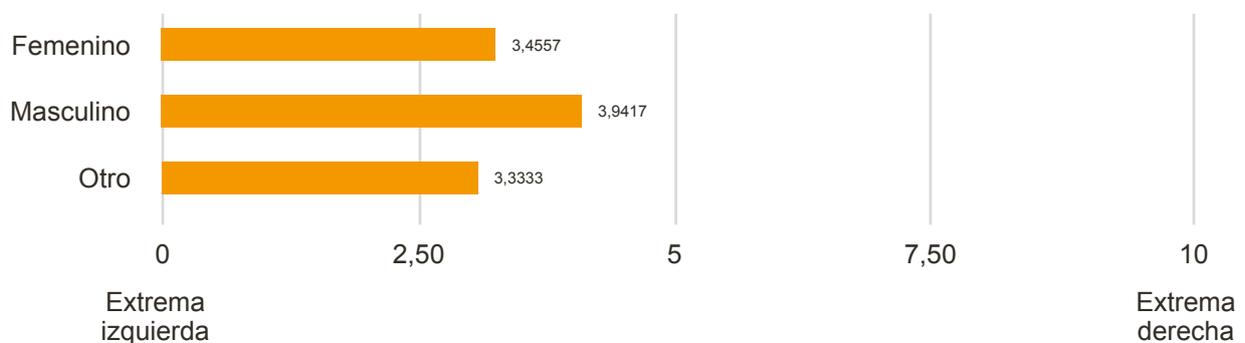
Un 12% se considerarían cercanos a la extrema izquierda (respondiendo 0 o 1). Y un amplio 41% se catalogarían dentro de una izquierda algo más moderada (respondiendo 2 o 3). Por su parte, un 27% se colocarían en posiciones más centristas (respondiendo 4, 5 o 6).

Un 10% se posicionarían en una derecha moderada (respondiendo 7 u 8), y un 2% estarían próximos a la extrema derecha (respondiendo 9 o 10). Contabilizando esta escala del 0 al 10, la media resultante de esta distribución es del 3,62.

También es en todo caso muy relevante la proporción de la muestra que no se integra en este eje izquierda-derecha y se considera como "apolítico/a". Representando un 7% del total. Por otro lado, un 2% de la muestra no contestaba esta pregunta. Para cruzar estos resultados con otras variables prescindiremos de la categoría "apolítica/o" y nos centraremos en la media numérica (dentro del eje donde 0 es extrema izquierda y 10, extrema derecha).

En cuanto al género, se observa cómo las mujeres (y la gente que se adscribe a "otro" género) se muestran como ligeramente más de izquierdas que los hombres:

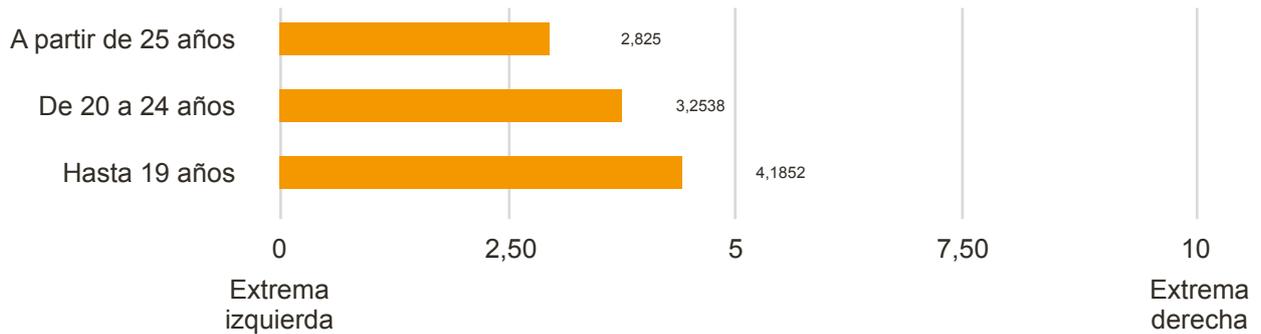
Gráfico 15. Posicionamiento político según género



Fuente: elaboración propia

En cuanto grupos de edad, la población más joven se sitúa en posiciones más centradas y, conforme avanza la edad, el posicionamiento se va trasladando hacia la izquierda:

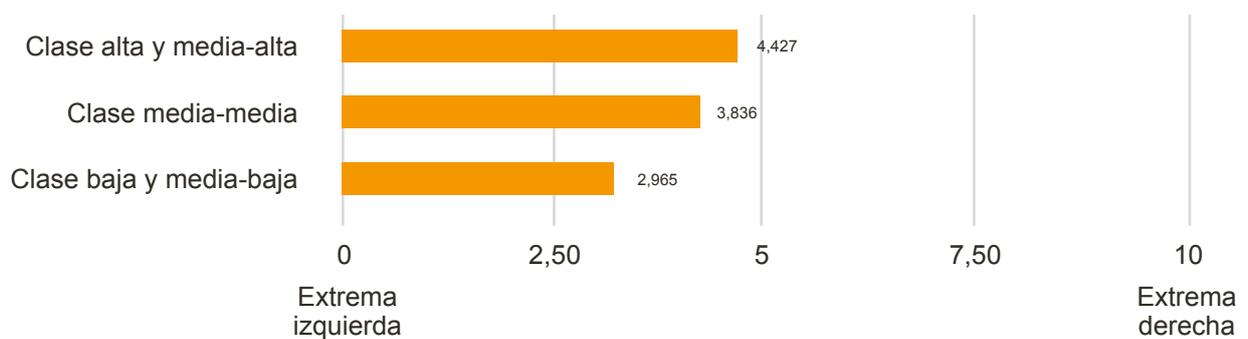
Gráfico 16. Posicionamiento político según edad



Fuente: elaboración propia

En cuanto a clase social autopercibida, las clases medias altas y altas muestran mayor centrismo político, y las clases medias bajas y bajas son más claramente de izquierdas:

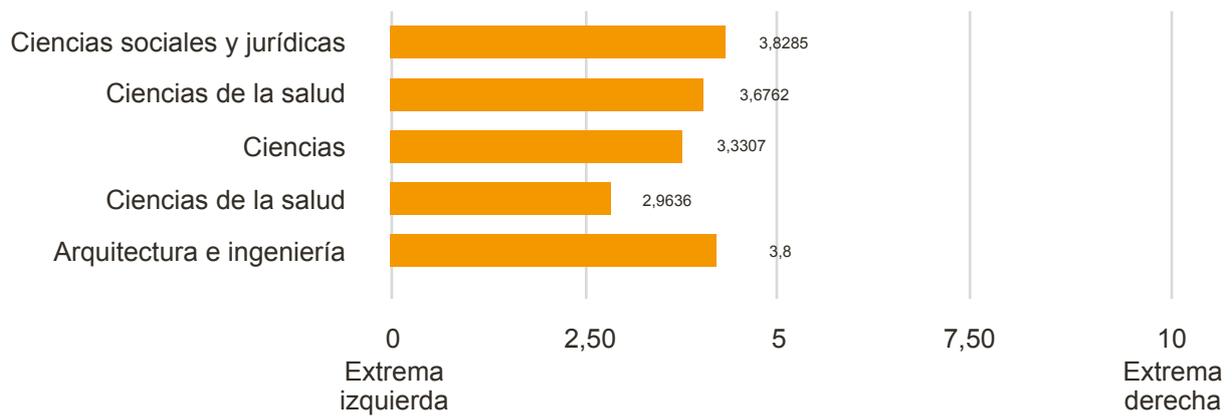
Gráfico 17. Posicionamiento político según clase social autopercibida



Fuente: elaboración propia

En cuanto a clase social autopercebida, las clases medias altas y altas muestran mayor centrismo político, y las clases medias bajas y bajas son más claramente de izquierdas:

Gráfico 18. Posicionamiento político según rama de estudios



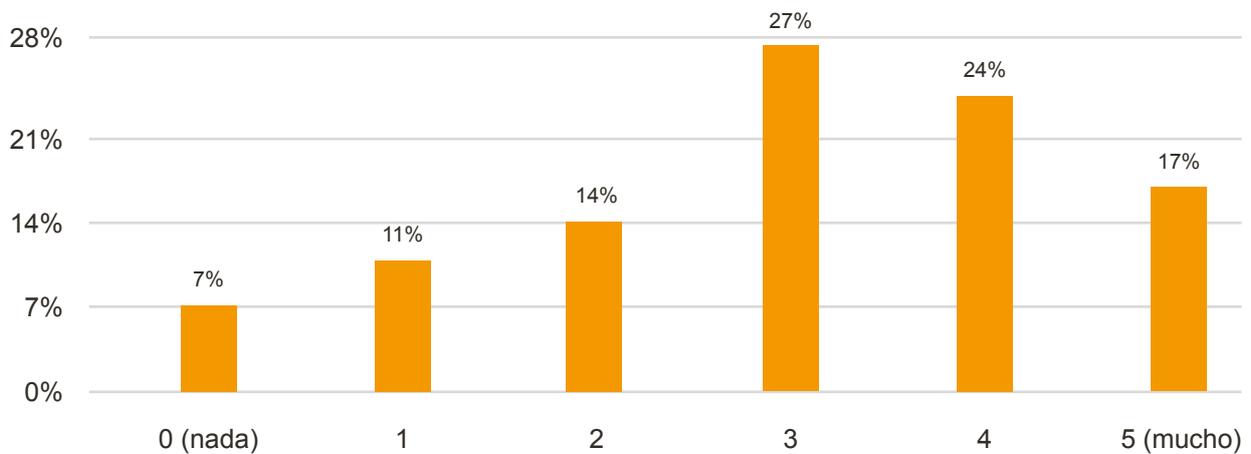
Fuente: elaboración propia

Interés por la política

Pregunta N°9			
¿En qué medida te interesa la política?			
Contestan:	668	No contestan:	3

Esta pregunta hacía referencia al grado en que a la persona encuestada le interesaba la política. Los resultados muestran un interés medio-alto por la política (hecho que, como veremos más adelante, no se corresponde con unas prácticas de acción política frecuentes):

Gráfico 19. Distribución porcentual del interés por la política

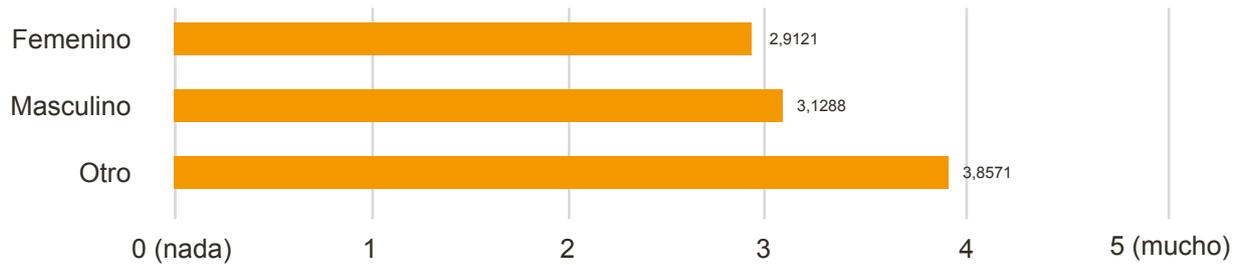


Fuente: elaboración propia

Un 18% de la muestra expresarían un interés bajo o muy bajo por la política. Un 41% tendría un interés más intermedio. Y otro 41% presentaría un interés alto por la política. La media numérica de estas respuestas es de 2,99 sobre 5. Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos estas últimas medias expresadas en un solo número.

En cuanto al género, encontramos, levemente, un mayor interés por la política de los hombres que de las mujeres, aunque el mayor interés lo muestran las personas que no se clasifican en ninguno de esos 2 géneros:

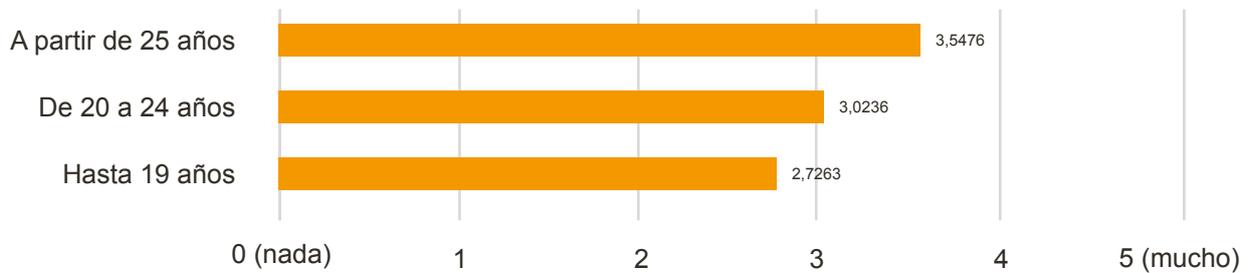
Gráfico 20. Interés por la política según género



Fuente: elaboración propia

En cuanto a edad, encontramos que, a medida que las personas encuestadas tienen más edad, muestran un mayor interés por la política:

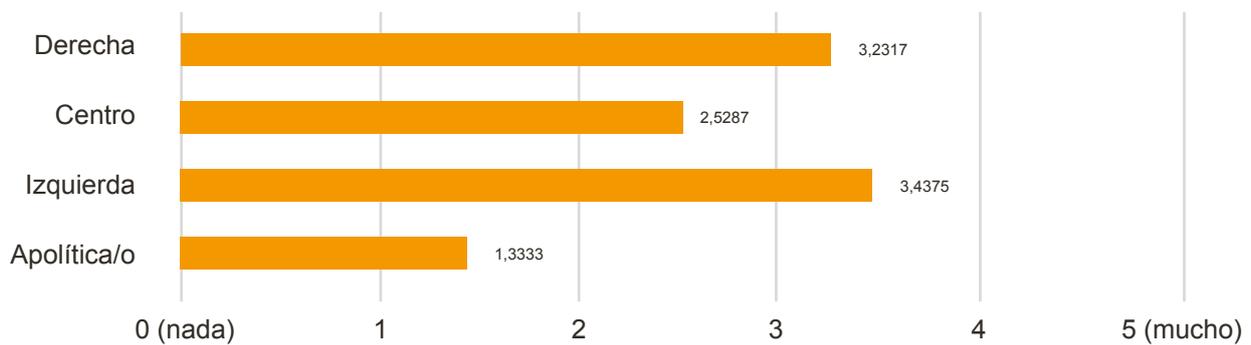
Gráfico 21. Interés por la política según edad



Fuente: elaboración propia

En cuanto al posicionamiento político, las personas “de izquierdas” son las que más interés por la política muestran, seguidas muy de cerca por las “de derechas”. Las personas “de centro” tienen un interés considerablemente menor. Son finalmente las personas que se consideran “apolíticas” las que, consecuentemente, muestran un muy reducido interés por la política.

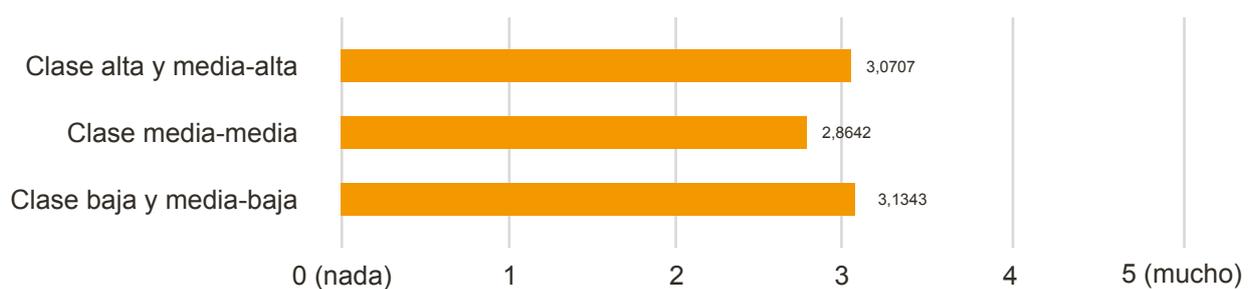
Gráfico 22. Interés por la política según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

Las diferencias son escasas según clase social autopercibida. Las clases altas y bajas muestran un interés ligeramente superior al de la clase media-media:

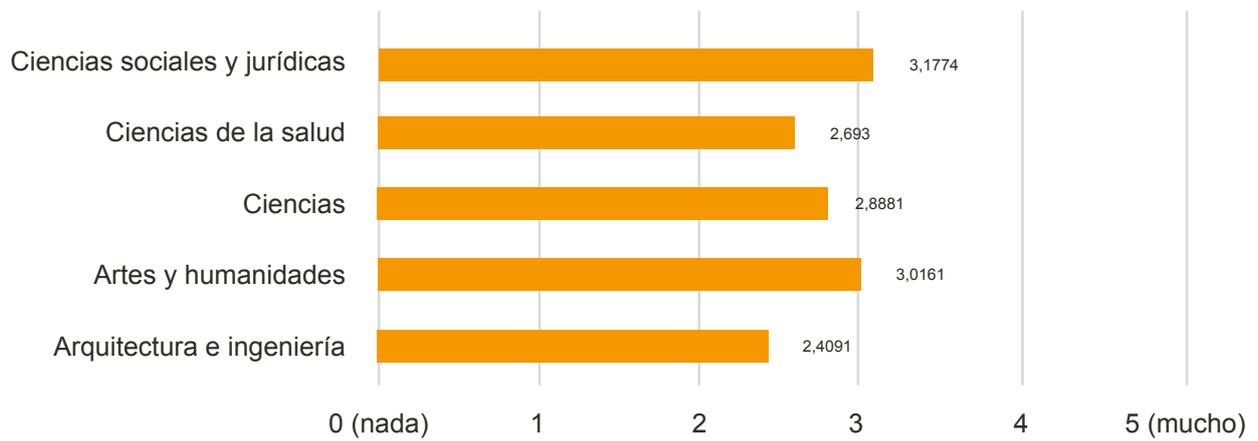
Gráfico 23. Interés por la política según clase social autopercibida



Fuente: elaboración propia

Por rama de estudios, el menor interés por la política lo encontramos en Arquitectura e Ingeniería y el mayor en Ciencias sociales y jurídicas.

Gráfico 24. Interés por la política según rama de estudios



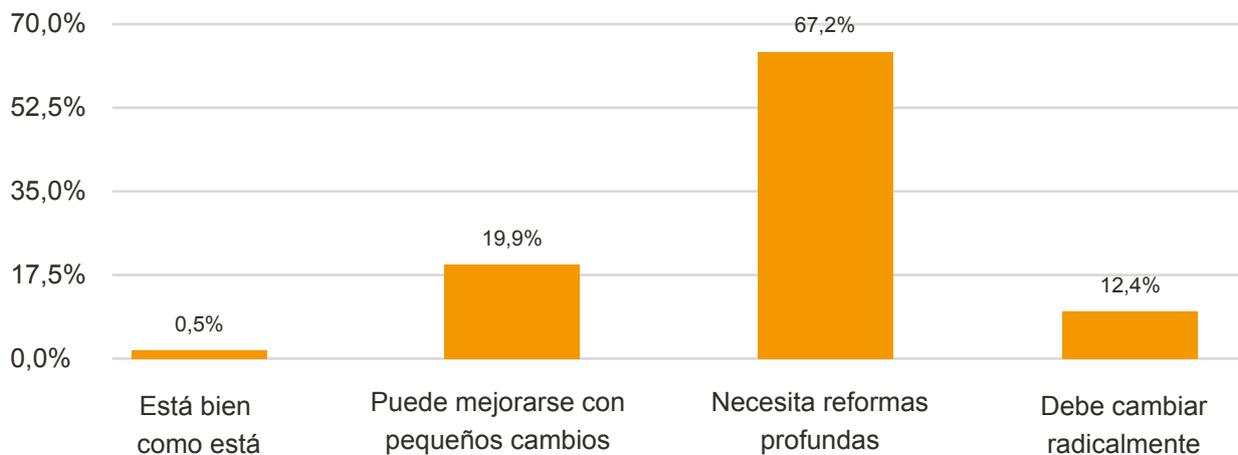
Fuente: elaboración propia

Opiniones sobre la sociedad actual

Pregunta N°10			
¿Con cuál de las siguientes cuatro opiniones sobre la sociedad en la que vivimos estás más de acuerdo?			
Contestan:	659	No contestan:	12

Con esta pregunta se pretendía un acercamiento hacia el nivel de conformidad/disconformidad con la sociedad en la que viven las personas encuestadas. Los resultados mostraban un nivel de crítica elevado con respecto a esta sociedad:

Gráfico 25. Distribución porcentual de opinión sobre la sociedad actual



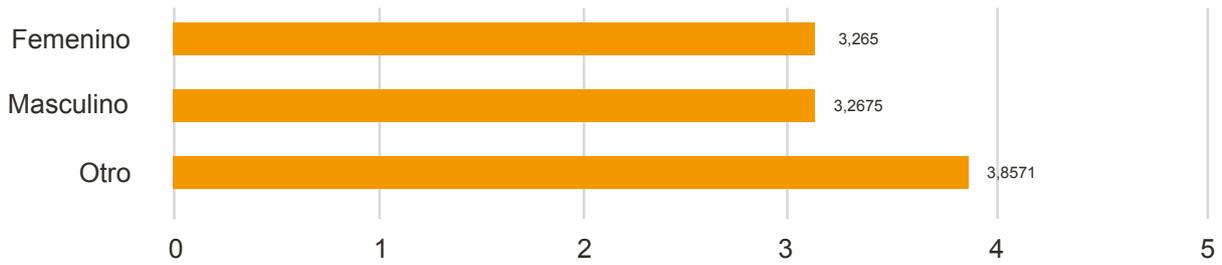
Fuente: elaboración propia

Menos de un 1% consideraba que la sociedad “está bien como está”. Y un 20% pensaba que esta sociedad “puede mejorarse con pequeños cambios”. Era más crítico el extenso 67% que opinaba que esta sociedad “necesita reformas profundas”. Y, en un plano más extremo, un 12% creía que esta sociedad “debe cambiar radicalmente”. Dando un valor numérico a cada respuesta⁸, se obtiene una media de 3,27 sobre 5. Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos ese cálculo para obtener los diferentes valores medios.

⁸ “Está bien como está” valdrá 0; “puede mejorarse con pequeños cambios” valdrá 1,5; “necesita reformas profundas” valdrá 3,5; y “debe cambiar radicalmente” valdrá 5. Con lo cual, una más elevada puntuación (siempre sobre 5), implicará un mayor nivel de crítica frente a la sociedad en que vivimos.

En cuanto al género, el nivel de crítica a la sociedad actual es idéntico en mujeres y hombres. Las personas encuestadas con "otro" género consideran que son necesarios más cambios:

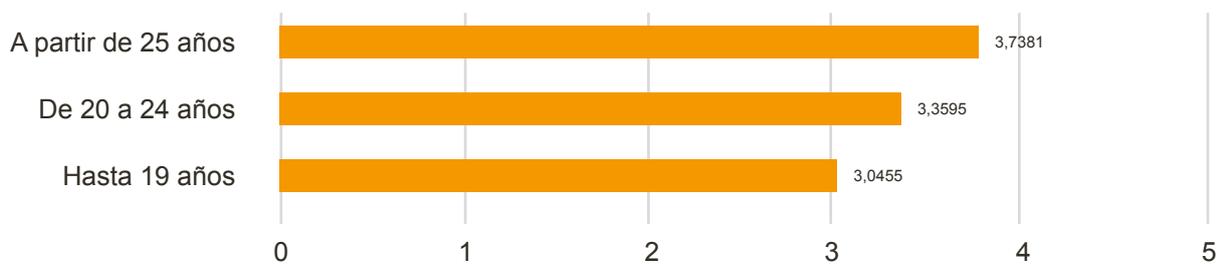
Gráfico 26. Opinión sobre la sociedad actual según género



Fuente: elaboración propia

Según la edad, encontramos un nivel de crítica social mayor en las personas más mayores, y un mayor grado de conformismo en las más jóvenes. La distribución se corresponde con la que veíamos con respecto al interés por la política:

Gráfico 27. Opinión sobre la sociedad actual según edad



Fuente: elaboración propia

En cuanto al posicionamiento político, los niveles de crítica varían solo ligeramente. Las personas “de izquierdas” serían las más disconformes y las “apolíticas” las más conformes. Aun así, las apolíticas y las de centro muestran aquí valores más elevados que cuando se hablaba de interés por la política:

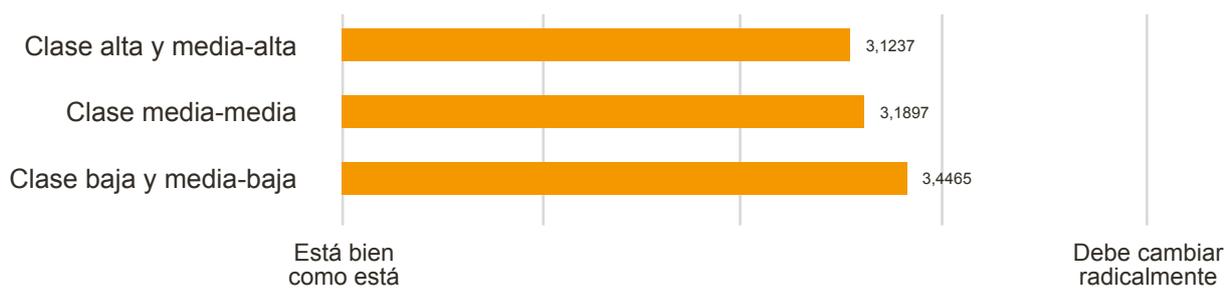
Gráfico 28. Opinión sobre la sociedad actual según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

Según clase social, las variaciones son también muy reducidas. Las clases “baja” y “media-baja” se muestran levemente más disconformes que el resto.

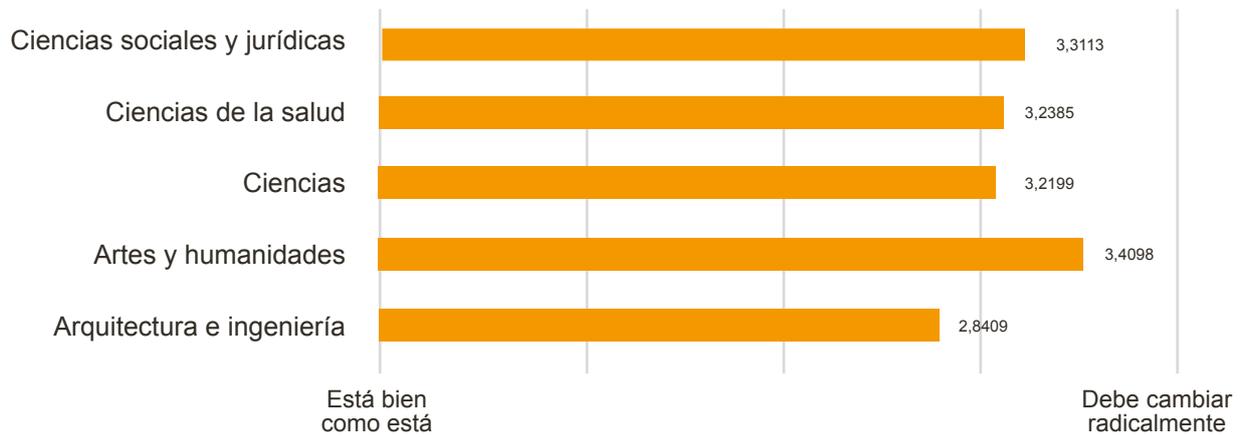
Gráfico 29. Opinión sobre la sociedad actual según clase social autopercibida



Fuente: elaboración propia

En cuanto al género, el nivel de crítica a la sociedad actual es idéntico en mujeres y hombres. Las personas encuestadas con “otro” género consideran que son necesarios más cambios:

Gráfico 30. Opinión sobre la sociedad actual según rama de estudios



Fuente: elaboración propia

PI: 5.3. Formas de acción social, causas y frecuencia de participación

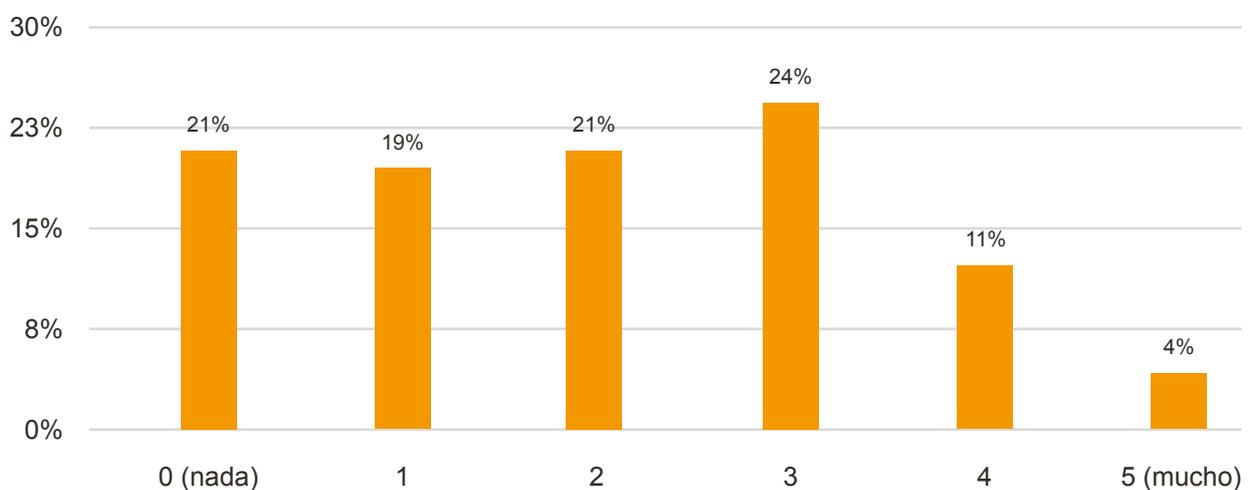
En este bloque afrontamos directamente el tema central de esta encuesta: la acción/participación social del alumnado de la UV. Por eso se preguntaba aquí sobre el nivel de activismo autopercebido, las causas que más movilizaban, la frecuencia con la que se realizaban distintos tipos de acciones sociales, las razones tanto de movilizarse como de no movilizarse y las opiniones sobre posibles cambios en agrupaciones sociales, para aumentar la participación.

Nivel de activismo autopercebido

Pregunta N°11			
¿Te consideras una persona activista?			
Contestan:	635	No contestan:	36

Con esta pregunta queríamos que las personas encuestadas se posicionaran en cuanto a su nivel de activismo, en una escala del 0 al 5. Los resultados muestran una distribución variada, con un peso similar de los niveles de activismo bajos y medios:

Gráfico 31. Distribución porcentual de nivel de consideración como persona activista



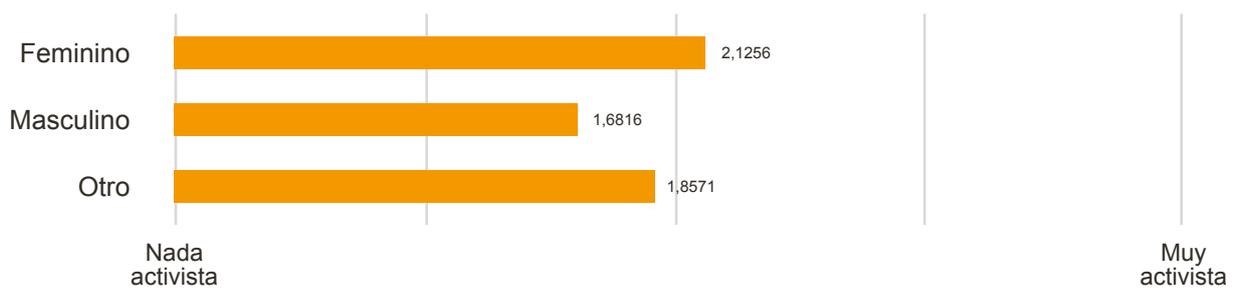
Fuente: elaboración propia

Un 40% de la muestra se calificaría con un nivel de activismo nulo o muy bajo. Un 45% consideraría que tiene un nivel de activismo intermedio.

Así, solo un 15% se categorizarían como personas bastante o muy activistas. Esto contrasta con los altos niveles de interés por la política y de crítica social que mostraba la misma población encuestada en las preguntas anteriores. Si en aquellas preguntas, la media de respuesta se encontraba alrededor de los 3 puntos, aquí es considerablemente menor, siendo de 1,97 (sobre 5). Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos estas medias.

Según género, las mujeres se conciben como más activistas que los hombres. Esto contrasta con el mayor interés por la política que mostraban los hombres, y con sus opiniones igualmente críticas con respecto a la sociedad actual.

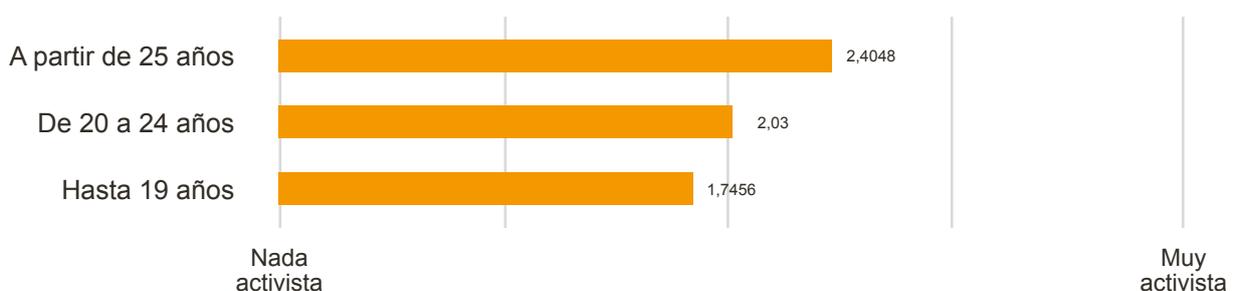
Gráfico 32. Activismo según género



Fuente: elaboración propia

En cuanto a edad, encontramos una distribución muy similar a la de las anteriores preguntas, pero con puntuaciones más bajas. Las personas de más de 25 años se perciben con un nivel de activismo notablemente superior al de las personas menores de 20.

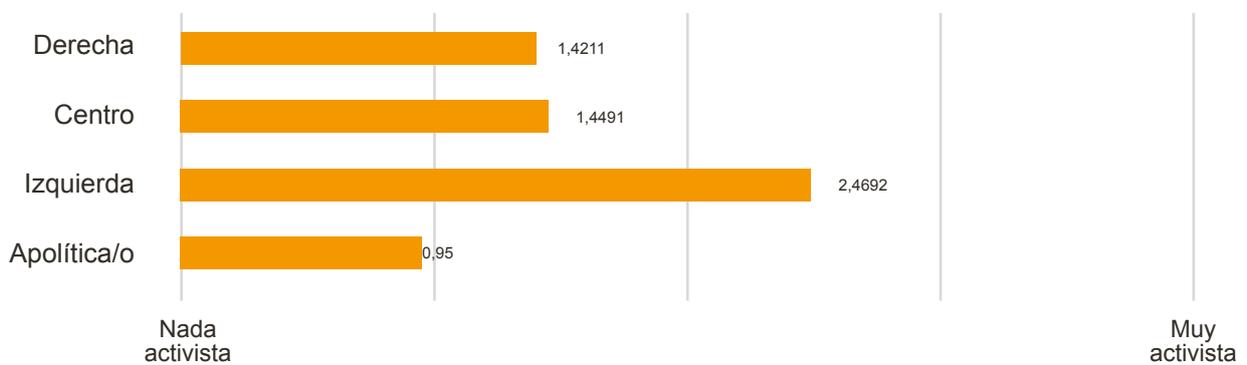
Gráfico 33. Activismo según edad



Fuente: elaboración propia

En el caso del posicionamiento político sí encontramos más diferencias respecto a las preguntas anteriores. El nivel de activismo de las personas “de izquierdas” se muestra como muy superior al resto. Recordemos que las personas “de derechas” mostraban unos niveles de interés por la política y de opinión crítica con la sociedad solo un poco por debajo que las “de izquierdas”. Al parecer, en el caso de las personas de derechas, este interés y disconformidad se transforma menos en activismo que en las de izquierdas:

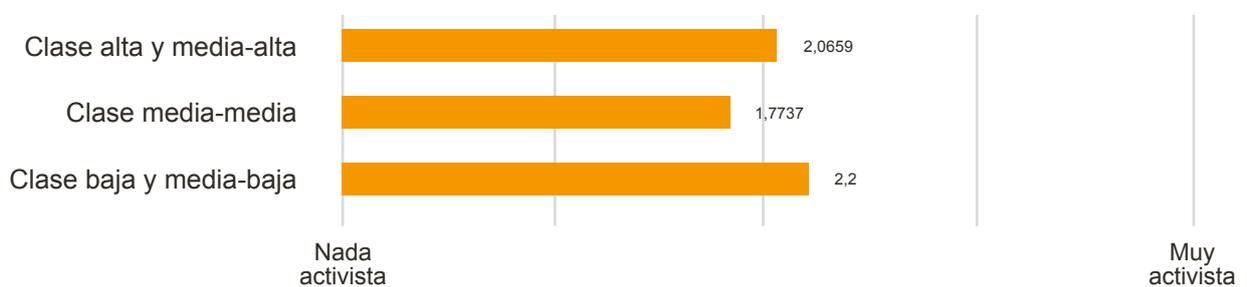
Gráfico 34. Activismo según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

Las diferencias son menores por clase social autopercebida. Coherentemente con el interés por la política mostrado, la clase media-media es la que se muestra como menos activista:

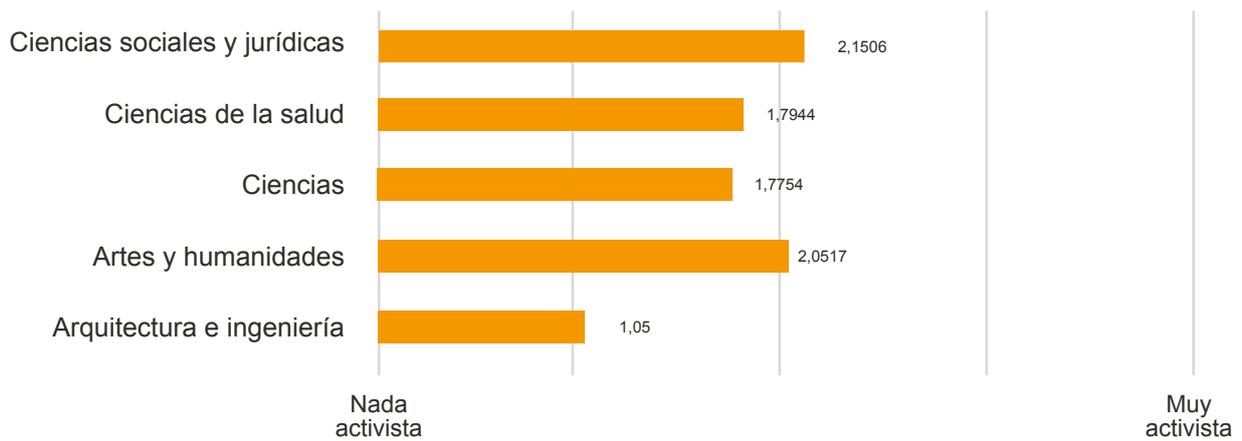
Gráfico 35. Activismo según clase social



Fuente: elaboración propia

En cuanto a rama de estudios, Arquitectura e Ingeniería vuelven a destacar por su puntuación baja, esta vez de forma más extrema. El resto de ramas se presentan con un nivel de activismo parecido, aunque esta vez son las Ciencias sociales y jurídicas las que obtienen la puntuación media más alta.

Gráfico 36. Activismo según rama de estudios



Fuente: elaboración propia

Causas que movilizan

Pregunta N°12			
De las siguientes causas, ¿cuáles te movilizan más?			
Contestan:	671	No contestan:	0

En esta pregunta se presentaban un total de 24 causas diferentes, relacionadas con diversas tendencias políticas, para que la persona encuestada eligiera las 4 que más la movilizaban (entendiendo por “movilizar” el ejercer cualquier tipo de acción social, como se verá en la siguiente pregunta). Observamos los resultados a continuación:

Gráfico 37. Distribución porcentual de causas movilizadoras



Fuente: elaboración propia

La causa con más respaldo es "Servicios públicos", que llevaría a la movilización a un 55% de la muestra. Le sigue muy de cerca "Derechos humanos", con un 52%. En tercer lugar, "Feminismos" movilizarían a un 41% de la muestra. Por su parte "Derechos LGBTQ+", "Condiciones laborales", "Ecologismo y medio ambiente" se mueven entre el 25% y el 30% de las elecciones. Con un nivel de apoyo menor, pero también relevante (alrededor del 20%), encontramos "Antifascismo", "Erradicación de la pobreza", y "Justicia económica / economía social y solidaria".

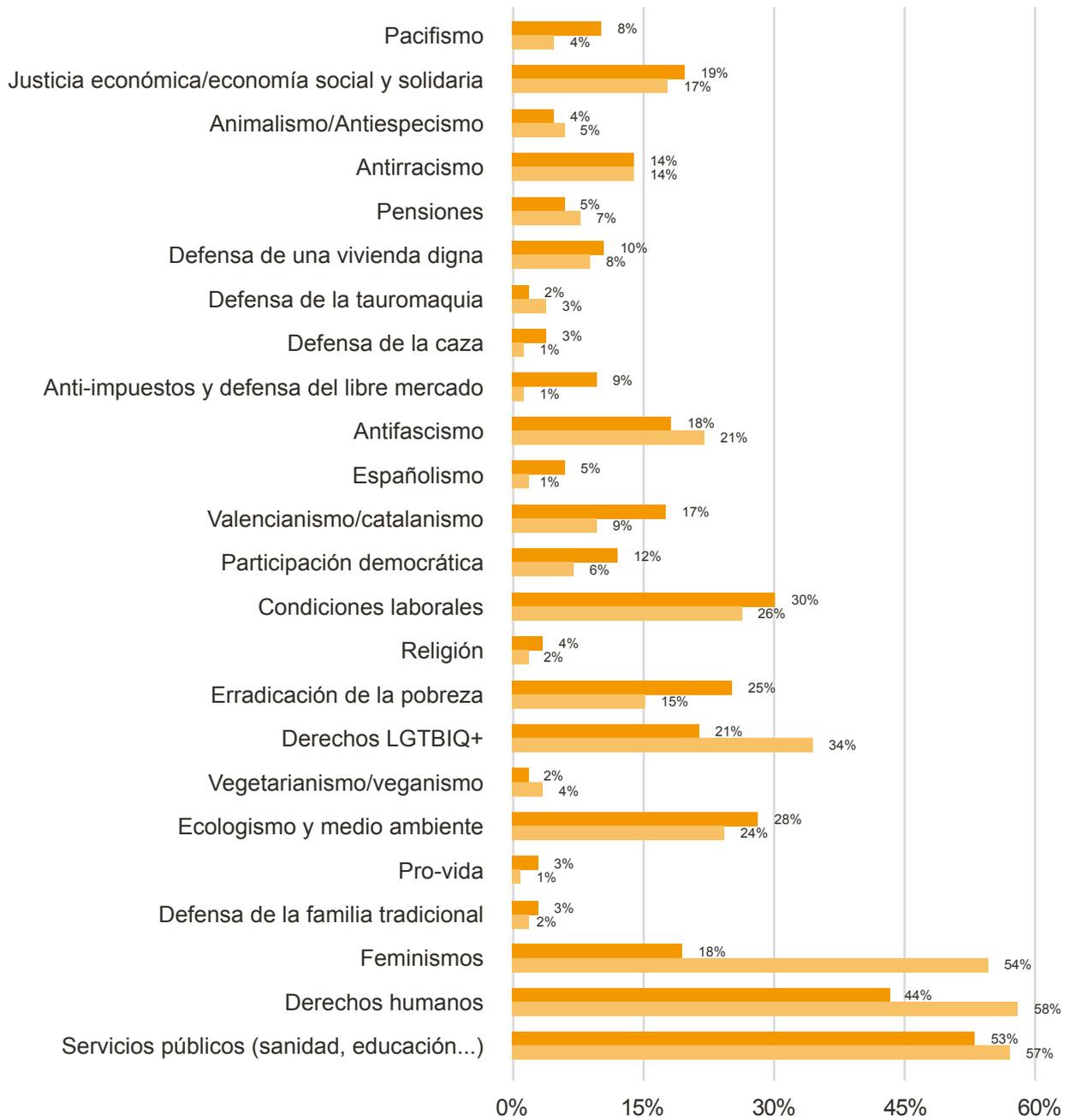
Luego se dan otras muchas causas que no llegan al 15% del respaldo. Destaca el hecho de que ninguna de las causas más que se podrían relacionar con tendencias políticas conservadoras o "de derechas" obtiene más de un 5%. Esto se podría explicar por el hecho que, como vimos, la muestra es mayoritariamente "de izquierdas" y que las personas encuestadas "de derechas" mostraban niveles más bajos de acción o movilización social.

Para cruzar estos resultados con otras variables, no disponemos en este caso de valores numéricos medios, por lo que mostraremos los listados de causas completos.

Según género, la principal diferencia es que el 54% de las mujeres se consideran movilizadas por los "Feminismos", mientras que solo un 18% de los hombres lo hacen. Por otra parte, también los "Derechos LGBTQ+" y los "Derechos humanos" parecen causas más feminizadas.

Por su parte, los hombres se muestran más movilización hacia causas de tipo económico ("Erradicación de la pobreza", "Condiciones laborales", "Anti-impuestos y defensa del libre mercado" ...), y de tipo nacional (tanto "Valencianismo / Catalalanismo", como "Españolismo" son notablemente más apoyadas por hombres).

Gráfico 38. Distribución porcentual de causas movilizadoras según género

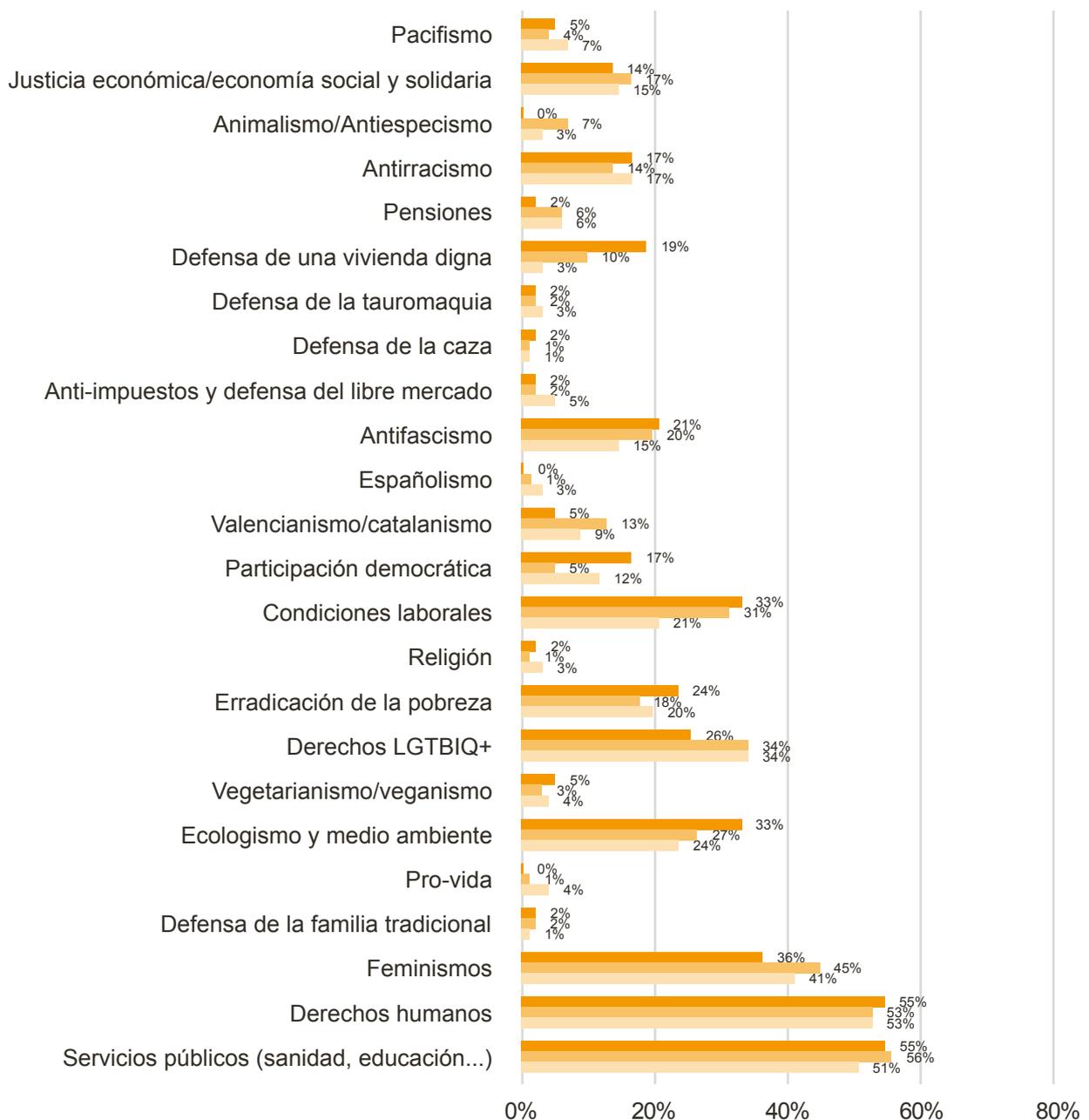


■ Masculino ■ Femenino

Fuente: elaboración propia

Las diferencias según edad son generalmente más moderadas. Destaca que causas como “Condiciones laborales” o “Defensa de una vivienda digna” son sensiblemente más apoyadas conforme avanzan los años de las personas encuestadas. Mientras tanto, “Derechos LGTBIQ+” conlleva más movilización entre las personas más jóvenes (aunque con poca diferencia). También las personas más jóvenes dan algo más de apoyo a varias de las causas más relacionadas con la ideología conservadora (ya vimos que la población menor de 20 años se posiciona como más “de derechas” que el resto).

Gráfico 39. Distribución porcentual de causas movilizadoras según edad

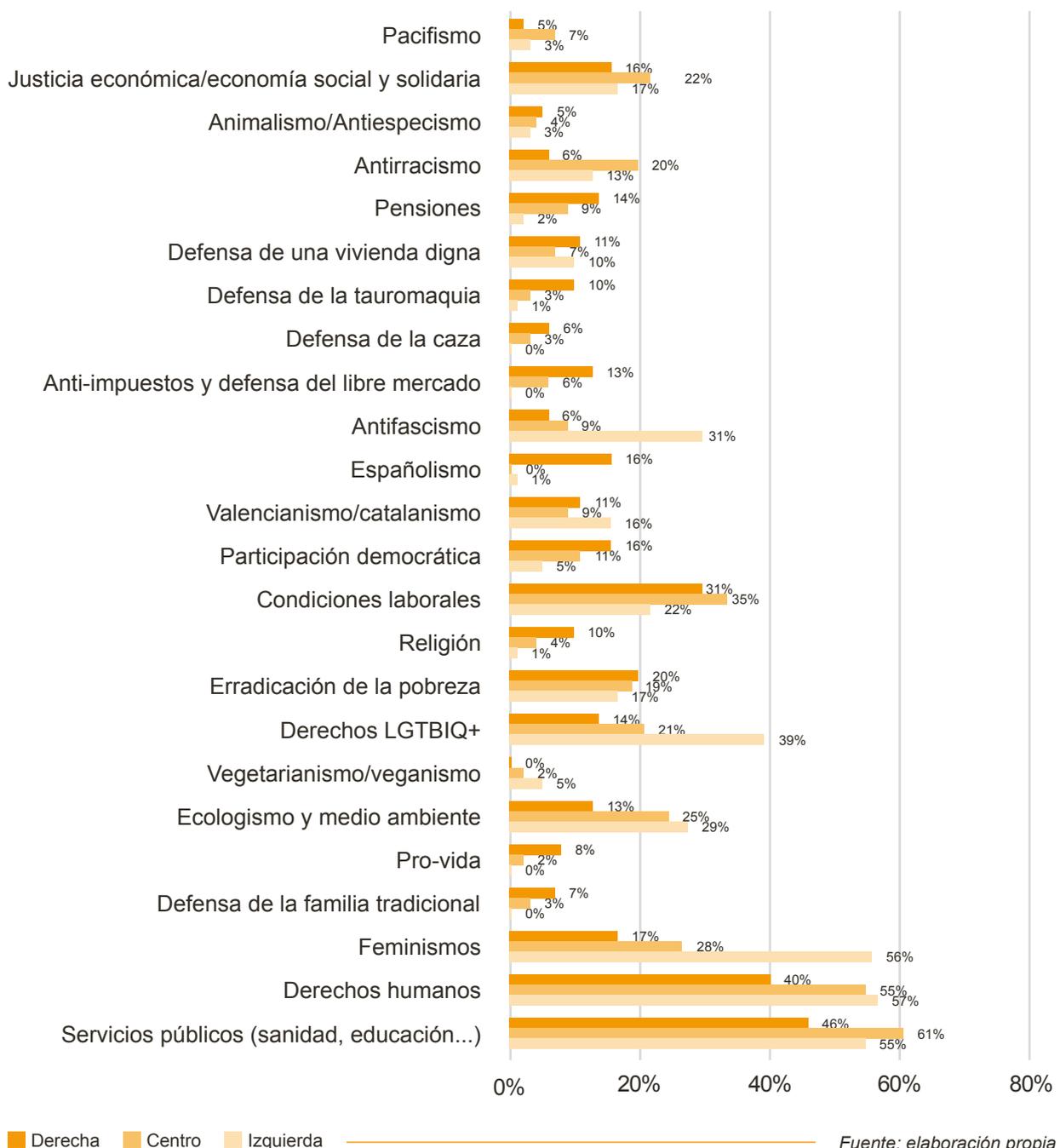


■ A partir de 25 años ■ De 20 a 24 años ■ Hasta 19 años

Fuente: elaboración propia

En cuanto a posicionamiento político, encontramos diferencias más pronunciadas, algunas de ellas esperables, dada la naturaleza de las causas: “Feminismos”, “Derechos LGTBIQ+”, “Antifascismo”, y “Ecologismo y medio ambiente” son causas mucho más apoyadas por las personas que se consideran “de izquierdas”, aunque no exclusivamente. Por su parte, “Servicios públicos”, “Condiciones laborales”, “Antirracismo”, “Justicia económica” y “Pacifismo” son causas más apoyadas por las personas “de centro”. Finalmente, “Pensiones”, “Participación democrática”, “Españolismo” y “Defensa del libre mercado”, son causas que interesan más a las personas “de derechas”.

Gráfico 40. Distribución porcentual de causas movilizadoras según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

Como se desarrollará en el apartado 6, también la variable “rama de estudios” tiene relación con algunas de las causas que movilizan, como es el caso de “feminismos”, “valencianismo/catalanismo” y “ecologismo/medio ambiente”. Se verá también que la clase social autopercibida también mantiene una correlación importante con estas causas, principalmente en lo relacionado con “anti-impuestos y defensa del mercado”, “Defensa de la caza” y “pro-vida”.

Frecuencia de la acción social que se realiza

Pregunta N°13			
Valora la frecuencia con la que realizas estas formas de acción social			
Contestan:	643	No contestan:	28

En esta pregunta se exponían 12 formas de acción social de diverso tipo y se pedía a la persona encuestada que valorara del 0 (Ni lo he hecho, ni lo haría nunca) al 5 (Lo hago muy a menudo, siempre que puedo), la frecuencia con la que las realizaba. Mostramos a continuación los resultados:

Gráfico 41. Distribución porcentual de frecuencia con la que se realizan acciones sociales



Fuente: elaboración propia

En general, vemos que todas las formas de activismo, exceptuando una, se mueven en frecuencias bajas o medias. Así "Votar en elecciones" sería la acción que más se realiza entre el alumnado de la UV. Su 3,8 de puntuación media indicaría que esta población vota con bastante frecuencia. Con puntuaciones entre el 2,5 y el 2, tenemos a "Comprar o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente", "Firmar una petición", "Elegir asignaturas en la universidad relacionadas con los problemas que me interesan", "Realizar formación al margen de los currículums oficiales, sobre los temas que me interesan" y "Asistir u organizar una manifestación o concentración". Estas acciones serían realizadas, de media, algunas veces, pero sin llegar a ser una práctica frecuente. Con puntuaciones entre el 1,9 y el 1 tenemos "Compartir información de tipo político en las redes sociales", "Participar activamente en una ONG o asociación fuera de la universidad", "Entregar o recaudar dinero para alguna causa social o política" y "Participar de algún colectivo, asamblea de barrio o proyecto político autogestionado". Estas acciones se realizarían de forma muy esporádica. Finalmente, por debajo del 1 tenemos las 2 acciones que tienen que ver con partidos y sindicatos: "Estar afiliada/o a un partido político o sindicato fuera de la universidad" y "Participar de un sindicato o asociación de la universidad". Estas bajas puntuaciones indican que, de media, estas prácticas no se realizan casi nunca.

La media global entre todas las acciones propuestas es de 1,9. Indicando una frecuencia media esporádica de la acción social entre el alumnado de la UV. Esta puntuación sería coherente con la media de "nivel de activismo autopercebido" que se ha comentado (de 1,97). Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos los valores medios de cada acción.

Por género, si bien no se encuentran diferencias muy abultadas, sí es destacable el hecho que las mujeres realizan con algo más de frecuencia todas las actividades propuestas, con excepción de tres. Dos de ellas son las referentes a la afiliación a partidos y sindicatos (fuera y dentro de la universidad), que coincidían con el tipo más "formal" de activismo propuesto.

Gráfico 42. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según género



Con respecto a la edad, observamos que las personas de 25 años o más realizan con más frecuencia muchas de las acciones propuestas. En la mayoría de casos, las diferencias son sustanciales, sobre todo con respecto al grupo de edad más joven. El grupo intermedio (de 20 a 24 años) suele tener, a su vez, frecuencias intermedias de activismo. Destaca que es el grupo que con más frecuencia afirma votar en elecciones. Por su parte, y como ya podíamos anticipar por resultados anteriores, el grupo de menores de 20 años es el menos movilizado en prácticamente todos los casos. La única excepción es la referente a la participación en sindicatos o asociaciones de la universidad, actividad que realizan con bastante más frecuencia que las personas más mayores.

Gráfico 43. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según edad



Según posicionamiento político, es patente que el alumnado “de izquierdas” está más movilizado en todos los casos (en uno u otro grado). Por ejemplo, este grupo asiste considerablemente a más manifestaciones, aplica más criterios a la hora de consumir y utiliza más las redes para el activismo que el resto.

Por su parte, si comparamos a las personas que se auto-perciben como “de centro” o “de derechas” no encontramos un patrón claro que sitúe a un grupo como más movilizado que el otro. En todo caso, el alumnado “de derechas” afirma votar más, compartir más contenido político y realizar más formaciones específicas que el alumnado “de centro”. En cambio, el alumnado “de centro” aplicaría más criterios políticos a la hora de consumir, participaría más en colectivos de base, y elegiría más asignaturas relacionadas con problemas sociales de su interés que el alumnado “de derechas”.

Gráfico 44. Frecuencia con la que se realizan acciones sociales según posicionamiento político



Como veremos con más detalle en el apartado 6, también las variables “rama de estudios” y “clase social autopercebida” influyen en la frecuencia de varias de las causas expuestas. Por ejemplo, la rama está relacionada con “elegir asignaturas en la universidad relacionadas con los problemas que me interesan”. Por otro lado, la clase social autopercebida tiene relación con “estar afiliada/o a un partido político o sindicato fuera de la universidad”.

Razones para movilizarse y para no movilizarse

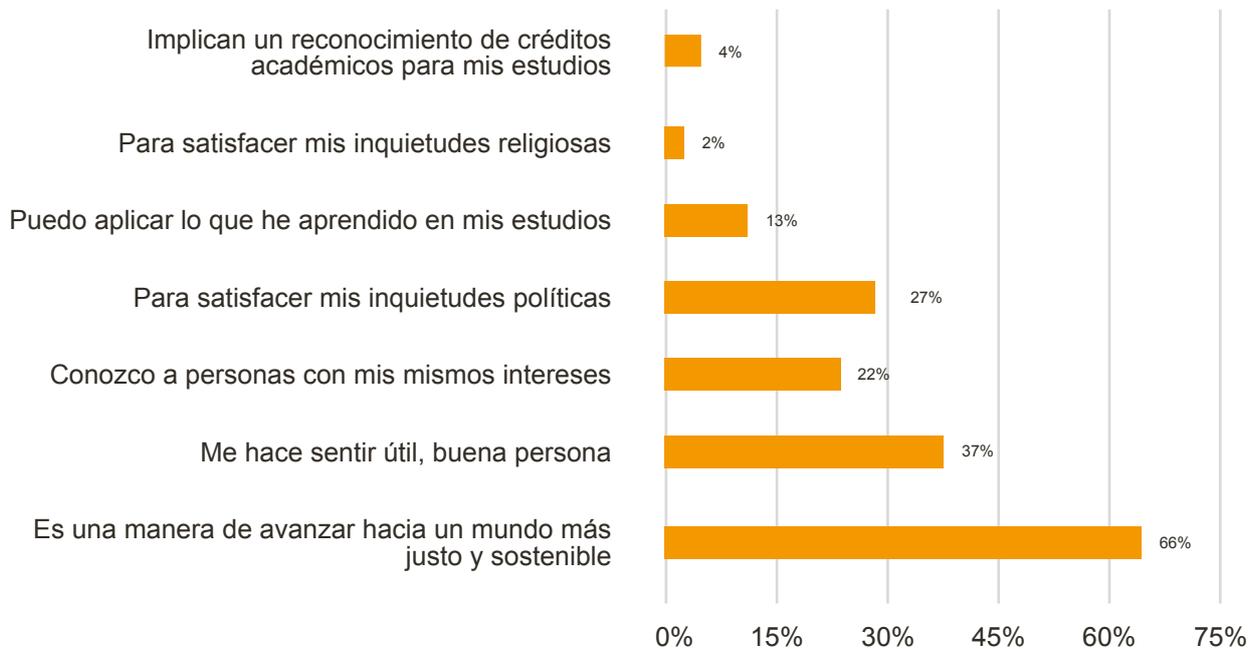
Pregunta N°14			
¿Podrías decirnos cuál de las siguientes razones explica mejor tu participación (en caso de haberla) en acciones políticas y/o sociales como las enlistadas anteriormente? Puedes marcar hasta 3.			
Contestan:	671	No contestan:	0

Pregunta N°15			
¿Podrías decirnos cuál de las siguientes razones explica mejor que NO hayas participado (en caso de no haberlo hecho) en acciones políticas como las enlistadas anteriormente? Puedes marcar hasta 3.			
Contestan:	671	No contestan:	0

Con estas dos preguntas se buscaba conocer, dadas las formas de movilización tratadas anteriormente, las razones que se alegaban tanto para llevar a cabo esa acción social como para no realizarla.

Vemos primero los resultados referentes a las razones para sí realizar acción social:

Gráfico 45. Distribución porcentual de razones para participar



Fuente: elaboración propia

Como se ve claramente, la razón más aludida a la hora de llevar a cabo la acción social era que “Es una manera de avanzar hacia un mundo más justo y sostenible” (la marcan dos de cada tres personas encuestadas).

Aunque con bastante diferencia, otras tres razones son alegadas con cierta frecuencia (las marca entre un 20 y un 40% de la muestra): “Me hace sentir útil, buena persona”, “Para satisfacer mis inquietudes políticas” y “Conozco a personas con mis mismos intereses”.

Finalmente, otras tres razones tienen mucho menos peso (las marcaba menos de un 15% de la muestra): “Puedo aplicar lo que he aprendido en mis estudios”, “Implican un reconocimiento de créditos académicos para mis estudios” y “Para satisfacer mis inquietudes religiosas”.

Por tanto, el alumnado de la UV alega que las principales motivaciones para su acción social tienen más que ver con la creencia y voluntad de transformación social positiva y menos con razones individuales o académicas.

En contraste, se analizan ahora las razones que se alegaban para no realizar acción social:

Gráfico 46. Distribución porcentual de razones para no participar



Fuente: elaboración propia

En este caso, la “Falta de tiempo” es la razón más aludida para explicar la falta de activismo. Casi la mitad de la muestra lo señalaba como factor de peso. La segunda razón más aludida es “No me lo he planteado nunca”, mencionada por algo más de un cuarto de la muestra. En un peldaño ligeramente inferior (señaladas por un 20% de las personas encuestadas) encontramos que “Los colectivos y asociaciones que conozco no me inspiran ni me generan confianza”, “Mi entorno no participa ni realiza acción social” y “No conozco ningún colectivo ni asociación donde llevar a cabo esta acción social”. Finalmente, poca gente afirma que “No sirve para nada, no va a cambiar nada” y prácticamente nadie aludía que “Creo que la sociedad está bien como está”.

Así, el factor principal de la falta de tiempo se combina con la falta de planteamiento al respecto y con un cierto desconocimiento y desconfianza hacia los colectivos y entornos donde se podría producir la participación social.

Opiniones sobre posibles cambios en las asociaciones, partidos, colectivos...

Pregunta N°16			
¿Qué debería cambiar en los colectivos, ONG, partidos o sindicatos para que participaras más en ellos?			
Contestan:	109	No contestan:	562

A diferencia del resto, esta pregunta era abierta. Su intención era explorar las recomendaciones y demandas que el alumnado de la UV puede tener al respecto de todo tipo de agrupaciones que sirven de plataforma para la acción social (ONGs, partidos, sindicatos, colectivos de base...). Con las respuestas a la anterior pregunta ya se comprueba que se trata de una cuestión relevante, ya que en torno a un 20% de la muestra alega tanto desconfianza como desconocimiento hacia estas agrupaciones. Si bien solo 109 personas la respondieron, es un número suficiente que permitió agrupar respuestas para identificar inductivamente categorías, con los resultados que se muestran en la siguiente gráfica⁹:

⁹ Los porcentajes que se muestran en la gráfica están contruidos sobre el total de la muestra (671) y no sobre el total de personas que responden a la pregunta.

Gráfico 47. Distribución porcentual de propuestas de cambio para motivar la participación



Fuente: elaboración propia

Dentro de la baja participación general en esta pregunta, destacan algunas opiniones con cierto peso entre la muestra.

El cambio que más se sugería era el “Mejorar la comunicación y concienciación sobre los temas que tratan”, con un 3,4% de la muestra sustentándolo. Así, bastantes personas hacían referencia a la conveniencia de una mayor difusión, sensibilización y publicidad por parte de estas organizaciones sobre sus objetivos y formas en las que se puede colaborar. Un ejemplo textual de estas opiniones es:

“Más publicidad, en el sentido de que la gente lo vea al alcance y sencillo, y así que se animen a asociarse.”

Esto está relacionado con el segundo cambio más sugerido, “Más transparencia” (2,4%). Aquí se hacía referencia a la sospecha de corrupción y, en el caso de ONGs y asociaciones, a la posibilidad de que el dinero de las contribuciones no llegue donde supuestamente debe llegar. Por tanto, se percibe como importante mostrar públicamente, de forma clara, las acciones y resultados de estas agrupaciones. Un ejemplo sería lo que menciona una persona encuestada:

“Transparència, honestedat i líders no corruptes.”

También tenía relevancia el cambio que podemos resumir como “No adoptar posiciones políticas “extremas” o relacionadas con partidos concretos” (2,1%). Esta posición la podemos explicar usando palabras textuales de una de las personas encuestadas:

“La mayoría de colectivos tanto de izquierdas como de derechas están muy radicalizados hacia lo suyo, me gustaría que no hubiera tanta radicalización y que hubiera pensamiento crítico para que la gente no se guiara únicamente por lo políticamente correcto.”

También se aludía a una necesidad de pragmatismo y de demostración de objetivos conseguidos (cosa que conectaba con la transparencia). Hemos resumido esas reivindicaciones en “Generar más confianza fijando objetivos realistas y demostrando que se consiguen” (1,8%). Un ejemplo sería la siguiente respuesta:

“Que realment foren rellevants per a les autoritats i generaren canvis reals en la societat.”

Por su parte, un 1,5% hacía referencia a la necesidad de “Estructuras más abiertas, participativas y horizontales”. Utilizamos también una cita textual para ejemplificar este ítem:

“Que no siguen tan tancats. Vaig tractar d'entrar al sindicat de la meua facultat i a les assemblees no es decidia res, ens informàven del que havien decidit en privat. Estava a diversos grups de treball i mai em deixaven participar, havia comunicació nul·la. No volien a gent nova, eren un grup de col·legues i això no em pareix correcte, és condescendent i gens emancipador. Condemnes al col·lectiu a tindre data de caducitat prematura.”

Con un peso menor, pero también digno de mención, encontramos las categorías de “Resultar más acogedores para gente que no ha participado antes”, “Más conexión con los intereses de la juventud”, “No obsesionarse con hacer muchas socias y no tener estrategias de captación tan invasivas” y “Menos asistencialismo (y más voluntad de transformación social)”. Este último ítem entraría en cierta contradicción con las voces que pedían un mayor pragmatismo y unos posicionamientos menos extremos para estas agrupaciones.

PI: 5.4. Criterios de consumo

Este bloque se centra en una forma concreta de acción social: el consumo. Se preguntaba aquí por la valoración de diferentes criterios a la hora de comprar productos y por la capacidad de distinguir los productos y servicios de comercio justo y consumo responsable de los que no lo son.

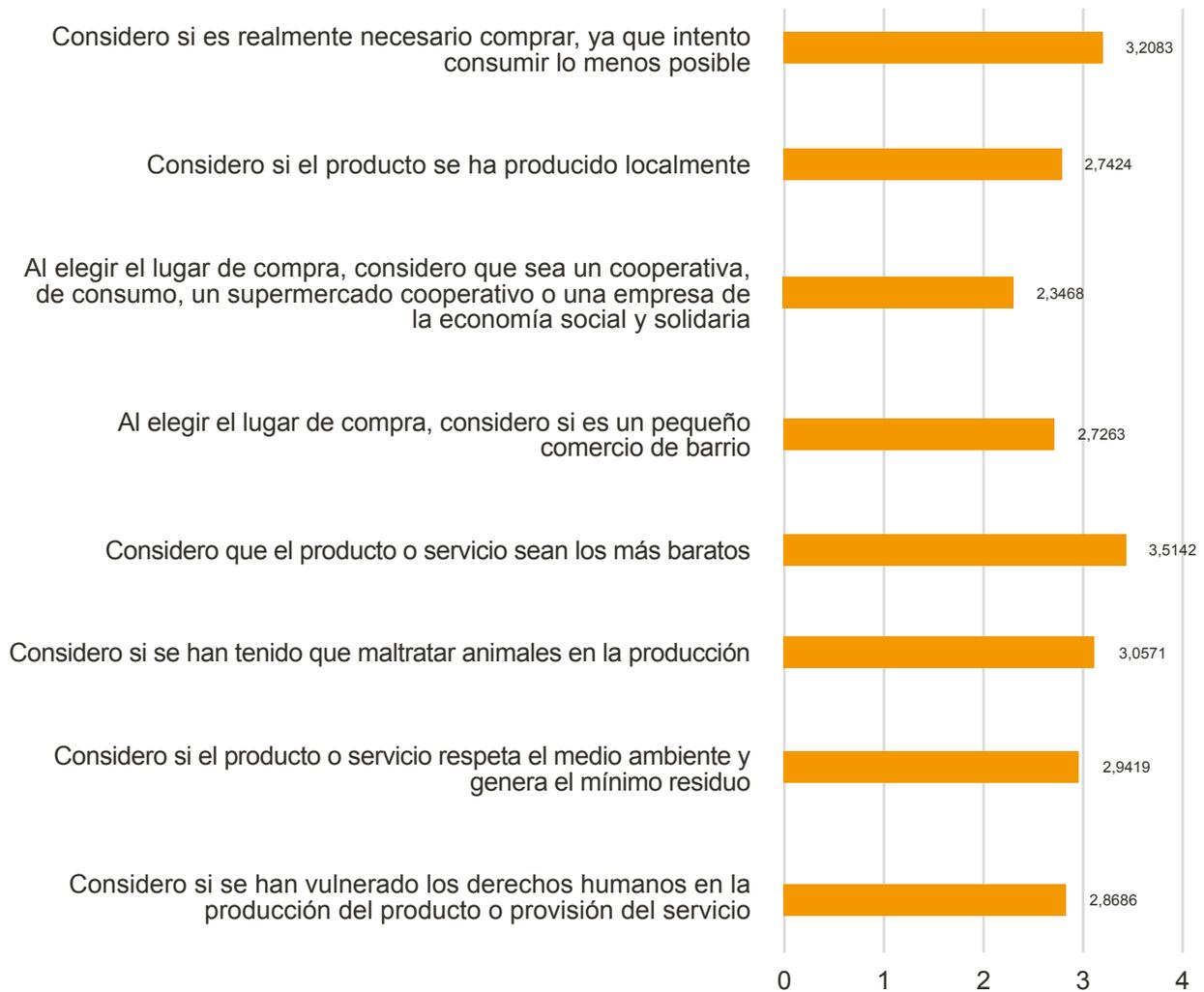
Valoración de criterios de consumo ético

Pregunta N°17			
Piensa en tus últimas compras, y valora del 0 al 5 (donde 0 es nada importante y 5 muy importante) los siguientes criterios que puedes haber empleado al adquirir productos y/o servicios.			
Contestan:	629	No contestan:	42

Esta pregunta presentaba una matriz con 8 posibles criterios de consumo, y se pedía que la persona encuestada valorara del 0 al 5 la importancia de cada uno de ellos considerando su experiencia y práctica reales y concretas.

Los resultados muestran cierta uniformidad con todos los criterios valorados entre el "medianamente importante" y el "bastante importante".

Gráfico 48. Valoración de criterios de consumo



Fuente: elaboración propia

El criterio más valorado de los expuestos es “Considero que el producto o servicio sean los más baratos”, con un 3,5 de puntuación. Así, parecería que el alumnado de la UV suele anteponer, como criterio más relevante, el precio de los productos y servicios que consume a factores de tipo ético o político.

El segundo criterio más valorado (3,2) es el de “Considero si es realmente necesario comprar, ya que intento consumir lo menos posible”. Este criterio puede entenderse tanto como concienciación crítica sobre el sobreconsumo como medida de ahorro económico individual, y por tanto estar relacionado con el criterio mencionado anteriormente.

Entrando en los criterios de tipo más indiscutiblemente ético y político encontramos en primer lugar el de que "Considero si se han tenido que maltratar animales en la producción" (3,1). Un poco por detrás en puntuación, "Considero si el producto o servicio respeta el medio ambiente y genera el mínimo residuo" y "Considero si se han vulnerado los derechos humanos en la producción del producto o provisión del servicio" (ambos con 2,9). Ligeramente con menor relevancia (puntuaciones de 2,7) encontramos dos criterios que hacen referencia a la proximidad: "Considero si el producto se ha producido localmente", y "Al elegir el lugar de compra, considero si es un pequeño comercio de barrio".

Finalmente, el criterio menos valorado de los propuestos es "Al elegir el lugar de compra, considero que sea una cooperativa de consumo, un supermercado cooperativo o una empresa de la economía social y solidaria" (2,3).

Resumidamente, se puede afirmar que, a la hora de consumir, el alumnado de la UV prioriza los criterios económicos. Sin embargo, también da importancia al impacto ambiental y bienestar animal y, en menor medida pero también de forma relevante, al cumplimiento de los derechos humanos y al nivel de proximidad del producto. Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos los valores medios de cada acción.

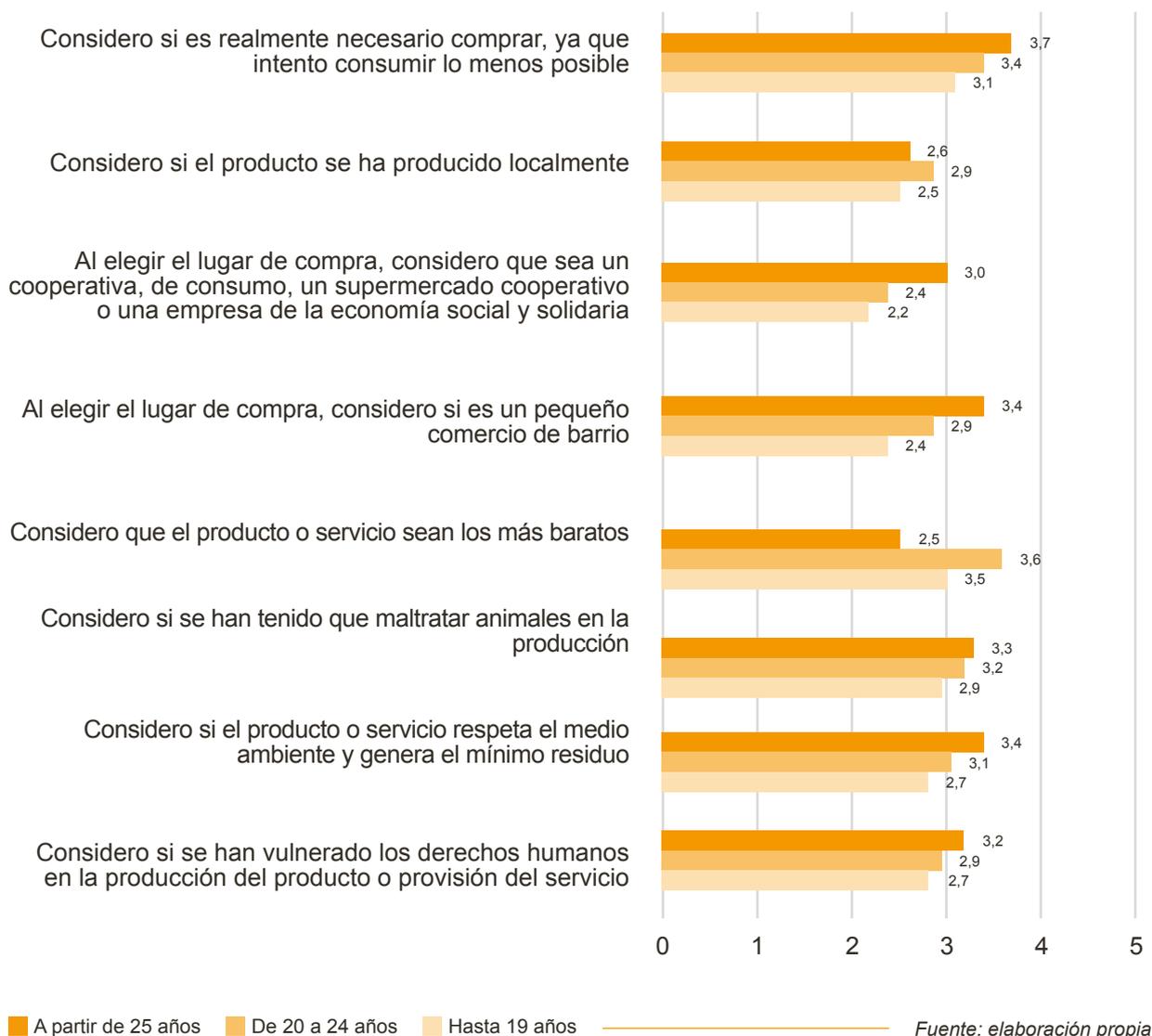
En cuanto a género, resulta destacable que las mujeres dan más importancia a todos los criterios aludidos. Estas diferencias de importancia dependen de cada ítem. En concreto, es particularmente apreciable la diferencia en el criterio referente al maltrato de animales, que las mujeres valoran con más de un punto por encima de los hombres.

Gráfico 49. Valoración de criterios de consumo según género



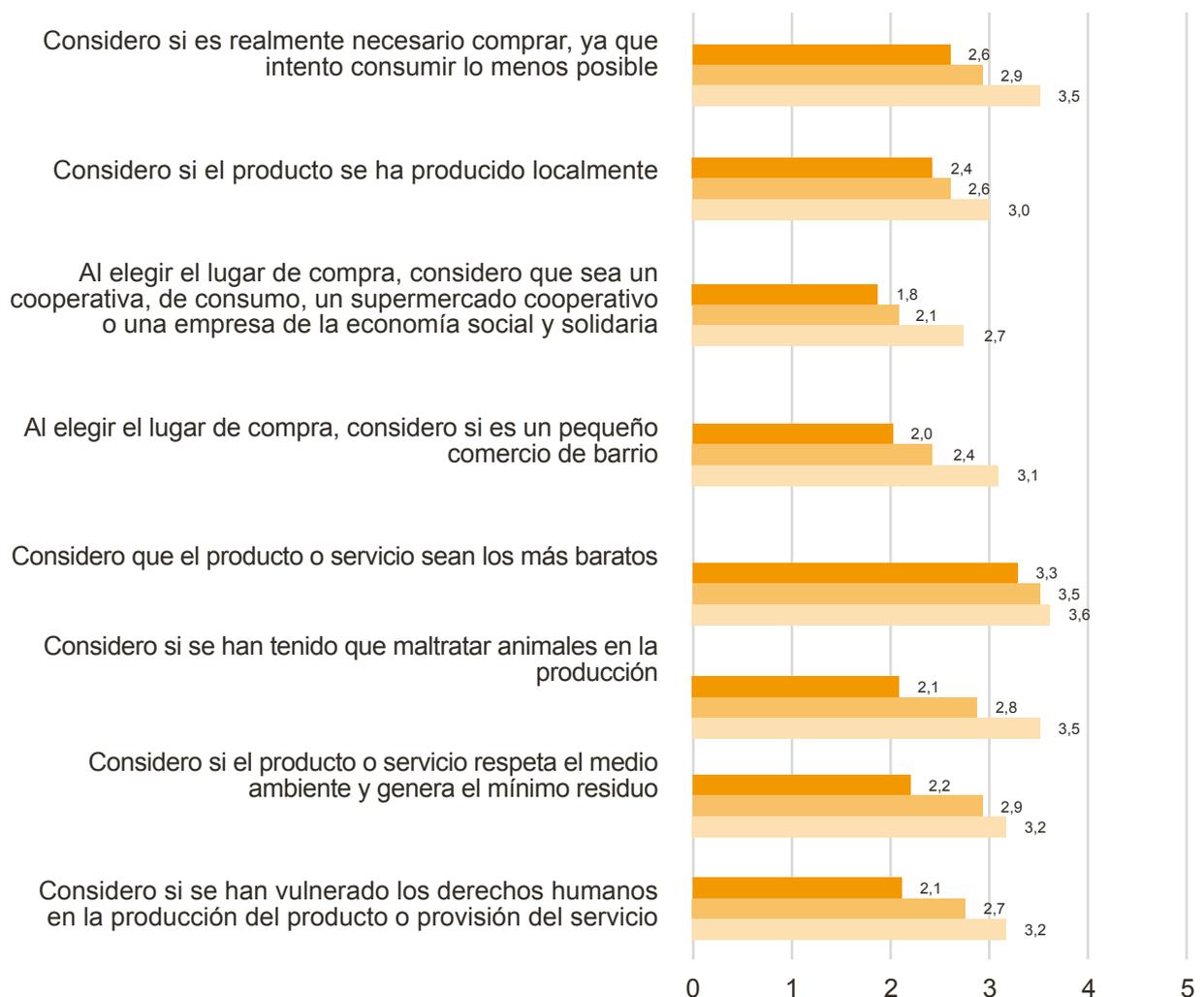
En lo referente a la edad, encontramos una mayor valoración de casi todos los criterios según mayor es la edad. El grupo de mayores de 25 es el que más en cuenta tienen los diferentes criterios éticos, y el grupo de menores de 20, el que menos. Hay solo dos excepciones: en primer lugar, el consumo de producto local importa más al grupo de 20 a 24 años. En segundo lugar, los más jóvenes dan más importancia a que los productos sean más baratos, lo cual en realidad también refuerza la evidencia de que el grupo de más edad da más relevancia a los criterios de consumo éticos, por encima de los económicos.

Gráfico 50. Valoración de criterios de consumo según edad



En el caso del posicionamiento político, la tendencia está muy marcada. Las personas que se consideran “de izquierdas” valoran más la importancia de absolutamente todos los criterios. En algunos casos con poca diferencia respecto a personas que se consideran “de centro” o “de derechas” (como en el caso de elegir el producto más barato) y en otros con una diferencia más abultada (como en referencia a la producción local y de economía social, o a la valoración de los derechos humanos y el bienestar animal en la producción). Las personas “de centro” dan siempre valoraciones intermedias.

Gráfico 51. Valoración de criterios de consumo según posicionamiento político



■ Derecha ■ Centro ■ Izquierda

Fuente: elaboración propia

Como se verá en el apartado 6, según la variable “rama de estudios” no se observan diferencias significativas a la hora de primar unos criterios u otros a la hora de consumir. Únicamente, se observa que en el estudiantado de Arquitectura e Ingeniería se da una menor importancia a los criterios de consumo relacionados con priorizar el pequeño comercio y las cooperativas de consumo.

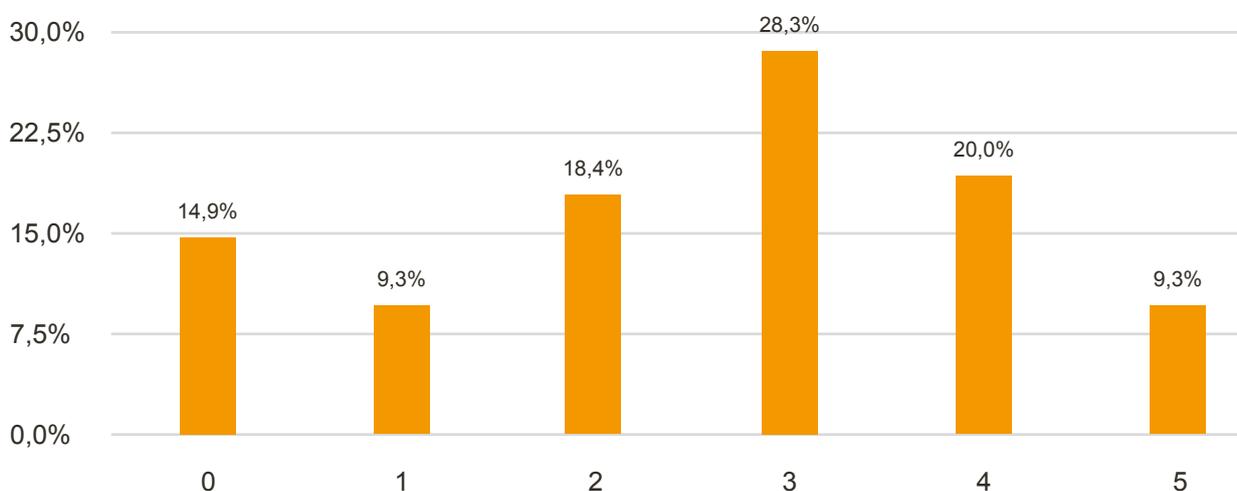
Finalmente, en cuanto a la clase social autopercebida, el análisis inferencial nos mostrará también la relación estadísticamente significativa entre autoperibirse como clase baja y valorar más positivamente que el comercio sea pequeño, de proximidad o una cooperativa de consumo a la hora de comprar.

Capacidad de identificar productos y servicios éticos

Pregunta N°18			
¿Sabes identificar cuándo un producto se puede considerar de comercio justo/ consumo responsable?			
Contestan:	626	No contestan:	45

Con esta pregunta se quería complementar la anterior, centrándonos ahora en la capacidad de distinguir si un producto reúne criterios para ser considerado como de comercio justo y consumo responsable. Como vemos, las respuestas son bastante variadas, aunque la mayoría se agrupa en valores intermedios:

Gráfico 52. Distribución porcentual de capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable



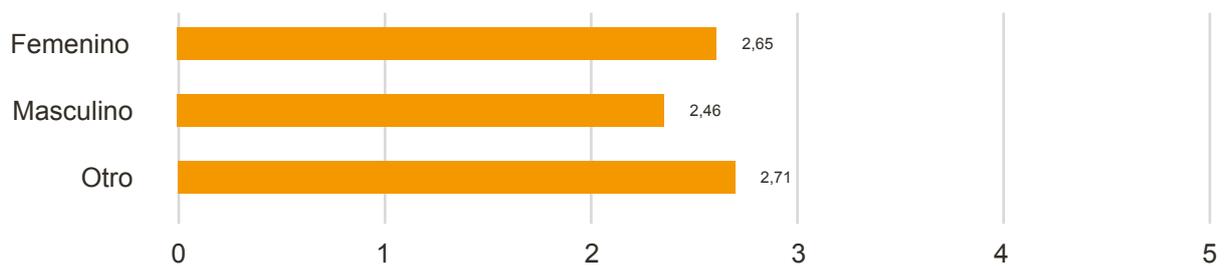
Fuente: elaboración propia

Como muestra el gráfico, un 24% de la muestra reflejaría una nula o muy baja (respuestas de 0 y 1) capacidad de identificación de este tipo de productos. Un 47% marcarían un nivel de conocimiento intermedio (respuestas de 2 y 3). Y un 29% afirmarían tener una capacidad alta de identificación (respuestas de 4 y 5).

La media refleja una puntuación muy central, de 2,6. Esta media, sin embargo, oculta, la relevancia de los valores extremos. Por tanto, podemos resumir estos resultados diciendo que el alumnado de la UV muestra muy diferentes niveles de capacidad de identificación de productos de comercio justo/responsable, y solo una limitada mayoría muestra un conocimiento intermedio sobre el tema. Para cruzar estos resultados con otras variables, utilizaremos la mencionada media.

En cuanto a género, encontramos que las mujeres (y las personas que no se califican como hombre o mujer) muestran capacidad ligeramente mayor de identificación que los hombres:

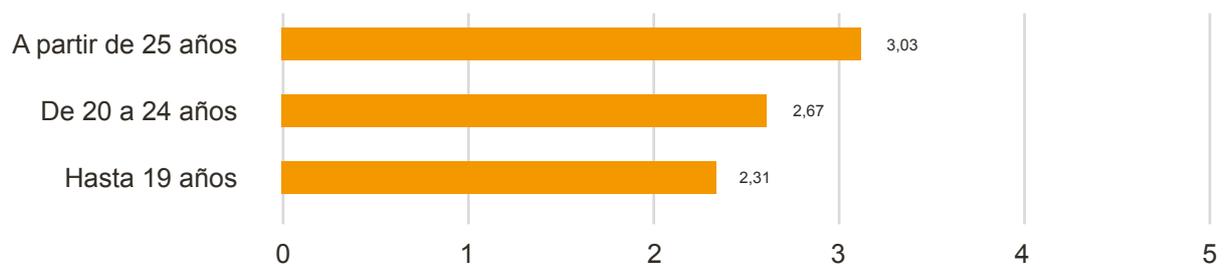
Gráfico 53. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según género



Fuente: elaboración propia

Según edad, las diferencias son más marcadas. A mayor es la edad, mayor es la capacidad de identificación de productos éticos que se refleja en las respuestas:

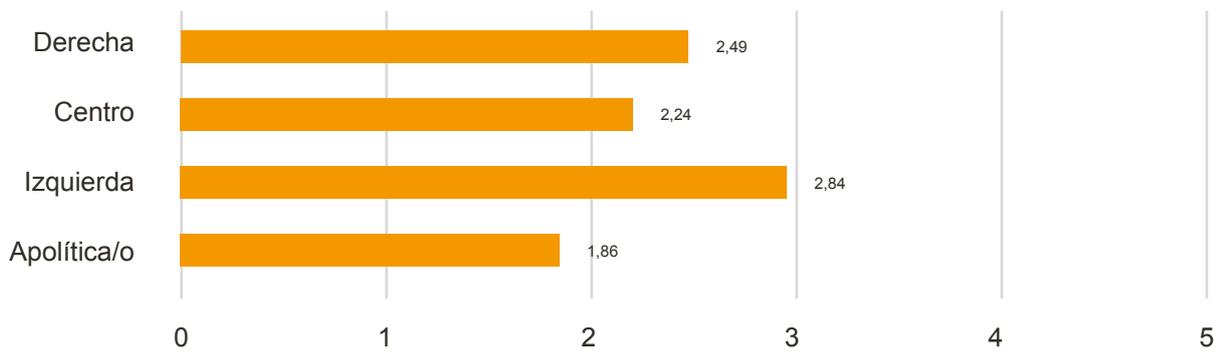
Gráfico 54. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según edad



Fuente: elaboración propia

En referencia al posicionamiento político, las personas “de izquierdas” reflejan más capacidad de identificación. Las “de derechas” se sitúan muy cercanas a la media general. Las “de centro” y, sobre todo, las apolíticas, mostrarían una capacidad de identificación más baja:

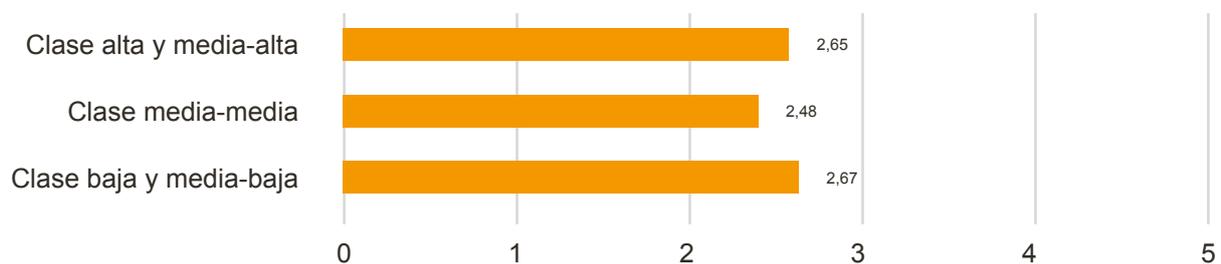
Gráfico 55. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según posicionamiento político



Fuente: elaboración propia

Según clase, las diferencias son escasas, con una puntuación un poco por encima de la media de las clases más altas y más bajas, y una menor puntuación de la clase media-media:

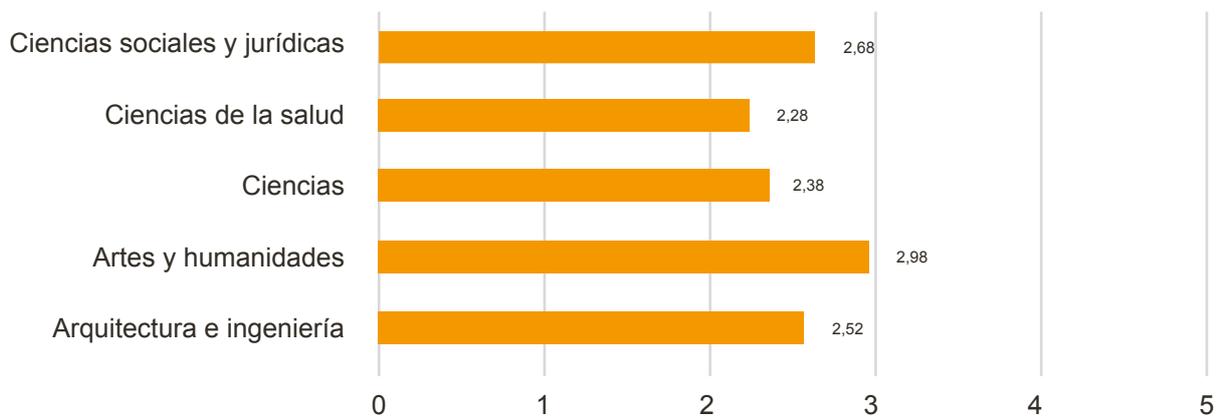
Gráfico 56. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según clase social autopercibida



Fuente: elaboración propia

Finalmente, en referencia a la rama de estudios, el alumnado de Artes y Humanidades y el de Ciencias Sociales y Jurídicas estaría ligeramente por encima de la media. Arquitectura e Ingeniería mostrarían un valor muy próximo a la media global, y tanto Ciencias como, sobre todo, Ciencias de la Salud, afirmarían tener menos capacidad de identificación de productos de comercio justo y consumo responsable.

Gráfico 57. Capacidad de identificar productos de comercio justo/responsable según rama de estudios



Fuente: elaboración propia

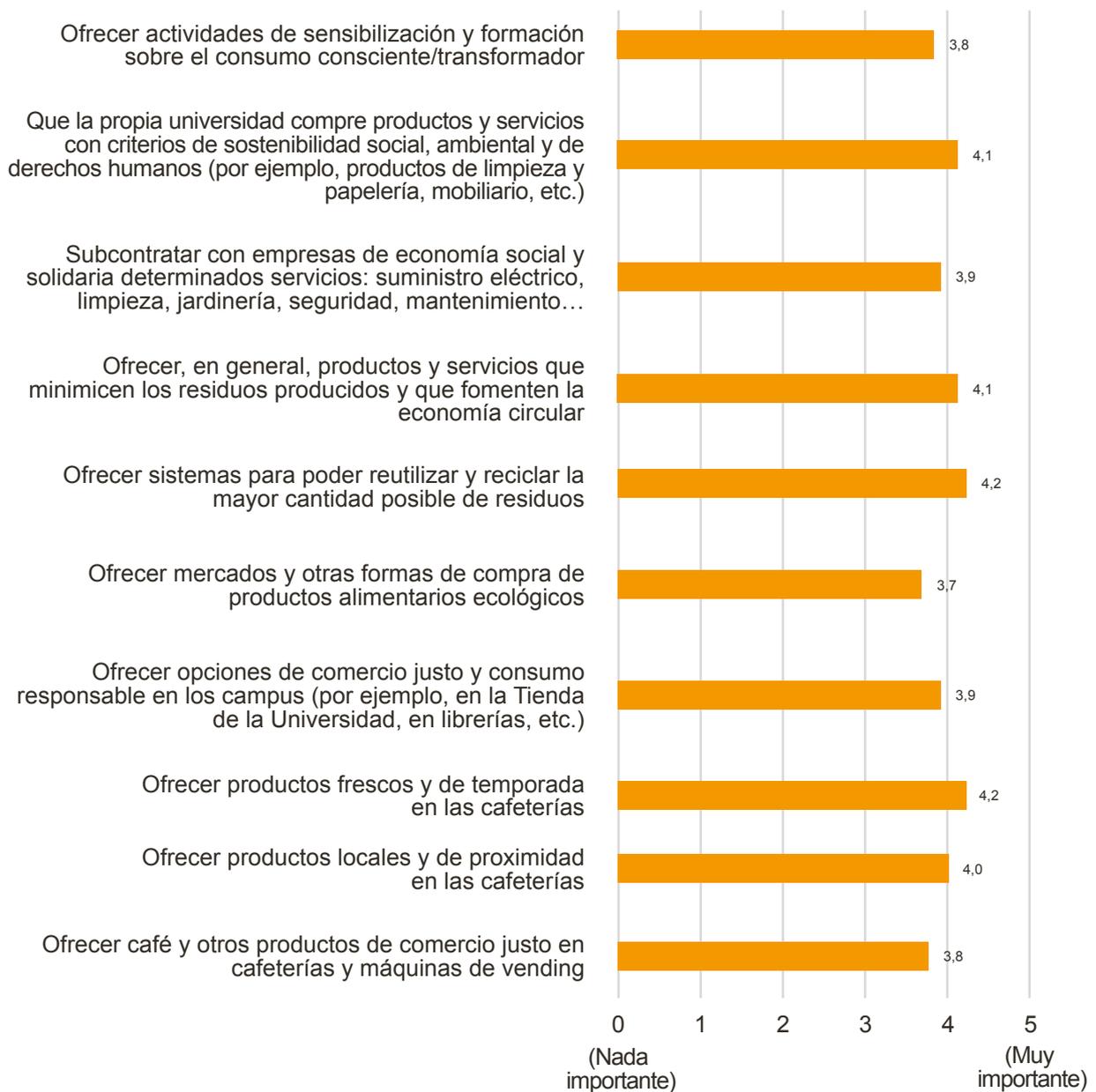
PI: 5.5. Opiniones sobre opciones comercio justo y consumo responsable en la UV

Este último bloque recoge solo la pregunta final de la encuesta, referente a la valoración de 10 iniciativas relacionadas con el consumo ético y responsable que podrían implementarse o están siendo implementadas en la UV.

Pregunta N°19			
Valora del 0 al 5 (donde 0 es nada importante y 5 muy importante) la importancia que le das a que la UV ofrezca estos productos o servicios en sus campus			
Contestan:	602	No contestan:	69

Los resultados muestran bastante homogeneidad, ya que todas las iniciativas se consideran deseables en un grado bastante elevado, con diferencias no muy grandes entre las mismas (todas están entre 3,8 y 4,2):

Gráfico 58. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV



Fuente: elaboración propia

Las puntuaciones más altas (medias de 4,2) las obtienen “Ofrecer sistemas para poder reutilizar y reciclar la mayor cantidad posible de residuos” y “Ofrecer productos frescos y de temporada en las cafeterías”.

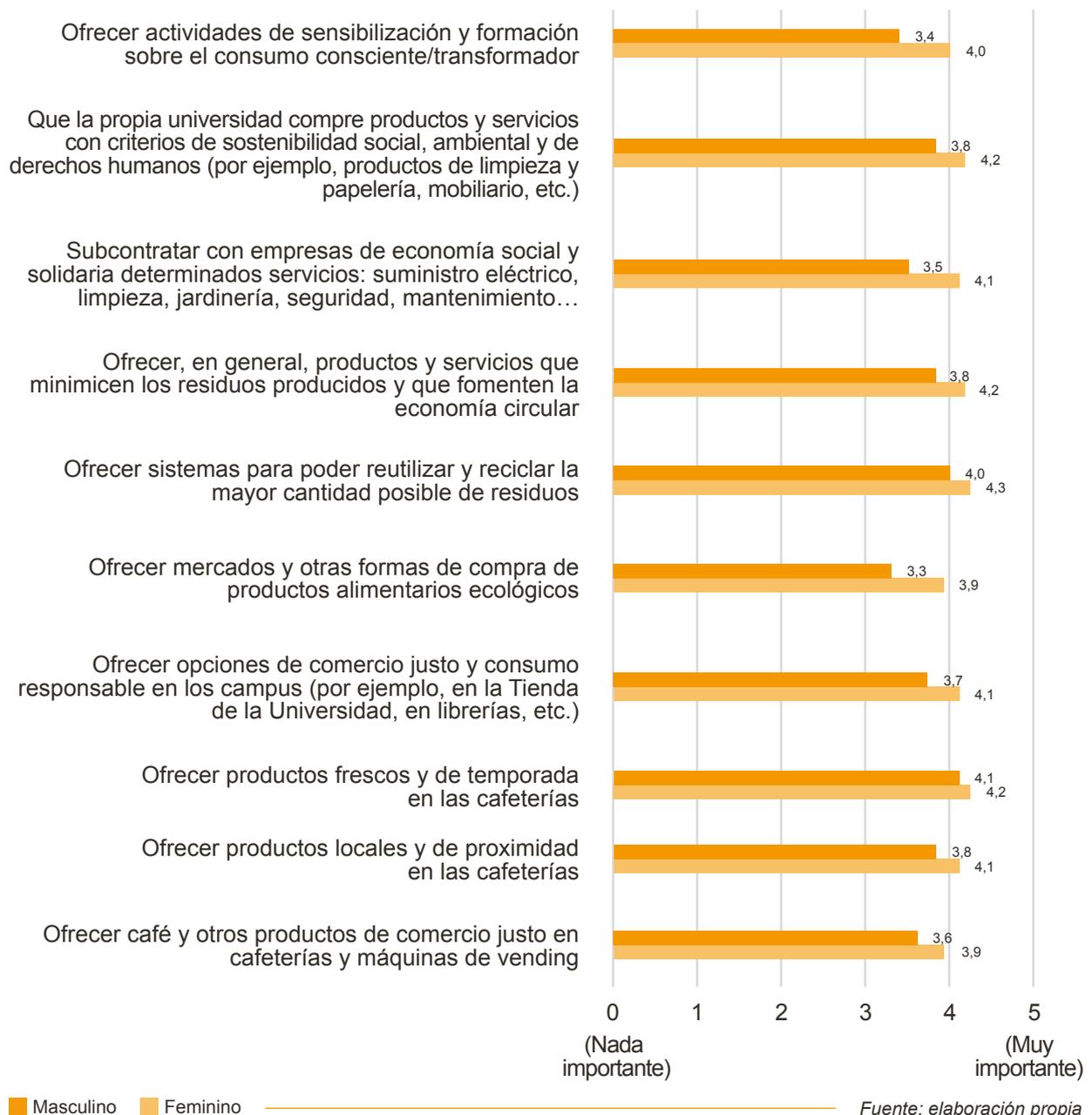
Un poco por debajo en aceptación (medias de 4,1), se situaban “Ofrecer, en general, productos y servicios que minimicen los residuos producidos y que fomenten la economía circular” y “Que la propia universidad compre productos y servicios con criterios de sostenibilidad social, ambiental y de derechos humanos (por ejemplo, productos de limpieza y papelería, mobiliario, etc.)”.

Ligeramente por debajo tenemos el “Ofrecer productos locales y de proximidad en las cafeterías” (4), “Ofrecer opciones de comercio justo y consumo responsable en los campus (por ejemplo, en la Tienda de la Universidad, en librerías, etc.)”, (3,9) y “Subcontratar con empresas de economía social y solidaria determinados servicios: suministro eléctrico, limpieza, jardinería, seguridad, mantenimiento...” (3,9).

Finalmente, las iniciativas algo menos valoradas, si bien también con valoraciones también altas y cercanas a las de las otras iniciativas, son: “Ofrecer café y otros productos de comercio justo en cafeterías y máquinas de vending” (3,8), “Ofrecer actividades de sensibilización y formación sobre el consumo consciente/transformador” (3,8) y “Ofrecer mercados y otras formas de compra de productos alimentarios ecológicos” (3,7). Para cruzar estos resultados con otras variables usaremos los valores medios de cada ítem.

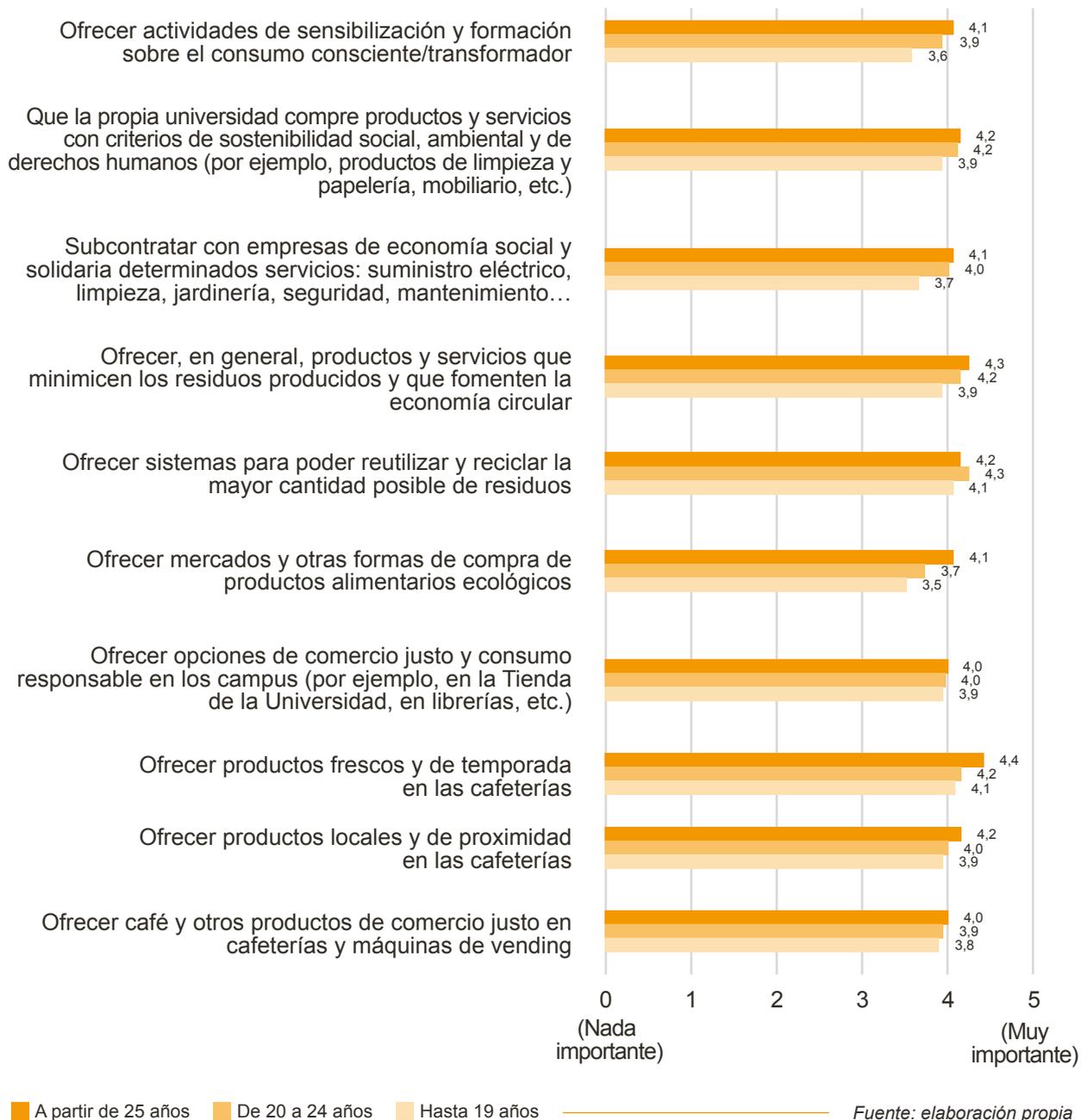
En cuanto a género, es patente que las mujeres valoran como más importantes absolutamente todas las iniciativas expuestas. Las diferencias son moderadas pero relevantes:

Gráfico 59. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según género



Por edad, nos encontramos la misma realidad que ofrecen otras variables de la encuesta: el grupo de mayores de 25 años valora más todas las iniciativas (a excepción de los sistemas de reciclaje) y el grupo más joven es el que menos las valora:

Gráfico 60. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según edad



Por su parte, las diferencias por rama de estudios son escasas. El alumnado de Arquitectura e Ingeniería suele valorar todas las acciones ligeramente por debajo de otras ramas, pero con diferencias poco sustanciales (excepto con el reciclaje y las actividades de sensibilización, donde la diferencia es más marcada).

Destaca por otra parte la valoración del alumnado de Ciencias de la Salud con respecto a los productos de comercio justo en máquinas y cafeterías, así como con las actividades de sensibilización. Por su parte, el alumnado de Artes y Humanidades estaría especialmente interesado en los productos de bajo residuo y las compras éticas por parte de la UV como institución.

Gráfico 61. Nivel de importancia respecto a ofrecer productos y servicios en la UV según rama de estudios



Estas relaciones se abordan a través del análisis inferencial en el apartado siguiente.

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

ANÁLISIS INFERENCIAL



En este apartado se analizan las asociaciones entre variables que pueden ser de interés para el desarrollo de políticas y acciones. En esta línea, se completa la información del anterior apartado en dos sentidos: por un lado, se verifica existencia de relaciones estadísticamente significativas que sugería la exploración previa de los datos a través del análisis descriptivo. Por otro lado, se identifican otro tipo de relaciones que pueden ser de relevancia. La estrategia metodológica general se ha ya expuesto en el apartado 4.6, mientras que en esta sección se introduce solo alguna información complementaria sobre la metodología cuando se considera oportuno, en notas al pie.

PI: 6.1. Inferencias sobre causas y frecuencias de acción social

En esta sección se analizan las relaciones entre las variables de “causas” y de “frecuencias” de acción social con otras variables nominales que caracterizan la muestra: género, rama de estudios y clase social autopercebida. Para ello se realizó una prueba Chi² para relacionar las diferentes variables nominales que aparecen en las columnas de las siguientes tablas.

En primer lugar, se muestra el análisis de relaciones entre causas y otras variables nominales:

Tabla 1. Relación entre causas y variables sociodemográficas

De las siguientes causas, ¿cuáles te movilizan más?	Género	Rama de estudios	Clase social autopercibida
Servicios públicos (sanidad, educación...)	7,796	14,505**	12,183*
Derechos humanos	12,599**	5,929	1,082
Feminismos	83,95**	27,609**	6,469
Defensa de la familia tradicional	2,12	2,571	4,319
Pro-vida	6,743**	4,269	17,748**
Ecologismo y medio ambiente	0,963	14,550**	2,088
Vegetarianismo/veganismo	1,797	2,018	7,436
Derechos LGTBIQ+	11,929**	5,982	2,526
Erradicación de la pobreza	9,378**	5,958	1,979
Religión	2,488	3,942	6,468
Condiciones laborales	1,306	2,685	4,537
Participación democrática	6,595**	4,101	0,640
Valencianismo/catalanismo	9,54**	23,075**	5,942
Españolismo	7,882**	2,395	12,012*
Antifascismo	1,298	7,038	5,296
Anti-impuestos y defensa del libre mercado	24,141**	5,293	31,813**
Defensa de la caza	2,646	6,937	20,010**
Defensa de la tauromaquia	0,133	3,624	13,374**
Defensa de una vivienda digna	0,465	3,958	1,700
Pensiones	0,957	4,405	3,891
Antirracismo	0,063	6,210	1,429
Animalismo/Antiespecismo	0,068	6,685	10,115
Justicia económica/economía social y solidaria	0,522	11,165*	1,310
Pacifismo	6,460*	12,614*	2,229

Se muestra el valor de Chi-cuadrado

*p < 0,05; **p < 0,01

Fuente: elaboración propia

Los resultados ofrecen las siguientes evidencias, que confirman lo explorado en el análisis descriptivo: en primer lugar, la variable género mantiene una asociación estadísticamente significativa con casi la mitad de las causas ofrecidas como respuestas - esto es, sentirse hombre o mujer se relaciona en las preferencias de acción social del alumnado. Donde mayor relación existe es, con gran diferencia en la causa de "feminismos (las mujeres están mucho más interesadas en el tema, como se vio), pero también hay diferencias destacables en "anti-impuestos y defensa del mercado" (las mujeres están mucho menos interesadas que los hombres). A continuación, la correlación más fuerte entre género y temas de interés se da para "derechos humanos" y "derechos LGTBIQ+".

En segundo lugar, si atendemos a la rama de estudios, se observa que esta variable se asocia a su vez con diversas causas, especialmente en la predilección por "feminismos", "valencianismo/catalanismo" y "ecologismo/medio ambiente".

En tercer lugar, la clase social autopercebida también mantiene una relación significativa con todas las opciones presentadas. Sin embargo, es interesante resaltar que entre las opciones con mayor índice se encuentran "anti-impuestos y defensa del mercado", "Defensa de la caza" y "pro-vida" (que se asocian a clases autopercebidas como altas, como se vio).

Se muestra a continuación el análisis de relaciones entre los ítems de "participación en distintas formas de acción social" y otras variables nominales:

Tabla 2. Relación entre formas de participación y variables sociodemográficas

Existen diversas formas de participación en acciones sociales y políticas que la gente puede llevar a cabo. Por favor, indica la frecuencia con la que realizas cada una de ellas.	Género	Rama de estudios	Clase social autopercebida
Asistir u organizar una manifestación o concentración	33,095**	39,451**	39,009**
Comprar o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente	19,241**	34,811**	48,196**
Compartir información de tipo político en las redes sociales	26,879**	52,290**	40,973**
Firmar una petición	4,660	26,876	37,532*
Entregar o recaudar dinero para alguna causa social o política	19,011**	18,749	25,360
Votar en elecciones	15,509**	15,940	40,424**
Estar afiliada/o a un partido político o sindicato fuera de la universidad	9,063	26,402	54,378**
Participar activamente en una ONG o asociación fuera de la universidad	20,141**	42,956**	26,595
Participar de algún colectivo, asamblea de barrio o proyecto político autogestionado	15,521**	43,007**	29,595
Participar de un sindicato o asociación de la universidad	8,611	33,953*	52,834**
Elegir asignaturas en la universidad relacionadas con los problemas que me interesan	30,430**	59,179**	29,162
Realizar formación al margen de los currículums oficiales, sobre los temas que me interesan	6,691	28,926	40,131**

Se muestra el valor de Chi-cuadrado

*p < 0,05; **p < 0,01

Fuente: elaboración propia

Los resultados ofrecen las siguientes evidencias, que confirman algunas de las cuestiones identificadas en el análisis descriptivo:

En primer lugar, la variable género muestra una relación significativa con la frecuencia de participación en distintas acciones, especialmente el “Elegir asignaturas en la universidad”, “Asistir a manifestaciones o concentraciones” o “Compartir información de tipo político en redes sociales”. En todos los casos, como vimos, las mujeres realizan estas acciones con más frecuencia.

En segundo lugar, existe una relación estadísticamente significativa en general fuerte entre la frecuencia de participación y las ramas de estudios, particularmente para cuestiones como las ya mencionadas de “Compartir información de tipo político en redes sociales” o “Elegir asignaturas en la universidad”.

En tercer lugar, también la clase autopercebida está asociada de forma significativa con la frecuencia de participación en los distintos tipos de acciones, aunque en este caso se trata de otras como “Comprar o dejar de comprar ciertos productos por razones políticas” o “Estar afiliada/o a un partido político o sindicato fuera de la universidad”.

PI: 6.2. Inferencias sobre causas y frecuencias de acción social

En los resultados del análisis descriptivo sobre criterios de consumo ético se destacaban, entre otras cosas, que las mujeres los valoraban más positivamente que los hombres, con una diferencia destacada en el criterio concreto relacionado con el maltrato de animales. También en lo relacionado con la capacidad de identificar productos de comercio justo o responsable, o con las opiniones relativas al consumo ético el género parecía tener importancia. Para explorar con más detalle en estas relaciones, se muestra a continuación el análisis¹⁰ de relaciones entre los ítems relacionados con los criterios de consumo y el género:

¹⁰ Antes de realizar el análisis inferencial, se comprobó la existencia de valores extremos, así como los supuestos de Normalidad (mediante la prueba Kolgomorov-Smirnov) y la Homocedasticidad (mediante el test de Levene). En el caso de incumplimiento de alguno de los supuestos se procedió a utilizar pruebas no paramétricas. En cuanto al análisis inferencial, para analizar las diferencias entre grupos se utilizó un una T de Student de medidas independientes con los factores entre sujetos presentados en las siguientes tablas (con las categorías que se indican en las columnas, y eliminando aquellas que no presentaban un tamaño muestral suficiente para el análisis). Como variables dependientes se utilizan las detalladas en las filas. El error se estableció en el 5% ($p \leq 0.05$) y la potencia en 0,8. De tal forma, todos los análisis relacionados con la variable género se realizaron a través de esta misma prueba.

Tabla 3. Resultados de los criterios de consumo ético según género¹¹

Piensa en tus últimas compras, y valora del 0 al 5 (donde 0 es nada importante y 5 muy importante) los siguientes criterios que puedes haber empleado al adquirir productos y/o servicios:	Género	
	Femenino	Masculino
Considero si se han vulnerado los derechos humanos en la producción del producto o provisión del servicio	3,03 (1,34)*	2,58 (1,56)
Considero si el producto o servicio respeta el medio ambiente y genera el mínimo residuo	3,08 (1,27)*	2,69 (1,53)
Considero si se han tenido que maltratar animales en la producción	3,45 (1,45)*	2,33 (1,61)
Considero que el producto o servicio sean los más baratos	3,58 (1,09)*	3,41 (1,31)
Al elegir el lugar de compra, considero si es un pequeño comercio de barrio	2,86 (1,40)*	2,48 (1,54)
Al elegir el lugar de compra, considero que sea una cooperativa, de consumo, un supermercado cooperativo o una empresa de la economía social y solidaria	2,50 (1,36)	2,09 (1,56)
Considero si el producto se ha producido localmente	2,80 (1,39)	2,62 (1,64)
Considero si es realmente necesario comprar, ya que intento consumir lo menos posible	3,25 (1,40)	3,11 (1,54)

Fuente: elaboración propia

De los 8 ítems que se proponen como criterios de importancia a la hora de ejercer un consumo ético, 5 son los que presentan mayores diferencias, siendo estas estadísticamente significativas ($p < 0,05$) en función de género. Específicamente, las mujeres le dan mayor importancia a los siguientes: consideración de que el producto no haya vulnerado los derechos humanos (0,45 puntos de diferencia); que haya sido respetuoso con el medio ambiente (0,39 puntos de diferencia); que no haya sido realizado mediante maltrato animal (1,12 puntos de diferencia); que sea barato (1,17 puntos de diferencia); y que su lugar de compra sea pequeño comercio (0,38 puntos de diferencia).

¹¹ Se indica la media (desviación estándar) * $p < 0,05$.

Respecto a las diferencias según ramas de estudio, la prueba estadística¹² ratifica que en general no existen diferencias estadísticamente significativas a la hora de primar unos criterios u otros a la hora de consumir. Como único aspecto significativo se observa que el estudiantado de la rama de Arquitectura e Ingeniería da menos importancia a los criterios de consumo que tienen en cuenta la compra en el pequeño comercio y en cooperativas de consumo.

Tabla 4. Resultados de los criterios de consumo ético según rama de estudios¹³

Piensa en tus últimas compras y valora los siguientes criterios	Rama de estudios				
	CC Salud	Arquitectura e ingeniería	CC Sociales y jurídicas	Artes y humanidades	Ciencias
Vulneración de derechos Humanos	2,89 (1,26)	2,72 (1,13)	2,93 (1,484)	2,72 (1,40)	2,87 (1,54)
Respeto medio ambiente	2,79 (1,29)	2,78 (1,35)	2,97 (1,32)	2,75 (1,354)	3,17 (1,42)
Se han maltratado animales	3,06 (1,52)	2,67 (1,65)	3,19 (1,58)	3,28 (1,55)	2,92 (1,64)
Servicios más baratos	3,54 (1,21)	3,50 (1,76)	3,52 (1,11)	3,75 (,98)	3,44 (1,11)
Pequeño comercio de barrio	2,57 (1,40)	1,78 (1,40) *	2,91 (1,36)	3,25 (1,17)	2,68 (1,55)
Cooperativa de consumo	2,23 (1,37)	1,61 (1,20) *	2,46 (1,34)	2,98 (1,31)	2,43 (1,55)
Producido localmente	2,72 (1,40)	2,39 (1,61)	2,78 (1,45)	3,22 (1,37)	2,94 (1,57)
Producido localmente	2,98 (1,57)	2,89 (1,78)	3,18 (1,38)	3,45 (1,24)	3,53 (1,41)

Fuente: elaboración propia

¹²En cuanto al análisis inferencial, se utilizó una ANOVA de un factor entresujetos, con el factor entre sujeto "rama de estudios" (CC Salud, Arquitectura e ingeniería, CC Sociales y jurídicas, Artes y humanidades, Ciencias) y las variables dependientes que se muestran en las filas de la siguiente tabla. A continuación, se realizaron las pruebas post-hoc con ajuste de Bonferroni. El error tipo I se estableció en el 5% ($p \leq 0.05$) y la potencia en 0,8. De tal forma, todos los análisis relacionados con la variable rama de estudios y clase social autopercebida se realizaron a través de esta misma prueba. Además, para hacer las tablas relativas a criterios de consumo ético siguientes más operativas se han recategorizado los criterios reduciendo el número de palabras.

¹³Se indica la media (desviación estándar)

* $p < 0.05$ entre Arquitectura e ingeniería, y CC Sociales y jurídicas

¥ $p < 0.05$ entre Arquitectura e ingeniería, y Artes y humanidades

Para los resultados de los criterios de consumo según clase social autopercebida, la tabla 5 evidencia que existen diferencias estadísticamente significativas entre el hecho de considerarse de clase baja y y el considerar criterios como que el comercio sea pequeño o que se trata de una cooperativa de consumo a la hora de comprar, siendo menor en estas últimas.

Tabla 5. Resultados de los criterios de consumo ético según clase social autopercebida¹⁴

Piensa en tus últimas compras y valora los siguientes criterios	Clase social autopercebida			
	Baja	Media-Baja	Media-Media	Media-Alta
Vulneración de derechos Humanos	3,41 (,31)	2,90 (,12)	2,89 (,09)	2,69 (,17)
Respeto medio ambiente	3,64 (,29)	3,02 (,12)	2,87 (,08)	2,96 (,16)
Se han maltratado animales	3,36 (,34)	3,23 (,14)	3,02 (,10)	3,01 (,19)
Servicios más baratos	3,41 (,24)	3,59 (,10)	3,58 (,07)	3,31 (,14)
Pequeño comercio de barrio	3,73 (,30)**	2,82 (,12)	2,75 (,09)	2,59 (,17)
Cooperativa de consumo	3,46 (,30)**	2,52 (,12)	2,31 (,09)	2,36 (,17)
Producido localmente	3,82 (,31)	2,80 (,13)	2,78 (,09)	2,73 (,17)
Producido localmente	3,96 (,30)	3,31 (,12)	3,17 (,09)	3,11 (,17)

Fuente: elaboración propia

¹⁴ Se indica la media (desviación estándar)

*p < 0.05 entre Baja y Media-Baja

¥p < 0.05 entre Baja y Media-Media

‡p < 0.05 entre Baja y Media-Alta

PI: 6.3 Inferencias sobre capacidad de identificar productos de comercio justo o responsable

La tabla 6 aborda las diferencias por pares de la variable de “capacidad de identificar productos de comercio justo o responsable” según el género, rama de estudios y clase social autopercebida por el alumnado.

Tabla 6. Resultados de la capacidad de identificación de producto según variables sociodemográfica¹⁵

¿Sabes identificar cuándo un producto se puede considerar de comercio justo/ consumo responsable?		
Género	Feminino	2,65 (1,47)
	Masculino	2,46 (1,57)
Rama de estudios	CC Salud	2,31 (1,54)[‡]
	Arquitectura e ingeniería	2,56 (1,50)
	CC Sociales y Jurídicas	2,72 (1,44)
	Artes y Humanidades	3,15 (1,31)
	Ciencias	2,51 (1,46)
Clase social autopercebida	Baja	3,00 (,31)
	Media-Baja	2,74 (,13)
	Media-Media	2,50 (,09)
	Media-Alta	2,76 (,17)

Fuente: elaboración propia

Así, se observa que no existen diferencias estadísticamente significativas sobre saber reconocer o no un producto de características justas y responsables entre las categorías de género y tampoco entre las categorías de la percepción de clase social empleadas. Sin embargo, sí existen diferencias estadísticamente significativas según la rama de estudios. Concretamente, entre las respuestas del alumnado de Ciencias de la Salud en comparación al alumnado de Artes y Humanidades, obteniendo estos últimos una mayor puntuación.

¹⁰ ‡p < 0.05 entre CC Salud y Artes

PI: 6.4. Inferencias sobre la valoración de la oferta de productos de comercio justo o consumo responsable en la UV

Finalmente, teniendo en cuenta la variable sobre valoración de la oferta de productos de comercio justo o responsable en la UV, la siguiente tabla ratifica lo que el análisis descriptivo en apartados anteriores ya sugería: el alumnado que se considera mujer presenta en sus respuestas diferencias significativas respecto al alumnado que se considera hombre, a la hora de valorar casi todas las opciones (menos la que considera ofrecer productos frescos y de temporada) relativas a la oferta de productos de comercio justo o responsable en la UV.

Tabla 7. Resultados de la importancia dada a las políticas de la UV en relación con la oferta de productos de comercio justo o responsable¹⁶

Valora del 0 al 5 (donde 0 es nada importante y 5 muy importante) la importancia que le das a que la UV ofrezca estos productos o servicios en sus campus	Género	
	Femenino	Masculino
Ofrecer mercados y otras formas de compra de productos alimentarios ecológicos	3,89 (1,19)*	3,61 (1,44)
Ofrecer productos locales y de proximidad en las cafeterías	4,07 (1,09)*	3,77 (1,34)
Ofrecer productos frescos y de temporada en las cafeterías	4,22 (1,02)	4,08 (1,11)
Ofrecer opciones de comercio justo y consumo responsable en los campus (por ejemplo, en la Tienda de la Universidad, en librerías, etc.)	4,09 (1,03)*	3,66 (1,38)
Ofrecer mercados y otras formas de compra de productos alimentarios ecológicos	3,94 (1,16)*	3,26 (1,49)
Ofrecer sistemas para poder reutilizar y reciclar la mayor cantidad posible de residuos	4,31 (1,02)*	4,03 (1,15)
Ofrecer, en general, productos y servicios que minimicen los residuos producidos y que fomenten la economía circular	4,21 (1,03)*	3,83 (1,29)
Subcontratar con empresas de economía social y solidaria determinados servicios: suministro eléctrico, limpieza, jardinería, seguridad, mantenimiento...	4,05 (1,10)*	3,55 (1,29)
Que la propia universidad compre productos y servicios con criterios de sostenibilidad social, ambiental y de derechos humanos (por ejemplo, productos de limpieza y papelería, mobiliario, etc.)	4,24 (1,01)*	3,77 (1,29)
Ofrecer, en general, productos y servicios que minimicen los residuos producidos y que fomenten la economía circular	4,01 (1,14)*	3,41 (1,40)

Fuente: elaboración propia

¹⁶Se indica la media (desviación estándar) *p < 0,05

Finalmente, en las tablas 8 y 9 se muestra que no existen diferencias significativas sobre la valoración de las distintas iniciativas existentes o posibles en la UV en relación al consumo, según la rama de estudios ni la clase social autopercebida del alumnado.

Tabla 8. Resultados sobre acciones de la UV en relación al consumo según rama de estudios¹⁷

Valora la importancia de que la UV ofrezca estos productos o servicios en sus campus	Rama de estudios				
	CC Salud	Arquitectura e ingeniería	CC Sociales y jurídicas	Artes y humanidades	Ciencias
Ofrecer productos de comercio justo en cafeterías y máquinas de vending	3,99 (1,12)	3,72 (1,45)	3,84 (1,24)	3,85 (1,33)	3,52 (1,34)
Ofrecer productos locales y de proximidad en las cafeterías	4,01 (1,16)	3,39 (1,69)	4,03 (1,13)	4,27 (1,13)	3,82 (1,24)
Ofrecer productos frescos y de temporada en las cafeterías	4,28 (1,05)	3,89 (1,45)	4,16 (1,04)	4,33 (1,12)	4,14 (1,03)
Ofrecer opciones de comercio justo y consumo responsable en los campus	3,94 (1,10)	3,56 (1,69)	3,97 (1,13)	3,97 (1,33)	3,81 (1,30)
Ofrecer mercados de productos alimentarios ecológicos	3,91 (1,22)	3,39 (1,38)	3,73 (1,28)	3,93 (1,40)	3,40 (1,50)
Ofrecer sistemas para poder reutilizar y reciclar residuos	4,31 (,94)	4,17 (1,10)	4,19 (1,12)	4,35 (1,00)	4,22 (1,08)
Ofrecer productos y servicios que fomenten la economía circular	4,14 (1,17)	3,72 (1,18)	4,07 (1,14)	4,32 (,86)	4,04 (1,19)
Subcontratar con empresas de economía social y solidaria	3,93 (1,21)	3,28 (1,45)	3,92 (1,19)	4,08 (1,10)	3,80 (1,20)
Que la propia universidad compre productos y servicios con criterios de sostenibilidad social, ambiental y de derechos humanos	4,19 (1,15)	3,67 (1,41)	4,08 (1,16)	4,32 (,89)	4,04 (1,10)
Ofrecer actividades de sensibilización y formación sobre el consumo consciente/transformador	3,90 (1,24)	3,06 (1,31)	3,89 (1,25)	3,93 (1,23)	3,57 (1,33)

Fuente: elaboración propia

¹⁷ Para hacer las tablas relativas a opiniones de consumo ético siguientes más operativas se han recategorizado los criterios reduciendo el número de palabras.

Tabla 9. Resultados sobre acciones de la UV en relación al consumo según clase social autopercebida

Valora la importancia de que la UV ofrezca estos productos o servicios en sus campus	Clase social autopercebida			
	Baja	Media-Baja	Media-Media	Media-Alta
Ofrecer productos de comercio justo en cafeterías y máquinas de vending	4,18 (.27)	3,73 (.11)	3,81 (.08)	3,64 (.15)
Ofrecer productos locales y de proximidad en las cafeterías	4,59 (.25)	3,92 (.10)	3,99 (.08)	3,83 (.14)
Ofrecer productos frescos y de temporada en las cafeterías	4,59 (.23)	4,15 (.09)	4,16 (.07)	4,13 (.13)
Ofrecer opciones de comercio justo y consumo responsable en los campus	4,27 (.26)	3,79 (.10)	3,96 (.08)	3,86 (.14)
Ofrecer mercados de productos alimentarios ecológicos	4,18 (.29)	3,56 (.12)	3,79 (.08)	3,44 (.16)
Ofrecer sistemas para poder reutilizar y reciclar residuos	4,41 (.23)	4,19 (.09)	4,27 (.07)	4,071 (.13)
Ofrecer productos y servicios que fomenten la economía circular	4,50 (.24)	4,10 (.10)	4,08 (.07)	3,89 (.14)
Subcontratar con empresas de economía social y solidaria	4,46 (.26)	3,85 (.10)	3,88 (.08)	3,74 (.14)
Que la propia universidad compre productos y servicios con criterios de sostenibilidad social, ambiental y de derechos humanos	4,46 (.24)	4,13 (.10)	4,11 (.07)	3,81 (.14)
Ofrecer actividades de sensibilización y formación sobre el consumo consciente/transformador	4,09 (.27)	3,79 (.11)	3,83 (.08)	3,56 (.15)

Fuente: elaboración propia

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN



Como hemos podido observar desde las primeras preguntas sobre el interés en la política, parece que existen algunos **perfiles especialmente activos socialmente y preocupados por su manera de consumir**. Las mujeres suelen estar más implicadas que los hombres, las personas mayores de 25 años más que las más jóvenes, y las personas que se consideran “de izquierdas”, más que las que se consideran “de centro” o “de derechas”. También las personas que estudian Ciencias Sociales y Jurídicas daban respuestas que reflejan mayor implicación que el resto de ramas. Finalmente, las personas que se definían como “de clase baja” parecen más activas que las clases más altas. Así un posible arquetipo de persona movilizada sociales dentro de la población estudiantil de la UV sería una mujer de más de 25 años, que estudia Ciencias Sociales y Jurídicas y que se autodefine como “de izquierdas” y “de clase baja”.

Más allá de los perfiles más movilizados, observábamos en que existen **unos niveles de crítica e inconformismo bastante elevados** entre la población estudiantil de la UV de todos los perfiles. Como muestra, el 89% del alumnado considera que la sociedad actual necesita o reformas profundas o cambiar radicalmente.

Sin embargo, pocas de estas personas estudiantes se consideran activistas (solo un 15% se categorizarían como personas bastante o muy activistas). Así, encontrábamos niveles bajos de compromiso con diferentes formas de acción social, y unas frecuencias de movilización moderadas o bajas. Por lo anterior, parece existir en el colectivo una **importante distancia entre percepción de la realidad y acción para transformarla a través de la acción social**.

Respecto a las **causas que movilizan** a la población estudiantil de la UV, vimos que las causas más respaldadas son la defensa de los **servicios públicos** (sanidad o educación), **los derechos humanos y el feminismo**. Aunque algunas causas suscitan un gran interés en todos los perfiles (como los servicios públicos), la importancia dada a cada una estaría en muchos casos relacionada con la rama de estudios, el género y la clase social autopercebida. Cabe destacar que **las mujeres están más movilizadas por causas de naturaleza más social, colectiva y comunitaria, mientras que los hombres lo están más por cuestiones que tienen que ver con lo individual y lo económico**.

Lo que parece una tendencia general (independientemente del perfil) es que el tipo de formas de acción y participación social que se llevan a cabo es, mayoritariamente, las mismas: **acciones que se realizan de forma individual**. Podemos observar cómo votar en elecciones, comprar o dejar de comprar productos, firmar una petición, elegir asignaturas o realizar una formación fuera del currículum que les interese son las formas de participación más usuales. Todas ellas son acciones **que no conllevan un compromiso o responsabilidad con la comunidad relevantes**. Por otro lado, formas más colectivas de acción y que demandan más compromiso, como la afiliación a un partido o sindicato, o la participación en una asociación ONG o asamblea de barrio son mucho menos frecuentes.

Los **motivos** que se aludían para **justificar esta baja movilización** social eran variados, pero destacaba que **el 44% afirmaban no tener tiempo suficiente** para hacerlo.

Otros motivos, como el desconocimiento o el no haber pensado en el tema, también tenían importancia, aunque menor.

Así, pese a tener una visión mayoritariamente crítica con la sociedad e interés en numerosos temas, **la población estudiantil de la UV no parece movilizada y, particularmente, no practica formas de activismo que implican organización colectiva y compromiso a largo plazo.**

Respecto a los **criterios que se tienen o no en cuenta a la hora de consumir ciertos bienes y servicios**, podría decirse que sí existe una **autopercpción** de que se tienen en cuenta **ciertos valores y/o principios propios del consumo ético o consciente**. De hecho, aunque sería necesario indagar con más profundidad en las prácticas habituales de consumo y sus motivos, sí parece que el consumo consciente sería forma de acción social bastante extendida ente el estudiantado de la UV.

Sin embargo, la presencia de criterios de consumo consciente en las valoraciones del alumnado a la hora de comprar se da junto a un nivel solo intermedio –y muy variable según el perfil de persona- de capacidad de distinción de un producto de consumo ético, con respecto de uno que no lo es. Por tanto, **parecen necesarias medidas para formar a este colectivo a la hora de ejercer adecuadamente esta voluntad por consumir de forma ética.**

Cabe destacar que **el bienestar animal durante la producción de bienes y servicios tiene más importancia como criterio de compra/no compra muy elevado** –mayor, por ejemplo, que la no vulneración de los derechos humanos. Esto corrobora algunos estudios que señalan cómo en el contexto español la protección animal y el veg(etari)anismo son tendencias en auge (Fiestas-Flores y Pylälä, 2017; Latern, 2017 en Díaz Carmona, 2018). Seguido de este interés por el bienestar animal encontraríamos la **preocupación medioambiental y por la sostenibilidad del planeta** y los derechos humanos, lo cual es también una tendencia general (CIS, 2016) que debería poder aprovechar la Universidad

Con algo menos de importancia se sitúan los valores de “compra de proximidad” y “en el pequeño comercio” a la hora de consumir. Por último, estaría el criterio que menos se tiene en cuenta: el que hace referencia a **bienes y servicios que provengan de la economía social y solidaria**, aunque no obtiene una nota negativa. En este sentido, se reflejaría también la tendencia de la sociedad en su conjunto a tener en cuenta la responsabilidad ética y medioambiental de las empresas (Díaz Carmona, 2018).

Sobre la **importancia de que la UV ofrezca este tipo de bienes y servicios con criterios éticos y/o conscientes**, cabe destacar de nuevo **que todas las iniciativas propuestas están altamente valoradas**, con pequeñas diferencias, siendo “Ofrecer sistemas para poder reutilizar y reciclar la mayor cantidad posible de residuos” y “Ofrecer productos frescos y de temporada en las cafeterías” las iniciativas que más apoyo reciben. Este hecho conecta con las futuras líneas de investigación y acción que se proponen. El estudio ha trabajado con una muestra y metodología que han permitido obtener resultados robustos y que apuntan a profundizar en distintas cuestiones que han emergido.

Algunas **preguntas concretas que deberían ser retomadas, preferiblemente en un nuevo estudio de naturaleza más cualitativa** serían las siguientes:

- ¿Por qué, pese a que la población estudiantil de la UV está preocupada por la situación actual de la sociedad, no se compromete de una manera más activa y comprometida?
- ¿Qué necesitan las/los estudiantes para participar más?
- ¿Hasta qué punto podría ser el consumo consciente una de las vías para hacerlo?, ¿en qué medida esta forma de consumo puede implicar una transformación social?
- ¿Cómo podría ser la UV una palanca de cambio que active la acción y la participación social y política de la población estudiantil?
- ¿Qué acciones y planes concretos puede llevar a cabo la UV – y cómo debe realizarlos y comunicarlos - en clave de consumo ético y/o consciente que ejemplifique estos posibles cambios transformadores?

A falta de mayor profundización en estas cuestiones, este estudio ya ofrece importantes implicaciones para la acción de la UV. En este sentido, los resultados del trabajo sugieren que la institución puede seguir articulando políticas en distintas direcciones:

- Ofrecer al alumnado, disconforme con la actual sociedad, alternativas para la acción. Para ello, puede tratar de conectar específicamente con los temas que más preocupan al alumnado de todas las edades y ramas, tales como los servicios públicos, los derechos humanos o el feminismo.
- Hay un perfil de alumnado algo más movilizado, que podría ser especialmente identificado e incentivado para que sirva de tracción para la movilización de otros perfiles.
- Para una movilización efectiva se deberían abordar las barreras que se mencionan para la participación, tales como la falta de información, y hacer ver que puede realizar cierto activismo en el tiempo disponible, aunque este sea reducido.
- La UV puede aprovechar en concreto la muy alta valoración del alumnado del consumo como motor de cambio y, en concreto, de la valoración de criterios de compra como el bienestar animal o el respeto a los derechos humanos. En este sentido, la UV debería seguir avanzando en las acciones que ya realiza como para comprar de manera más sostenible como institución y para ofrecer al alumnado información y alternativas para este modelo de consumo.
- Más en general, la UV puede seguir actuando como un espacio de formación, investigación y transferencia, en el que abordar el consumo como herramienta fundamental de cambio hacia sociedades más justas y sostenibles.

PARTE II:

Análisis cualitativo.
Profundizando en aspectos
clave de la acción social
del alumnado de la UV



1

PARTE II:
Análisis cualitativo. Profundización en aspectos clave
de la acción social del alumnado de la UV

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN



En los últimos años, cada vez son más las voces que sitúan la crisis ecosocial en el foco de atención. Combatirla se ha convertido de hecho en uno de los principales objetivos de las luchas de los movimientos sociales. Las injusticias sociales y ecológicas, derivadas del sistema capitalista y colonial en el que vivimos, se acrecientan imparablemente, y las complejas relaciones entre los seres humanos y el resto de seres vivos y del planeta se encuentran en un equilibrio cada vez más crítico e imposible de mantener (Herrero, 2023). La Agenda 2030, haciéndose eco de esta situación, ha desgranado en 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) los retos que tenemos a nivel internacional y posibles líneas de acción para conseguirlos.

La primera parte del estudio sobre Percepciones y prácticas de acción social en la población universitaria de la Universitat de València, desarrollada en 2023, se motivó por el reconocimiento de que, a pesar de vivir en una época de múltiples desafíos políticos, económicos y sociales, la desmovilización ciudadana en la búsqueda de soluciones es ostensible. El individualismo predomina y la implicación ciudadana en los asuntos comunes es escasa, con alcance muy limitado. La acción social se percibe como algo exótico para la mayoría de la población. Dentro de esta desafección, destaca la escasa participación de los jóvenes en movimientos sociales, asociaciones y colectivos de distinto tipo que buscan construir un mundo mejor. Esta realidad no parece ser ajena al ámbito de los campus universitarios.

Sin embargo, falta información detallada sobre la realidad de la movilización del estudiantado universitario, particularmente en la Universitat de València. Por ejemplo, sería relevante conocer qué temáticas preocupan a los estudiantes, qué formas de acción social prefiere, qué obstáculos encuentran para implicarse más en la sociedad, por qué muchas asociaciones perciben una desconexión con el alumnado y si practican el consumo responsable. Además, es importante explorar si ven en el cambio de pautas de consumo una posible transformación social. En definitiva, ¿cuánta acción social realiza la juventud universitaria, cómo y por qué?

Estas son algunas de las preguntas que XEAS PV, El Rogle Coop. V. y la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible de la UV, buscamos responder en el mencionado estudio, centrado en el universo del alumnado de la UV. Ubicar la investigación en la UV nos permitió, por un lado, delimitar su alcance en una dimensión manejable dado los recursos disponibles; y, por otro lado, considerar a la propia universidad como un agente que puede representar una palanca de cambio para mejorar la implicación social de su estudiantado.¹

¹ Por tanto, pese a que las reflexiones iniciales hacen referencia en algunos momentos, de forma más genérica, a la "juventud valenciana", la población de esta investigación es la formada por las personas estudiantes de la UV. Dados los recursos con los que contaba este estudio, así como sus objetivos, esa acotación se consideró necesaria y pertinente. Pese a que en algunos momentos de este informe usaremos las conclusiones para extrapolar las conclusiones de forma más genérica, no perderemos de vista que nuestros resultados derivan de la interacción con personas que están cursando formación universitaria dentro de las diferentes ramas académicas que propone la UV. En el apartado de metodología ampliaremos esta cuestión.

Esta primera parte de la investigación ha tenido voluntad exploratoria, basándose fundamentalmente en una encuesta a 671 estudiantes de la UV. Dicha encuesta permitió obtener resultados cuantitativos relevantes, que nos brindaron una primera caracterización de los fenómenos a abordar, incluyendo: las opiniones sobre cuestiones sociales y políticas; las formas de acción social, las motivaciones para movilizarse y la frecuencia de participación, así como la presencia de criterios de responsabilidad social y ambiental en el consumo del alumnado.

Partiendo de la premisa de que los resultados objetivos justifican un examen más detenido de las cuestiones clave que emergieron del estudio, desde marzo hasta julio de 2024, se ha desarrollado una segunda parte de la investigación, la cual adoptará una estrategia fundamentalmente cualitativa.

Esta segunda parte del trabajo presenta los hallazgos de la investigación y busca comprender mejor las dinámicas del estudiantado de la UV en relación a la acción social. A partir de aquí, se pretende contribuir a la reflexión sobre la desafección generalizada entre la juventud y la sociedad en su conjunto, con miras a un cambio social transformador.

PARTE I:
Análisis cuantitativo. Explorando la acción social
del alumnado de la UV

OBJETIVOS



La fase inicial del estudio exploratorio cuantitativo facilitó la identificación de diversas temáticas clave, las cuales se determinaron como fundamentales para un examen más preciso. En consecuencia, la segunda fase cualitativa se dedica a explorar meticulosamente las siguientes interrogantes:

- A pesar de la preocupación manifestada por la población estudiantil de la UV respecto a la situación actual de la sociedad, ¿por qué no se compromete de manera más activa?
- ¿Qué necesita el estudiantado, en general y por parte de la UV, para incrementar su participación? Además, ¿Cuáles son las necesidades específicas que tienen en relación con la universidad?
- ¿En qué medida pondría el consumo responsable ser una vía efectiva para aumentar la participación estudiantil? ¿Hasta qué punto este tipo de consumo puede representar una transformación social para el alumnado?
- ¿Qué acciones y planes específicos podría implementar la UV en términos de consumo responsable?

Teniendo en cuenta las cuestiones exploratorias anteriores, se establecen los siguientes objetivos concretos de investigación:

1. Identificar nuevos aspectos que caractericen la movilización de la población estudiantil de la UV. Tales como: la medida en la que la población universitaria está activa socialmente; qué causas sociales interesan más al estudiantado de UV; qué prácticas les interpelan más directamente, así como sus patrones de consumo consciente.
2. Comprender los motivos de la falta de participación social del estudiantado de la UV.
3. Explorar las diferentes vías y acciones concretas que puede llevar a cabo la UV para:
 - a. Impulsar, en general, un mayor activismo social.
 - b. Promover, en concreto, el consumo responsable.

PARTE II:
Análisis cualitativo. Profundización en aspectos clave
de la acción social del alumnado de la UV

METODOLOGÍA



Como se ha mencionado anteriormente, esta segunda fase de investigación pretende ser una profundización, mediante una estrategia cualitativa, de los resultados de la primera fase. En este marco interpretativo se han empleado las siguientes técnicas:

PII: 3.1 Entrevistas en profundidad a organizaciones sociales

El objetivo de estas entrevistas fue identificar el discurso articulado por organizaciones sociales claves para la juventud universitaria valenciana, especialmente en torno a los temas que, a partir de los resultados obtenidos en la encuesta, se determinaron como más relevantes para la investigación. Se prestó atención a profundizar en la comprensión de las relaciones que el análisis inferencial mostraba como significativas, en particular en términos de género y rama de estudios.

El guion diseñado para las entrevistas se organizó en los siguientes bloques:

- Características sociodemográficas del entrevistado
- Descripción, trayectoria, objetivos y prácticas de la organización
- Características y resistencias a la participación
- Consumo responsable/consciente
- Propuestas de mejora

Para seleccionar las organizaciones a entrevistar, se efectuó un mapeo del tejido asociativo valenciano, y, con ayuda de la Cátedra de Cooperación y Desarrollo Sostenible de la UV, se identificaron diez colectivos como prioritarios. No fue un requisito que estas entidades tuvieran la UV como centro de su actividad, aunque se priorizó que sus líneas de trabajo tuvieran relevancia para la juventud universitaria valenciana, y, en algún aspecto, mantuvieran conexiones con la UV. Las entrevistas, que tuvieron una duración aproximada de una hora y treinta minutos, se grabaron en audio y posteriormente fueron transcritas para facilitar el análisis de los datos. De las diez organizaciones contactadas, ocho accedieron a participar en las entrevistas. Estas son:

SAÓ. Según el Censo de Asociaciones de la Universitat de València², esta entidad se define como una asociación de estudiantes progresistas que tiene como objetivo defender los derechos del alumnado para afianzar una universidad pública y de calidad, a través de la representación política en los órganos institucionales universitarios de la UV. En palabras de una de las personas asociadas, la entidad es: “una asociación estudiantil propia de la Universidad de Valencia que busca representar a los estudiantes en todos los sentidos. [...]”

² Puede consultarse el censo en el siguiente enlace: <https://www.uv.es/uvweb/servicio-informacion-dinamizacion-sedi/es/representacion-asociacionismo/asociaciones-colectivos/censo-asociaciones/consulta-censo-1286255695818.html>

Algunos lo llamamos sindicato, otros asociación. [...] Nuestro fin último es llevar a cabo nuestros tres pilares fundamentales que es el feminismo del ecologismo y el progresismo. [...] Nuestra actividad se centra fundamentalmente en la UV, aunque participamos en convocatorias más amplias puntualmente. [...] Existimos desde hace más o menos una década [...] Somos más o menos ahora en torno a un centenar de personas. En la ejecutiva estamos 10 o 15 personas”.

BEA (Bloc d'Estudiants Agermanats). La web institucional de la entidad establece que esta es un sindicato de estudiantes de la UV que tiene como finalidad luchar por una universidad más pública, democrática y participativa, valenciana, feminista, inclusiva y sostenible. Se entiende como una organización estudiantil del País Valenciano de carácter democrático y de izquierdas, que defiende los derechos del estudiantado y la mejora de sus condiciones. Uno de los representantes nos explica que esta entidad: “és el sindicat estudiantil més antic de la Universitat de València. Aquest any fem 40 anys. [...] L'objectiu fonamental del BEA com a sindicat estudiantil és defensar els interessos de l'estudiantat des d'una mirada progressista, intentant construir una universitat pública, democràtica, amb valors antifeixistes, feminista i inclusiva, sostenible i en un clar perfil valencià i valencianista. [...] ens estructurarem en dues potes [...] la lluita institucional [...] i la pota de la mobilització social. [...] Estarem entre 50-60 persones actives”.

CEFDEE (Colectivo de estudiantes por la Facultad d'Economia Ètica). Institucionalmente se define como grupo de estudiantes de la Facultat d'Economia de la UV comprometido desde 2016 con la promoción de la ética en las organizaciones empresariales y la vida económica. En una de las entrevistas se expresa de la siguiente forma: “somos un colectivo de estudiantes para estudiantes de la facultad de economía, que nace en 2016 [...] Ahora mismo somos 12 personas activas [...] Creemos que hay mucha información importante que no recibimos en los planes de estudio. Entonces funcionamos como una especie de complemento de la parte más ética de la economía [...] Entendemos por ética empresarial el saber que no todo es beneficio empresarial, y entender los diferentes impactos de la actividad económica sobre la gente de tu empresa y sobre toda la sociedad [...] Organizamos charlas, ponencias, concursos.... Nuestro evento estrella es la semana de la ética. Es un mini-congreso que cada año tiene una temática”.

ESTUDIANTES POR LA LIBERTAD: Según el Censo de Asociaciones de la Universitat de València, esta entidad es un colectivo de estudiantes que tienen entre sus objetivos realizar actividades culturales y educativas. Una de las personas que representan a esta entidad nos cuenta que es: “un colectivo Universitario creado por y para los estudiantes. Con una configuración asociativa y un espíritu sindical, no adscrita a ningún partido político. Defendemos la Identidad valenciana como comunidad popular, cultural e histórica dentro del marco común europeo. Creemos en una economía real y social basada en el bien común. Rechazamos el actual sistema económico monetario de la Unión Europea, que somete al conjunto de los europeos a un sistema liberal capitalista, ajeno a los intereses del pueblo [...] Activamente somos unas 7 las personas más involucradas en el día a día [...] Nuestra actividad se da sobre todo en los distintos

órganos de gobierno de la UVEG, así como en los distintos consejos departamentales y especialmente en las comisiones de impugnación de exámenes”.

ARRELS DEL CANVI (Ecologisme per un futur): La información publicada por el Censo de Asociaciones de la Universitat de València presenta la entidad como un grupo de estudio y dinamización de contenido ecosocial y concienciación ecologista. En palabras de una de las personas representantes, esta entidad és: “bàsicament un grup d'estudiants, encara que està obert a gent de fora de l'universitat. [...] Tractem el tema de la crisi ecosocial i millorar la nostra formació en la matèria. Fem xerrades, ens posem documentals, contactem amb professors que controlen del tema... [...] I fem una recerca d'altres lluites relacionades amb l'ecologisme i tractem de col·laborar amb elles [...] Es va formar fa 2 anys, primer com a col·lectiu informal, i enguany ens hem formalitzat, i podem accedir a finançament [...] Hui dia estem al voltant de 20 persones actives”.

XR (Extinction Rebellion). Según la información oficial ofrecida en su web³, esta entidad se define como un movimiento descentralizado, internacional y políticamente apartidista que utiliza la acción directa no violenta y la desobediencia civil para persuadir a los gobiernos de que actúen con justicia ante la emergencia climática y ecológica. No consta como colectivo formal ni inscrito en el registro de la Universitat de València, pero parte de su base social es población objeto de estudio estudio, como se decía líneas arriba en los criterios de selección de la muestra. Una de las personas asociadas nos cuenta sobre su entidad que: “és una organització informal. Naix en Regne Unit en 2018, com un mecanisme de protesta i lluita davant la inacció dels governs front a l'emergència climàtica. Vol ser una ferramenta per a ficar pressió, des de davall, als governs, perquè prenguen accions front al repte climàtic [...] Som decrecentistes, i per tant necessitem pegar-li la volta al sistema que tenim, i li donem molta importància a les afectacions desiguals del canvi climàtic. Li diguem justícia climàtica. [...] És una organització molt descentralitzada, i cada node territorial té completa autonomia per a gestionar-se. Encara que després sí que hi ha accions conjuntes a escala internacional [...] En València estem des de 2018. Som entre 12 i 25 persones de forma més activa [...] fem tot tipus d'accions, moltes vegades les fem en conjunt amb altres col·lectius [...] Rebelió Científica està dintre de XR, és un dels grups que componen el col·lectiu. Ací en València treballem conjuntament”.

Asamblea Feminista de València. Al igual que el anterior colectivo, esta entidad no forma parte de las organizaciones formales de la Universitat de València. En sus redes se definen como un espacio de unidad antirracista, anticapitalista y transfeminista. En palabras de una de sus representantes: “l'assemblea feminista de València és una assemblea horitzontal de la ciutat de València. És transfeminista, antirracista, anticapitalista i prodrets [...] Comença la seua activitat cap al 2018, com a grup de dones 8M i després va derivar en assemblea feminista [...] S'organitza per comissions. En les assemblees de ciutat solem ser unes 20-25 persones, encara que més gent participa

³ Puedes consultar la web oficial de XR en el siguiente enlace: <https://rebellion.global/about-us/>

puntualment. [...] és una assemblea no mixta formada per dones i dissidències de gènere. Encara que diria que la gran majoria de les militants s'identifiquen com a dones”.

Acampada por Palestina: Este colectivo, no formalizado, se califica por parte de una de las personas integrantes como un grupo de: “movilización puntual en las universidades (de Valencia y otras ciudades), para protestar y presionar contra el genocidio de Israel en Gaza. En Valencia, llegamos a ser unas 100 o 150 personas, pero normalmente éramos unas 30 en la asamblea. [...] hemos realizado diferentes tipos de acciones para visibilizar el genocidio y forzar a las instituciones y a la población a posicionarse”.

Resumimos ahora el perfil las personas entrevistadas de cada colectivo:

SAÓ

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	23 años
Rama de estudios	Arte y humanidades (Historia)
Nivel de estudios	Máster
Cargo de responsabilidad	Hasta hace poco, vicesecretario general
Tiempo de participación	3 años

BEA (Bloc d'Estudiants Agermanats)

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	21 años
Rama de estudios	Ciencias Sociales y Jurídicas
Nivel de estudios	Grado
Cargo de responsabilidad	Secretario General
Tiempo de participación	4 años

CEFDEE (Colectivo de estudiantes por la Facultat d'Economia Ètica)

Género con el que se identifica	Femenino
Edad	24 años
Rama de estudios	Ciencias Sociales y Jurídicas
Nivel de estudios	Máster
Cargo de responsabilidad	Presidenta
Tiempo de participación	4 años

Estudiantes por la Libertad

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	25 años
Rama de estudios	Ciencias Sociales y Jurídicas
Nivel de estudios	Doctorado
Cargo de responsabilidad	Presidente Honorífico
Tiempo de participación	-

Arrels del Canvi (Ecologisme per un futur)

Entrevistada 1:

Género con el que se identifica	Femenino
Edad	20 años
Rama de estudios	Arte y Humanidades
Nivel de estudios	Grado
Cargo de responsabilidad	Coordinadora General
Tiempo de participación	Participante en grupos de trabajo

Entrevistada 2:

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	19 años
Rama de estudios	Ciencias
Nivel de estudios	Grado
Cargo de responsabilidad	Participante en grupos de trabajo
Tiempo de participación	2 años

XR (Extinction Rebellion)

Género con el que se identifica	Femenino
Edad	30 años
Rama de estudios	Ciencias (matemáticas y biología)
Nivel de estudios	Doctorado
Cargo de responsabilidad	Participante en diferentes comisiones
Tiempo de participación	4 años

Asamblea Feminista de València

Género con el que se identifica	Femenino
Edad	20 años
Rama de estudios	Ciencias Sociales y Jurídicas (Periodismo)
Nivel de estudios	Grado
Cargo de responsabilidad	Participante en diferentes comisiones
Tiempo de participación	2 años

Los perfiles de las participantes de la Acampada por Palestina se incluyen en el punto referente al taller participativo, porque si bien sus resultados se trataron como los de una entrevista en profundidad, su intervención tuvo lugar en el contexto de ese taller, que se explicará a continuación.

PII: 3.2 Entrevistas cortas al estudiantado

El objetivo de estas breves entrevistas fue obtener perspectivas del alumnado sobre las cuestiones clave abordadas en la primera parte del estudio. Esta técnica buscaba identificar nuevas dimensiones importantes que la encuesta inicial no había previsto en relación con el objeto de estudio.

El guion diseñado se estructuró en los siguientes bloques:

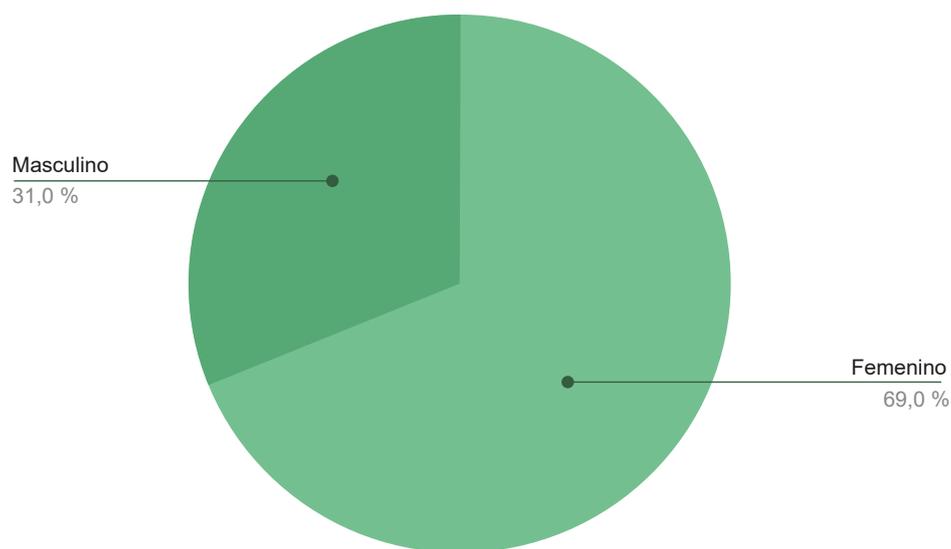
- Características sociodemográficas de la persona entrevistada
- Prácticas de acción social
- Conocimiento del tejido asociativo
- Opiniones y prácticas sobre consumo ético
- Propuestas de mejora

Para acceder a la muestra de personas a entrevistar, se organizaron tres jornadas de trabajo, recorriendo los diferentes campus y facultades de la UV. Durante estas visitas, se abordaron diferentes áreas de tránsito y estancia estudiantil, preguntando al alumnado si deseaban participar. En total, se realizaron 41 entrevistas individuales. Además, en algunas ocasiones se llevaron a cabo entrevistas grupales, de 2 y 4 personas, lo que resultó en un total de 61 estudiantes entrevistados de la UV. Aunque la muestra no pretendía ser representativa, se aseguró que las personas entrevistadas procediesen de diversas ramas de estudios y representasen diferentes identidades de género. Las entrevistas, que duraron aproximadamente 10 minutos cada una, se grabaron en audio y posteriormente fueron transcritas para facilitar el análisis de sus resultados.

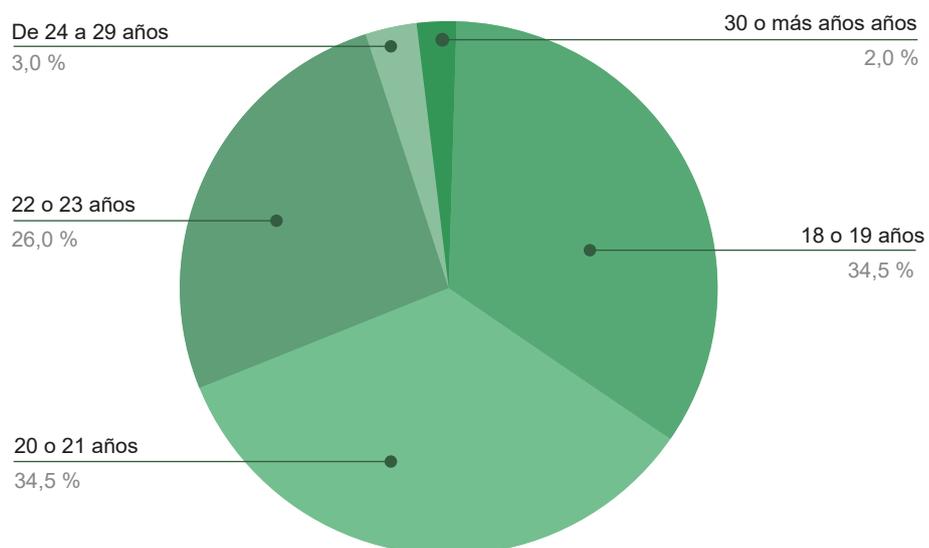
Caracterizamos a continuación la muestra en función de 4 variables (género, edad, rama de estudios y nivel de estudios):

Gráfico 62: Caracterización de muestra para realización de entrevistas propias

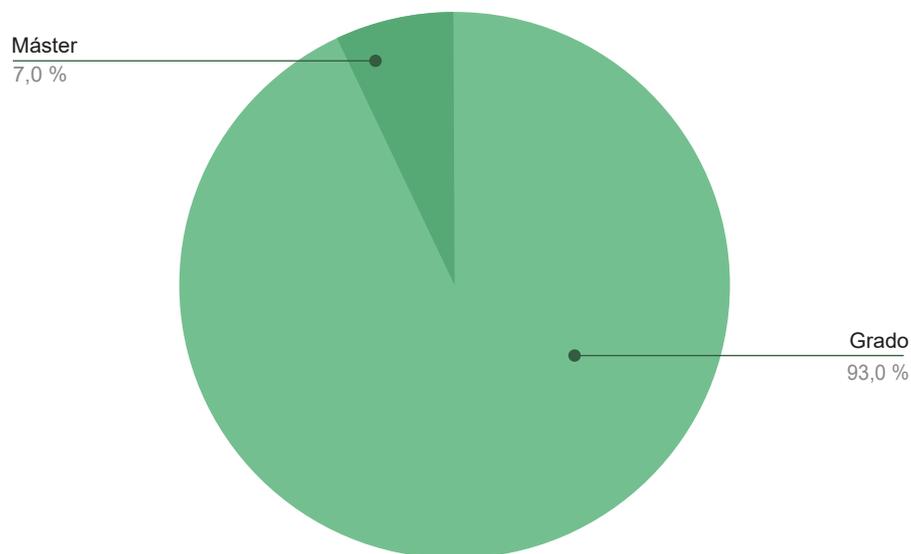
Género con el que se identifican:



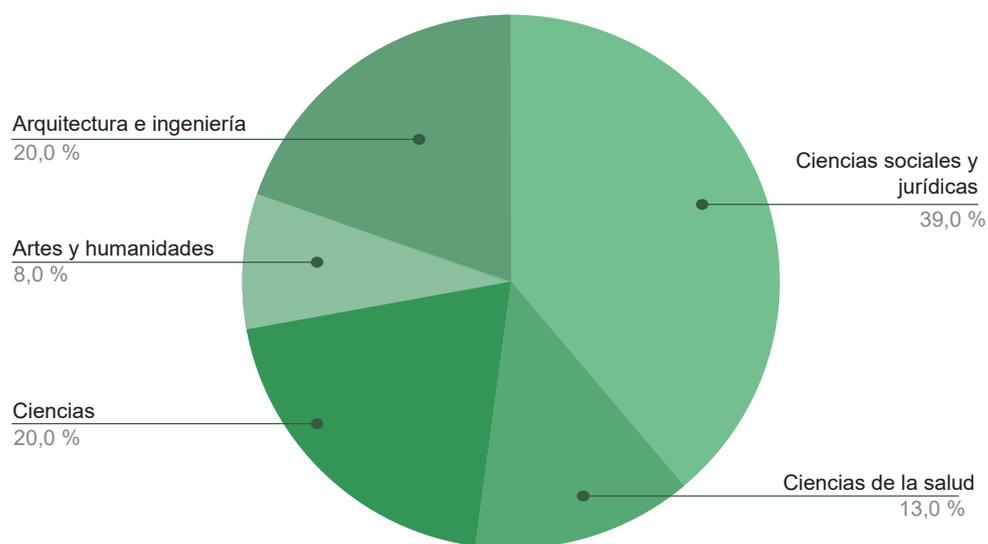
Edad:



Nivel de estudios:



Rama de conocimiento:



Fuente: elaboración propia

PII: 3.3. Taller participativo

El objetivo de este taller era profundizar en aspectos especialmente relevantes y complejos que surgieron en la primera parte del estudio, a través del contraste de visiones entre alumnado de la UV y de otros centros, con especial énfasis en aquellos participantes más movilizados.

El contexto elegido para la realización del taller fue el Aplec de les Economies Transformadores (<https://xeas.org/aplec/>), organizado por XEAS PV, que representaba una jornada de encuentro de personas y colectivos relacionados con la economía solidaria y el activismo del País Valencià.

El taller se dividió en dos partes diferenciadas:

- Exposición de perspectivas sobre temas clave (características del movimiento asociativo en la UV, opiniones sobre la implicación social juvenil en función de su experiencia, retos, y propuestas de mejora) de miembros de la Acampada por Palestina de Valencia, tanto de la UV como de la UPV.
- Debate abierto sobre los principales temas de investigación (barreras a la participación social de la juventud, propuestas de mejora...)

Resumimos ahora el perfil de las 4 personas participantes pertenecientes a la Acampada por Palestina, que centraron el contenido de la primera parte del taller:

Acampada por Palestina:

Participante 1:

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	20 años
Rama de estudios	-
Nivel de estudios	Grado
Activismo previo	Participación en movimiento estudiantil en bachillerato

Participante 2:

Género con el que se identifica	Femenino
Edad	Alrededor de 20 años
Rama de estudios	Ciencias Sociales y Jurídicas
Nivel de estudios	Grado
Activismo previo	Participación puntual en algunas asociaciones de su pueblo

Participante 3:

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	Alrededor de 25 años
Rama de estudios	Estudiante de la UPV
Nivel de estudios	Máster
Activismo previo	Participación en movimiento estudiantil en bachillerato y universidad

Participante 4:

Género con el que se identifica	Masculino
Edad	Alrededor de 25 años
Rama de estudios	-
Nivel de estudios	Máster
Activismo previo	Participación en sindicatos de estudiantes de la UV y en colectivos ecologistas.

Además de las participantes de la Acampada por Palestina, en la segunda parte del taller (debate abierto) participaron activamente 6 personas. Pasamos a caracterizarlas de forma general: 3 hombres y 3 mujeres, de entre 20 y 45 años de edad. Todas ellas participaban de algún espacio de militancia, entre los que se destacan: economía social y solidaria, sindicalismo universitario, organización barrial autónoma y defensa del territorio y el patrimonio.

PII: 3.4. Consideraciones metodológicas

En primer lugar, como posible sesgo derivado de la metodología utilizada, destacamos que los resultados pueden estar influenciados por el posicionamiento ideológico de las organizaciones, mayoritariamente progresistas.

Como se ha observado en el perfil de las organizaciones sociales entrevistadas, la mayoría de colectivos tenían una orientación progresista o alineada con ideas centrales de la izquierda política- seis de las ocho entrevistas-, mientras que al menos dos de las entidades no encajan en esta categoría. Pese a que es evidente que la mayoría de las organizaciones sociales vinculadas a la juventud universitaria tienden hacia la izquierda política, en nuestro mapeo identificamos algunas entidades de perfil más conservador con las que intentamos contactar, aunque no fue posible concretar la entrevista.

Por tanto, se ha de tener en cuenta que los resultados de esta parte cualitativa del estudio sobre-representan el activismo de izquierdas e infra-representan el de derechas, en un grado que no podemos precisar. Aunque, como se ha mencionado con anterioridad, hay motivos para pensar que la mayoría del activismo organizado relacionado con la juventud valenciana es, efectivamente, de carácter progresista.

En segundo lugar, cabe mencionar la dificultad de delimitar el objeto de estudio en algunos momentos del trabajo (población joven o población estudiante de la UV). Aunque el objetivo formal de este estudio es la población estudiantil de la UV, a menudo las entrevistas derivan en reflexiones más generales. Por ejemplo, era común que las respuestas a las preguntas hicieran referencia a las dinámicas de la juventud valenciana en su conjunto.

En este sentido, pensamos que las conclusiones son igualmente interesantes para los objetivos de investigación, aunque en varios puntos del presente informe se apreciará cierta indefinición del objeto de estudio. En todo caso, se señalan los puntos donde esta confusión puede ser más relevante.

PARTE II:
Análisis cualitativo. Profundización en aspectos clave
de la acción social del alumnado de la UV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS



En análisis y discusión de resultados se organiza en dos grandes bloques:

- En un primer momento, se aborda lo que hemos denominado la implicación social de las y los estudiantes de la UV, en diversas formas de movilización.
- En un segundo momento, de manera específica, se abordan las motivaciones, significados y prácticas de consumo, entendidas como una forma particular de movilización.

En ambos bloques se exploran los objetivos expuestos anteriormente. Estos son: caracterizar la movilización, entender las razones por las que esta es limitada, y ofrecer recomendaciones concretas tanto para la Universitat de València como para las organizaciones sociales, con el fin de abordar esta falta de movilización.

PII: 4.1. La acción social del estudiantado de la UV

PII: 4.1.1. Nivel de participación en acción social

Según las perspectivas de estudiantes a título individual

En esta sección abordamos el análisis cualitativo de información que, sobre los niveles de implicación, ofrecen las entrevistas cortas realizadas al estudiantado entrevistado.

Con el objetivo de poder comprender con mayor precisión los resultados del análisis cuantitativo, realizado en la primera parte del estudio acerca del nivel de activismo percibido del estudiantado de la UV, se tratarán las afirmaciones del estudiantado entrevistado, agrupadas según su nivel de activismo social.

En primera instancia, se presentan afirmaciones realizadas por estudiantes que pueden ser considerados con un nivel de activismo bajo. Este grupo representa aproximadamente el 40% del estudiantado de la UV, dado que este es el porcentaje de alumnado que, según lo observado en la primera parte del estudio (ver Gráfico 31), calificó con un 0 o un 1 sobre 5 su autopercepción como activistas.

De acuerdo con los resultados de las entrevistas, esta percepción podría estar relacionada con el hecho de que las personas consideran tener un conocimiento limitado o inexistente sobre colectivos, entidades, asociaciones, u otras organizaciones que lleven a cabo acciones sociales o políticas, tanto dentro como fuera de la universidad. A modo de ejemplo, una estudiante señala:

“Si me dicen algún nombre supongo que sí que me sonaría algún colectivo, pero así no se me ocurre mucho” (20 años, femenino, Grado en ADE y Turismo).

Al mismo tiempo, esta baja percepción del propio activismo puede estar vinculada con la idea de que las personas consideran que no participan en acciones colectivas, sino únicamente en acciones individuales escasas y puntuales, como votar en elecciones, firmar alguna petición o expresar alguna opinión política en redes. Como ejemplo, una persona comenta:

“Una vez firmé una petición para subir las pensiones a los jubilados... porque me paró una mujer en la calle y me pareció que lo que decía tenía sentido. Pero más allá de eso, no he hecho nada más de política” (19 años, femenino, Grado en Ingeniería Biomédica).

Es relevante destacar que, para la mayoría de personas con una baja implicación activista, la posibilidad de realizar algún tipo de acción social ni siquiera parecía una opción contemplada. Muchas de ellas parecían no haber pensado en ello ni planteado esa opción en ningún momento.

Por otro lado, algunas estudiantes, que podemos clasificar con un nivel de activismo mayor - similar al del 21% del estudiantado de la UV, que calificó con 2 sobre 5 su respuesta a la pregunta sobre si se consideraban activistas, según se veía en el Gráfico 31-, mencionan tener un conocimiento limitado, pero no inexistente, del entorno asociativo disponible:

“Sí, conozco... como Save the Children o Médicos sin Fronteras. Las más famosas” (20 años, femenino, grado en Bioquímica).

Para estas personas, su nivel de participación en activismo colectivo era igualmente nulo, pero mostraban cierto nivel de acción social y política individual. A las acciones antes mencionadas se sumaba la asistencia a manifestaciones o similares, siempre esporádicamente. Esta poca frecuencia de asistencia también la veíamos en los resultados del primer informe (ver Gráfico 41), lo cual refuerza la información ofrecida por las personas entrevistadas:

“Ni idea... Nunca he estado en un colectivo. Pero sí que he ido a algunas manifestaciones feministas. Y he votado en las elecciones” (21 años, femenino, Grado en Fisioterapia).

A continuación, podemos citar respuestas que pueden tener que ver con el 24% de estudiantes de la UV que tendrían un activismo “medio” - considerando que estas son las que responden con un 3 sobre 5 a la pregunta sobre si se consideraban activistas, según se veía en el Gráfico 31. Las personas entrevistadas con este nivel de activismo tendrían un mayor conocimiento de la red de asociaciones y colectivos de su entorno, y mostrarían una cultura política algo más desarrollada o al menos mayor interés al respecto:

“De fuera sí que he oído cosas. Por ejemplo fui con unos amigos a un mitin del PP, y a otro de Ciudadanos. Por probar, yo le digo que sí a todo. Creo que es importante es-

cuchar las diferentes posturas políticas” (21 años, masculino, Grado en Economía).

Estas personas, si bien no tenían una implicación continuada con respecto a ningún movimiento social, podrían estar o haber estado recientemente conectadas con alguno participando puntualmente en sus actividades, o realizando acciones individuales con cierta intensidad. Como ejemplo:

“No participe directament en cap col·lectiu, però sí en alguna activitat concreta. Per exemple en activitats per combatre la violència de gènere dintre del esport. [...] Sí que participe en algunes coses relacionades amb la consciència social. Que jo no ho veig tant com a política. Pense que deurien de ser coses diferents dels partits polítics. Per exemple he participat en manifestacions feministes. I també he estat en lo de Palestina, però no molt activament” (20 años, femenino, Grado en Ciencias de la Actividad Física).

Podemos citar también respuestas de personas que tendrían un nivel de implicación medio-alto - que, como vimos, podría englobar a un 11% de la población estudiantil de la UV, si consideramos que estas son las que responden con un 4 sobre 5 a la pregunta sobre si se consideraban activistas. Estas personas, por los resultados de las entrevistas, tendrían un conocimiento más amplio de lo que significaba realizar acción social. Esta ocupa un lugar en sus vidas, y conocen algunas organizaciones que se dedicaban a ello. Como ejemplo:

“Conocemos algún colectivo sobre discapacidad, los sindicatos estudiantiles...Y de colectivos de fuera de la universidad, hay uno de comunistas, la Comissió contra la ampliació del port., luego plataformas como Entrebarris, que luchan por la vivienda digna, Per l'Horta, la asamblea de estudiantes por palestina, y luego los diferentes partidos políticos” (22 años, femenino, Grado en Sociología y Ciencias Políticas).

Las respuestas de estas personas en las entrevistas completan lo que se sugería en las encuestas: estas personas afirman o bien colaborar eventualmente con algunas organizaciones (sean asambleas ciudadanas o asociaciones u ONGs de corte más asistencialista) y/o realizar un gran número de acciones de activismo individual. Como ejemplo:

“No estoy en ningún colectivo, pero participar de forma menos vinculante he hecho mucho. He asistido a manifestaciones contra el cambio climático, soy vegetariano porque no me gusta apoyar el maltrato animal, hace poquito hicieron una conferencia por lo de Palestina y asistí...” (21 años, masculino, Grado en Física).

Finalmente, citamos afirmaciones de personas que podemos considerar que pertenecen al 4% de estudiantes de la UV que tendrían una implicación activista alta - las que responden con un 5 sobre 5 a la pregunta sobre si se consideraban activistas. Estas personas parecen conocer el ecosistema de movimientos sociales local. Como ejemplo:

“Conozco a varias. Jarit, Joves per Russafa, Plataforma per Russafa, conozco y estoy

también en temas de Entrebarris, ALANA, también he hecho proyectos allí, y estoy recibiendo una formación de la Dula...” (22 años, femenino, Grado en pedagogía).

Se desprende de las respuestas en las entrevistas que estas personas muestran una acción social elevada o muy elevada, y consideran que la participación en algunas organizaciones sociales era parte importante de sus vidas. En el plano individual, llevaban a cabo prácticas colectivas de carácter social y político con asiduidad. Un ejemplo sería:

“Abans, als 16, en la meua comarca, estava en un grup antifeixista i una associació cultural. Ara participe en el BEA, i també vaig a manifestacions i sóc prou actiu en xarxes políticament” (23 años, masculino, Grado en ingeniería electrónica).

En resumen, podemos considerar que las personas que, según los resultados del estudio cuantitativo, no son muy activistas, son mayoría en la UV - un 61%, si consideramos las que respondieron con un 0, un 1 o un 2 a la pregunta sobre hasta qué punto se consideraban activistas. Las entrevistas sugieren que la acción social tiene una muy escasa presencia en las vidas de estas personas, que presentan un gran desconocimiento sobre el entorno asociativo, una inexistente participación en proyectos colectivos, y una nula o muy escasa acción social y política a nivel individual.

Sin embargo, como vimos en el estudio cuantitativo, existe un 39% con niveles de participación más elevados -teniendo en cuenta las respuestas de 3, 4 y 5 sobre 5 a la pregunta sobre hasta qué punto se consideraban activistas-, para el caso de estas personas, las entrevistas sugieren que la acción social tiene cierta importancia en sus vidas y que la practican de un modo u otro. Dentro de este grupo, en cierta medida, ya hemos visto como solo el 4% afirma realiza prácticas de activismo de mayor intensidad. Las entrevistas sugieren que esta participación tiene que ver fundamentalmente con participar activamente en alguna organización de forma estable.

Según las organizaciones

Contrastaremos ahora estos resultados con los obtenidos de las entrevistas en profundidad a las personas representantes de organizaciones juveniles relacionadas con la UV. Podemos decir que, en general, todas las personas coinciden en la visión de una juventud universitaria (y de la juventud en general) en su mayoría poco implicada socialmente:

“Dins de la universitat... no hi ha un activisme majoritari ni a la vista. Has de buscar-lo. També depén prou de cada facultat. [...] Si tu fas compte de la quantitat de gent que hi ha matriculada en les universitats, i després veus la quantitat de gent que es mobilitza en coses com l'acampada per Palestina, perquè és fàcil veure que no és majoritari” (miembro Acampada por Palestina).

Desde algunos sindicatos estudiantiles usaban la baja participación en las elecciones universitarias como indicador de la poca implicación del estudiantado:

“Trobe que en general l'estudiantat està prou desmobilitzat. Per exemple, a les eleccions universitàries tan sols hi ha una participació del 13%. I sobre la resta de qüestions sí que hi ha una certa apatia, o ja no sé si es apatia o per desconeixement, però crec que la majoria de la població universitària no participa políticament. [...] Pot ser la implicació puntual en un acte és més senzill però el grau d'implicació en organitzacions a la universitat és baixet” (miembro BEA).

En un sentido parecido se expresan algunas voces que relacionan esta desafección con el individualismo:

“A la gente joven no le suelen interesar los temas sociales. Y más en una facultad de economía [...] La gente se centra en lo suyo, es muy individualista. Y lo que le pasa a los demás es problema de los demás. [...] La mayoría de veces ponen la excusa del tiempo. Muchas veces relacionado con los propios estudios” (miembro Facultad de Economía Ética).

En todo caso, algunas organizaciones sí ponían de valor el hecho de que una parte de la juventud universitaria participaba en actividades de acción social. En este sentido, desde el BEA se reflexiona sobre las diversas formas en que esta participación puede manifestarse.

“S'ha de diferenciar entre qui sí està polititzat i no està organitzat i està en busca d'un artefacte que els permetisca vehicular les seues idees i qui té una politització menys intensa o un tant per construir. Sobre les persones que tenen un nivell de politització més baix o més difús, al final sí hi ha espais de socialització fora de l'àmbit polític que al final te porten a organitzacions i si vens, bueno, la Universitat de València que té una tradició d'estudiants que venen de comarques valencianoparlants en una certa consciència lingüística i nacional i arribes a la universitat, te trobes que la universitat no és el teu poble de la ribera on tot el món parla valencià, llavors comences a vore que és un ambient diferent la ciutat i al final et juntes amb la gent que és més semblant a tu o que té eixe consciència lingüística” (miembro BEA).

Tal como reflejaban los resultados de la encuesta realizada en la primera parte de este estudio, también era extendida entre las personas entrevistadas la opinión de que la baja acción social de la juventud estudiante de la UV no implicaba necesariamente siempre una falta de visión crítica del mundo -como refleja el Gráfico 25-, casi un 80% de las personas encuestadas veían necesarios cambios profundos o radicales en la sociedad :

“La mayoría de la gente no es que no tenga una opinión sobre el mundo, pero creo que tienen una opinión cerrada y que no la quieren trabajar. Tienen lo que ya pensaban de casa, más los 4 vídeos que puedan ver. No quieren más formación política. Los jóvenes se quejan de muchas cosas, pero no quieren implicarse ellas en cambiarlo. Eso lo vemos mucho como representantes estudiantiles. La gente nos traslada lo que quieren que se haga, pero no trabajan por cambiarlo. Es una actitud un poco de clientes con los representantes estudiantiles” (miembro SAÓ).

Asimismo, personas vinculadas a la Acampada por Palestina, que participaron en el taller de discusión, abordaban el mismo tema, viéndolo más como una potencialidad hacia una mayor implicación social, si se daban las circunstancias adecuadas:

“Creo que, si bien poca gente está movilizada, mucha juventud está descontenta. La precariedad ha calado mucho, la universidad ha dejado de ser un ascensor social, el mundo tiene un montón de problemas... entonces hay un potencial de que, a través de proyectos políticos y causas justas, se dé solución a estas inquietudes que tiene la juventud. [...] De todas formas, aunque fuéramos pocos los estudiantes implicados... hay que valorar la presión que se ha hecho. Te das cuenta de que la lucha obtiene resultados aún siendo pocos. Imagínate si fuéramos muchos...” (miembro Acampada por Palestina).

PII: 4.1.2. Formas de acción social

Tras haber profundizado en la cuestión de los niveles generales de participación en actividades de acción social, se examinan las respuestas obtenidas acerca de las formas concretas de participación mencionadas. Como veremos, las formas mencionadas y explicadas con más frecuencia en las entrevistas se corresponden con las que, según la encuesta de la primera parte de este estudio, son las más habituales en la población de la UV, aunque encontramos matices en cómo se definen.

A continuación, se abordan las acciones mencionadas en las entrevistas, empezando por las acciones que se realizan individualmente, para luego centrarnos en aquellas que conllevan una implicación y organización colectiva. Es importante destacar que la acción individual referente al consumo responsable la trataremos específicamente más adelante, como se ha señalado previamente.

Acciones individuales

• Votación en elecciones

Este tipo de participación se mostró en las encuestas como la forma más habitual empleada por el alumnado de la UV (ver gráfico 41). Cuando se indicaba a las personas encuestadas diversas formas de acción social y se pedía a la persona que valorara del 0 (Ni lo he hecho, ni lo haría nunca) al 5 (Lo hago muy a menudo, siempre que puedo), la votación en elecciones obtenía un 3,8.

La votación en elecciones generales, al Parlamento Europeo, autonómicas o locales apareció también frecuentemente en las entrevistas como forma de participación. Como ejemplo:

“Sí que suelo votar en elecciones de gobierno, desde que puedo. Siempre intento votar y no en blanco” (21 años, femenino).

No obstante, en ocasiones, algunas entrevistadas expresaron las contradicciones qu-

les generaba su participación en procesos electorales.

“Sí voto, porque creo que es una responsabilidad pero a la vez voto por votar, quiero decir, creo de verdad que no sirve para nada. En corto plazo sí, porque si hay un gobierno progresista o conservador hará unas políticas u otras, que puedan favorecer a la clase trabajadora... pero a la vez creo que no cambia la raíz del problema de la sociedad en la que vivimos. Es un poco votar al mal menor” (22 años, femenino, grado de trabajo social).

Además de en las elecciones legislativas, solo un pequeño grupo de personas entrevistadas mencionó que votaba en las elecciones de la UV (un 11% de las 61 entrevistadas). Como señalamos anteriormente, desde los sindicatos estudiantiles, se percibía una participación muy baja en estas convocatorias.

“A les eleccions universitàries tan sols hi ha una participació del 13%” (miembro BEA).

Estas personas justificaban su falta de participación en las elecciones universitarias con argumentos similares a los siguientes, que se basaban en la percepción de que la representación universitaria es poco efectiva.

“No vaig votar, ja que considere que el moviment sindical en la universitat es troba un poc... no sé si malament és la paraula, però molt inactiu. Ja no és tan combatiu, perquè les opcions que hi havia eren Unió, que bueno... i Saó i el BEA... i bo el que han fet ha sigut posar quatre cartells parlant que faran moltes coses i no hem tornat a escoltar d'ells. Per això crec que no complixen la seua funció combativa que hauria de complir un sindicat. Jo crec que això és l'important. Si tu estàs en un sindicat, veure canvis, perquè si serà el mateix. Per això no vaig votar. Clar, si hi haguera un sindicat que sí que posara mesures i plantejara coses perquè tindria el meu vot, segurament” (18 años, masculino, grado de historia).

• Firma de peticiones

La firma de peticiones es otra actividad individual de baja intensidad, ya que requiere muy poco tiempo y compromiso. Aunque a cierta distancia de la votación, es a su vez también una de las más realizadas por el alumnado de la UV, con casi un 2,9 sobre 5 de media de respuestas cuando se preguntaba sobre el nivel de realización de esta actividad (ver el mencionado Gráfico 41). El 10% de las 61 personas entrevistadas decía haber firmado alguna petición de tipo social o político. Un ejemplo de ello lo mencionaba una estudiante de psicología:

“Firmé para que se legalizara la marihuana. Porque me parece que sería una medida que ayudaría a que lo que se fuma sea de más calidad” (21 años, femenino, grado en psicología).

• **Actividad en redes sociales**

Esta forma de participación parece menos habitual que las anteriores en el alumnado de la UV - obtuvo un 1,9 sobre 5 de media en las encuestas al preguntar sobre su frecuencia (Gráfico 41)-. En este sentido, pocas personas entrevistadas afirmaron realizar algún tipo de acción social por redes (8% de las 61), pero la mayoría de entrevistadas coincidían en que era una forma de activismo en auge. En todo caso, las entrevistas denotan un activismo por redes de poco compromiso e intensidad:

“Yo he compartido algunas cosas por redes, pero no me he metido más en ningún colectivo” (21 años, femenino, grado de historia).

Por su parte, las organizaciones sociales entrevistadas destacaban con énfasis la importancia de su labor en redes sociales, tanto para difundir su mensaje como para promocionar actividades específicas.

“Publiquem totes les accions per xarxes socials. Depenent del tipus d'acció se comunica d'una forma o altra” (miembro Extinction Rebellion).

“Últimament estem més actives en xarxes socials. Tots els vídeos que estem fent en el nostre discurs i el contingut en general que pugem crec que està molt bé” (miembro Asamblea Feminista de València).

Asimismo, el seguimiento y la interacción en redes sociales también servían como indicadores para que las organizaciones sociales pudieran evaluar su impacto y la recepción que tenían acciones específicas.

“Gracias a las nuevas tecnologías y redes sociales hemos llegado a tener publicaciones con 93k de visualizaciones” (miembro Estudiantes por la Libertad).

• **Asistencia a formaciones y otro tipo de actos más allá del currículum oficial.**

Según los resultados de las encuestas, esta forma de participación también se realizaba con poca frecuencia entre el alumnado de la UV (un 2 sobre 5, como indica el Gráfico 41). En las entrevistas, quienes afirmaron participar en formaciones mencionaron una amplia variedad de contenidos. Por ejemplo, una estudiante menciona:

“Por ejemplo fui a unas jornadas de concienciación sobre el movimiento LGTBIQ+. Luego algunas presentaciones de libros... participación un poco pasiva, diría” (22 años, femenino, grado de periodismo).

Al mismo tiempo, algunas personas especificaron haber participado más concretamente en actos de difusión de partidos políticos:

“Fui con unos amigos a un mitin del PP, y a otro de Ciudadanos. Por probar, yo le digo que sí a todo. Creo que es importante escuchar las diferentes posturas políticas.

Pero salvo esos mítines, nada" (21 años, masculino, grado de economía).

Para algunas personas de los colectivos sociales entrevistados, la organización de estas actividades formativas era una parte prioritaria de su actividad:

"En las charlas que hacemos, la media podría ser unas 50 personas por sesión. Pero la cantidad de público de nuestras actividades varía mucho según el tema se propone. [...] A parte de que el tema interese, intentamos hacer un certificado por la asistencia a 4 o más sesiones... y puede ser una razón de gente no muy convencida se acerque. Y muchos te acaban diciendo que les ha gustado" (miembro Facultad de Economía Ética).

Por su parte, desde SAÓ señalaban que resultaba cada vez más difícil atraer público a las actividades que tienen un formato de charla.

"A otras actividades, cuesta que la gente venga, como charlas y mesas redondas. A veces participamos en alguna feria o ponemos una mesa informativa en algún sitio para dar a conocer los derechos estudiantiles... y viene la gente, pero no es la cantidad que nos gustaría. [...] Puede que las charlas funcionaran mejor antes. Con la primavera valenciana, cuando estaba súper movido. Parece que se necesita un poco de conflicto para que la gente esté activa" (miembro SAÓ).

En todo caso, desde la Asamblea Feminista reflexionaban sobre cómo este tipo de actividades formativas, en las que se enfatizan sus componentes socializadores y lúdicos, pueden ser una forma de activismo intermedia que atrae a gente que quiere involucrarse, pero quizá no tanto como para participar de forma estable en un colectivo:

"Entre els meus cercles les meues amigues sí que solen vindre a tot el que les envie. Una cosa recurrent a la que venen són els cafetes del CSOA [...] A banda del que ja he comentat, ara per exemple hem organitzant tallers oberts d'autodefensa feminista. També hem fet formacions que estan obertes a amiguis. Treballem de la mà amb l'orgull crític que s'estan fent les reunions per organitzar-lo. Pel dia de la visibilitat lèsbica hi ha un acte organitzat a la plaça de colón. Si ens criden a presentacions de llibres també anem si ens quadra. I ara tenim organitzada la fira feminista. En tots els actes polítics dins del moviment assembleari si podem participar d'alguna forma ho fem" (miembro Asamblea Feminista de València).

• Asistencia a manifestaciones y concentraciones

Esta forma de participación parecía, según la encuesta, también realizada con poca frecuencia, de manera similar a la acción en redes sociales y la asistencia a formaciones y talleres, obteniendo una puntuación de 2 sobre 5. Sin embargo, era una de las formas de acción social que primero se venían a la mente del estudiantado durante las entrevistas cortas: hasta un 26% de las personas entrevistadas dijeron haber participado recientemente en este tipo de actividades. Sin duda, las manifestaciones por

causas feministas, y en concreto el 8M, fueron las más mencionadas dentro de esta categoría en las entrevistas. Como ejemplo:

“Sí que ha ido a manifestaciones como el 8M. Porque soy feminista” (21 años, femenino, grado de Biología, implicación media).

Desde la propia Asamblea Feminista hablaban, de hecho, de la última manifestación del 8M como un éxito rotundo de convocatoria:

“La manifestació del 8M d'enguany ha tingut moltíssima assistència, hem comptat unes 12.000 persones i l'any passat erem com la meitat i l'any anterior encara menys” (miembro Asamblea Feminista de València).

Otro tema muy mencionado en cuanto a manifestaciones y concentraciones fue la protesta contra el genocidio de Israel en Gaza. En este caso, el momento de realizar la investigación resultó crucial para esta representación, ya que, durante los meses de trabajo de campo, los ataques israelíes en la Franja fueron constantes y movimientos como la Acampada por Palestina estaban difundiendo ampliamente la cuestión. Quizá esto explica por qué, sin ser una forma de participación tan presente en las respuestas a las encuestas (realizadas antes de estas protestas), las manifestaciones como forma de acción social estuvieron muy presentes en las entrevistas.

Asimismo, las manifestaciones por causas ecologistas y de defensa del territorio parecían atraer a parte del estudiantado de la UV.

Es relevante a su vez que, muy a menudo, las mismas personas hacían referencia a su asistencia a actos relacionados con todas estas causas. De este modo, se aprecia una convergencia entre diferentes ejes de protesta social:

“Hemos ido a diferentes manifestaciones... 8M, el orgullo, con el tema de Palestina, contra la ampliación del puerto, hace un tiempo, en manifestaciones contra los recortes en sanidad o educación... y yo la primera que fui fue contra el cierre de la televisión pública valenciana. Y también me manifesté contra el aumento de los precios de la energía” (22 años, femenino, grado en Sociología y Ciencias Políticas).

Otro ejemplo de esta multiplicidad de causas por las que manifestarse es el siguiente:

“He anat a manifestacions com les del 8M. També m'haguera agradat anar a la del 9 d'octubre, però no vaig poder. És important reivindicar algunes causes. Com els drets de les persones trans, o la defensa del valencià. O la lluita contra el canvi climàtic” (18 años, femenino, grado de Estudios Ingleses).

Las organizaciones sociales entrevistadas hablaban de estas convocatorias de manifestaciones y concentraciones, en general, como una parte importante de su actividad, como forma de difundir unas determinadas ideas y de mostrar una fuerza contestataria en las calles. Además, estas movilizaciones podía servir para darse a conocer

ante ciertas personas:

“Quan fem coses al carrer, veiem que molta gent no ens coneix. La gent se'ns apropa i ens pregunta, i ahí tenim una primera oportunitat d'apropar-nos a les persones. I després, les aliances que fem també fan que gent acabe apropant-se al nostre col·lectiu” (miembro Extinction Rebellion).

Acciones que implican participación y organización colectiva

• Participación en órganos de la UV

Esta no fue una forma de participación social sobre la que se preguntara directamente en la encuesta. En todo caso, cabe señalar que 2 de las personas entrevistadas sí la mencionaron en las entrevistas.

“Yo estuve en la asamblea de delegados y en la asamblea general de estudiantes” (22 años, masculino, grado de sociología).

En apartados posteriores profundizaremos en estos mecanismos de participación y en cómo algunas organizaciones relacionadas con la universidad criticaban la forma en que estaba planteada esta estructura representativa.

• Participación en ONGs y asociaciones fuera de la Universidad

Esta forma de participación parece realizada con menor frecuencia que las anteriores, según se mostraba en la primera parte del estudio (1,65 sobre 5 de media a las respuestas cuando se preguntaba por la frecuencia de participación, como se veía en el Gráfico 41).

En las respuestas de personas en las entrevistas cortas que afirmaban participar en ONGs y asociaciones fuera de la UV (un 13% de las 61 entrevistas), se observaban distintos niveles de compromiso, un aspecto que no captaban las encuestas. A veces, este compromiso parecía firme y sostenido en el tiempo:

“Yo participo en una asociación ASMPMEC (asociación de madres y padres de niños con cáncer) de la Comunidad Valenciana, y soy voluntaria allí” (20 años, femenino, grado de Educación Social).

“Empecé en Jarit [...] luego también con mis colegas del barrio creamos Joves per Russafa, que es una entidad sin ánimo de lucro que hacemos acciones en el barrio, y luego ya he participado de manera externa en otros proyectos” (22 años, femenino, grado de pedagogía).

Otras veces, esta participación parecía tener una estabilidad más intermedia. Este era el caso que nos comentaba este estudiante de ADE de 19 años:

“El año pasado me apunté a una organización tipo ONG para pasar tiempo con la gente mayor y eso. Ahora con exámenes me lo he dejado porque tenía que estudiar pero cuando acabe intentaré volver” (19 años, masculino, grado de ADE).

Y, en otras ocasiones, parecía una colaboración puntual, aunque siguiera teniendo componentes de organización colectiva:

“Participo en Cáritas, dando alimentos y ropa, porque está cerca de mi casa, pero no soy de la asociación, solo colaboro de vez en cuando” (19 años, femenino, grado de Psicología).

- **Participación en partidos políticos, sindicatos y organizaciones de base militante.**

La participación en organizaciones políticas como partidos o sindicatos estudiantiles o externos a la universidad era también una opción realizada con poca frecuencia por el alumnado de la UV (0,85 sobre 5 para organizaciones externas a la Universidad y 0,9 sobre 5 para las internas, como se ve en el Gráfico 41). De hecho, solo 1 de las 61 personas entrevistadas aleatoriamente la ejercían:

“Pues sí que participo en una organización política. Soy concejal y militante de un partido político” (20 años, masculino, grado de derecho).

No obstante, sobre esta cuestión se puede extraer información muy relevante de las organizaciones entrevistadas. Por ejemplo, sobre el proceso de darse a conocer como sindicato de estudiantes y sobre cómo afrontan las campañas electorales SAÓ comenta:

“Nosotros somos bastante activos en los inicios de cursos, y durante todo el año haciendo diferentes actividades, si es cuando más se pueden acercar a nosotros. También participamos en las redes, nos exponemos y la gente puede comparar entre los sindicatos mayoritarios [...] Las campañas electorales siempre son un plus para motivar a la gente, hacer acciones, se acaban las campañas electorales, hay que seguir movilizándolo al estudiantado siempre. Nosotros nos presentamos a los órganos de representación en la Universidad de Valencia son campañas donde hay debates por las clases, hay posters, merchandising... hay de todo. Eso suele atraer gente” (miembro SAÓ).

En un sentido más amplio, desde Arrels del Canvi nos comentaban cómo plantean sus actividades para intentar atraer a más gente a sus causas:

“I després hi ha altra gent que ve a les activitats puntualment, sense estar molt implicades. Depèn de l'activitat. Les més lúdiques atrauen a més gent... les més teòriques menys. Igual en una xerrada solem ser unes 30 persones [...] A vegades és frustrant preparar prou una activitat i veure que no ve quasi ningú. Per això solem fer valoracions de què ha passat, i tractar de millorar. [...] S'han de combinar diferents vessants. Primer fer a la gent estar a gust, i després ja afrontar coses més denses. Nin-

gú milita en un puesto on no està còmode" (miembro Arrels del Canvi).

Por su parte, desde el BEA reflexionaban sobre qué era lo que atraía, en primera instancia, a una persona a involucrarse en una organización de esas características, y cómo, una vez dentro, se desarrolla la conciencia política de las participantes:

"Alguns estudiants de valencià parlants entren en el BEA moltes vegades només amb eixa consciència lingüística, jo crec que el factor de la defensa i la promoció del valencià és un dels més importants a l'hora d'entrar al sindicat i després te trobes amb tota la vessant de l'educació pública, la qüestió nacional, el feminisme, la sostenibilitat. En eixe sentit, el BEA fa un poc d'escola de moltes coses, quan entres te trobes amb companyes que tenen interessos diferents a tu, que els porten a l'organització i l'organització també aprèn i al final acabes en una diversitat i una pluralitat d'idees i de formes d'implicar-te en la vida que fora de l'organització no t'hagueres trobat" (miembro BEA)

- **Militancia en colectivos informales, como asambleas de barrio o proyectos políticos autogestionados**

La participación en este tipo de colectivos se reveló en el estudio cuantitativo como más frecuente que la participación en organizaciones políticas formales, aunque sigue siendo igualmente limitada (1,25 sobre 5, como se ve en el Gráfico 41). En el conjunto de 61 personas entrevistadas, sólo dos personas afirman participar en este tipo de colectivos:

"Yo milito en el sindicato de barrio de Malilla y también en una organización de juventudes socialistas, OJS" (22 años, femenino, grado de Trabajo Social).

Una posible causa de esta diferencia en la participación podría estar relacionada con lo que menciona uno de los colectivos entrevistados. Este señala que, a diferencia de las asociaciones formalizadas, los colectivos informales pueden permitirse realizar formas de acción social que resultan alegales o directamente confrontan la legalidad vigente, lo cual puede darles más relevancia:

"Les accions directes no violentes, a vegades han tingut molta difusió i ens han posat en el ull públic. Amb molta crítica, però també atenció. És una cosa que continuem parlant en les reunions... perquè la gent té visions diferents, i algunes accions tenen pros i contras molt forts a la vegada. El debat continua obert, i se fa en referència a cada acció concreta. [...] Cada tipus d'activitat funciona millor de cara a un perfil de gent concret. Per això tenim unes propostes tan diverses. Ho fem conscientment, perquè considerem que són importants totes les vessants" (miembro Extinction Rebellion).

PII: 4.1.3. Perfiles más movilizados

En la encuesta desarrollada en la primera parte del estudio, se abordó el tema de los perfiles que más y menos acción social realizaban. A partir de los resultados obtenidos, en las entrevistas nos hemos centrado principalmente en dos características que se revelaron de especial relevancia, ya que se asociaban tanto con la intensidad y las formas de participación como con el tipo de causas que movilizan: el género y la edad. En este apartado, profundizaremos en algunos aspectos de las relaciones entre variables que emergen en las entrevistas.

Relevancia del género

Los resultados de la encuesta de la primera parte del estudio indicaban que las mujeres estudiantes de la UV realizaban más prácticas de acción social que los hombres (ver gráfico 42). Asimismo, en la mayoría de entrevistas a los colectivos encontramos percepciones que validan estos resultados. Además, la mayor participación de las mujeres no solo se entiende como una realidad actual, sino también como una tendencia que seguirá en aumento

“En el nostre col·lectiu estem totalment equiparats. Però en altres organitzacions sí que veiem més dones que homes, pot ser. Crec que el moviment feminista ha mobilitzat a moltes dones, i si ja estàs implicada, és més fàcil que te mobilitzes en altres causes” (miembro Arrels del Canvi).

“Desde luego en nuestro colectivo, la mayoría somos mujeres. Solo tenemos 2 chicos. No sé si tiene algo que ver con que a nosotras nos han inculcado más el hecho de cuidar, con lo cual es más fácil que nos sensibilicemos con estas cosas. Los años anteriores estaba más equilibrado. Y los anteriores presidentes eran hombres. Quizá el hecho de llevar yo la comunicación y tener la presidencia ha influido en que se feminice más. Quizá cuando lidera una mujer, se llama a la participación de más mujeres” (miembro Facultad de Economía Ética).

Además, las personas entrevistadas de las organizaciones suelen caracterizar esta participación como especialmente consciente y relevante, ya que las mujeres han sido socializadas en valores asociados al cuidado, la escucha activa y la responsabilidad, elementos clave para sostener las organizaciones.

“En l'assemblea feminista som no mixtes, així que no hi ha homes. Però en general crec que les dones som més activistes que els homes. Al BDS estem parells, però al final les dones assumim més càrregues o s'impliquem d'una forma més profunda, crec per aquesta cosa de que ens costa més dir que no” (miembro Asamblea Feminista de València).

La mayoría de discursos de las personas entrevistadas buscan, de hecho, la explicación de la mayor participación de las mujeres - particularmente en las cuestiones del feminismo y el ecologismo - con la socialización en los valores mencionados. Por ejem-

plo, una persona afirma:

“En XR tenim moltes més dones que homes. Una interpretació que se pot fer... les dones sempre han estat relegades a les tasques de cures i de sosteniment de la vida. Aleshores és normal que estiguen més preparades per a connectar emocionalment amb problemàtiques que posen en perill la vida de les nostres comunitats. Tenen més sensibilitat per a estos temes. [...] A més les pràctiques feministes són molt importants dintre de XR. L'últim taller de lectura que hem fet ha sigut sobre ecofeminisme. Així que ho tractem directament” (miembro Extinction Rebellion).

Por otro lado, es interesante destacar que las personas que resaltan la presencia de más mujeres en los colectivos o su mayor nivel de implicación no consideran que esto sea sinónimo de detentar mayores cuotas de poder. Particularmente en las organizaciones más institucionalizadas, como los sindicatos estudiantiles, se apunta que los hombres siguen mostrando una mayor predisposición a asumir roles y cargos de mayor responsabilidad y visibilidad pública:

“En quant a gènere estem prou paritaris. Tenim una permanent d'unes 20 persones que és paritaria i a la resta de militància no t'ho sabria dir perquè no tenim eixe registre [...] Tenim una opinió positiva dels espais no mixtes i les militants del BEA estan molt contentes i gaudeixen molt de l'experiència perquè el troben un espai més engrescador [...] les dones que militen al BEA són molt actives i són de les primeres en agafar la iniciativa a l'hora de fer alguna acció disruptiva. De fet, l'única acció que s'ha fet a 2024 ha sigut una acció a la politècnica pel 8 de març. [...] Sí que hem notat que els homes del BEA tenen una major predisposició a parlar en les assemblees, a parlar en públic, a presentar-se als càrrecs, sí que hem detectat un biaix en aquest sentit. Però en els càrrecs institucionals també seguim per norma sempre criteris paritaris” (miembro BEA).

“La representación estudiantil está muy masculinizada. [...] Igual un 70% de los representantes son hombres. Y eso que hay más mujeres universitarias que hombres [...] Aún así, sí que veo que las mujeres están más movilizadas en general. Últimamente, sobre todo, en temas como el feminismo” (miembro SAÓ).

Relevancia de la edad

Al igual que ocurría con el género, los resultados cuantitativos de la primera parte del estudio (ver por ejemplo los gráficos 39 y 43) sugerían la relevancia de la edad en relación con los comportamientos y las perspectivas sobre la movilización social. Así, a medida que aumentaba la edad del estudiantado de la UV, el nivel de acción social practicado crecía de manera notable.

Estos resultados cuantitativos parecen corresponderse con la percepción de la realidad de algunos de los colectivos entrevistados, que proponen a su vez algunas explicaciones:

“Hemos notado que los estudiantes más mayores suelen tener más interés en estas actividades complementarias que organizamos. La gente de primero igual piensa que es una pérdida de tiempo o que no puede aportar nada” (miembro Facultad de Economía Ética).

“La gente de 18 o 20 años lo que quiere es ir a las clases y después irse a tomar algo. Descubrir la vida universitaria. Y empecé en representación estudiantil con 21. Con más de 25, ya te ves con vida vivida, y sabes cuáles son tus causas, y ves si quieres implicarte o no. Mucha gente ya pasará de todo, pero otros se implicarán más” (miembro SAÓ).

Varios colectivos ofrecen como explicación adicional el hecho de que las personas más jóvenes están más influenciadas por las redes sociales y más desconectadas de la vida comunitaria.

“Crec que la gent molt jove està molt influïda per les xarxes socials. Viuen molt a través de la pantalla. Aleshores és més difícil que participen activament en moviments comunitaris. Joestic prou desesperançada per ahí. Perquè lo normal és que vaja a pitjor. [...] Aleshores és normal que els de 25 o 30 estiguen més implicats” (miembro Extinction Rebellion).

“Nosaltres és que som sobretot gent de 20 i poc. És veritat que quan tens 18... igual polititzar-te no és la teua prioritat. I la flama se te va encenent un poc després. No sé. I també els joves estem molt influenciats per les xarxes socials. Que al final individualitzen, dificulten la empatia i l'implicació... no t'ensenyen a juntar-se i crear coses de forma col·lectiva. [...] En el tema general de l'ecologisme, hi ha molta més gent major que jove. Molts són jubilats. Igual és gent que té més connexió amb la terra, perquè la majoria dels joves estem molt urbanites” (miembro Arrels del Canvi).

Por su parte, desde la Asamblea Feminista se comparten solo parcialmente estas afirmaciones. Al respecto, se recalca que es importante considerar que la edad de las personas movilizadas depende mucho de la temática en cuestión:

“Respecte a l'edat, en la nostra assemblea, jo tinc 20 anys i la següent més jove té 23-25 i d'ahí cap a dalt. És súper intergeneracional realment perquè també militen dones amb 70 anys i són gent súper activa, tot i que hi ha una concentració de gent de 30 a 40 anys [...] En la meua experiència la gent de 25 sí és més activa que la de 18. Crec que és una cosa que passa en alguns col·lectius i en altres no. Per exemple, tinc altres amics que militen en col·lectius ecologistes i ahí sí hi ha molta participació jove o en la qüestió de l'habitatge que, excepte en el cas de la Saïdia, acostuma a ser gent molt jove. Per exemple, el Sindicat d'Habitatge està format fonamentalment per joves. Crec que és una cosa que respon principalment a la temàtica, perquè l'habitatge i l'ecologisme són moviments relativament nous. També perquè estem veient que aquestes coses ens afecten de cosa súper directa a la gent jove” (miembro Asamblea Feminista de València).

Finalmente, es interesante compartir la reflexión desde la Acampada por Palestina sobre lo aparentemente contradictorios que pueden ser los ciclos de acción social según la edad, ya que cuando se es más joven y se tiene más tiempo para dedicar a la participación, muchas veces aún no se ha desarrollado una conciencia social movilizadora:

“La juventud muchas veces no es consciente de las opresiones que va a sufrir. Cuando ya están insertados en la cadena de producción, cuando su vida ya es trabajar para pagar la vivienda, ya no tienen tiempo para luchar. Entonces cuando tienen tiempo libre, tienen una visión menos estructural” (miembro Acampada por Palestina).

PII: 4.1.4. Causas que más movilizan

Según la percepción de todas las organizaciones sociales entrevistadas, los temas que consideran que más movilizan a la población joven universitaria son el feminismo y el ecologismo. Como se observó en la parte cuantitativa y exploratoria de este estudio, estos temas efectivamente estaban entre los que más movilizaban al alumnado de la UV - un 41% del alumnado se sentía movilizado por el feminismo y un 25% por el ecologismo, estando las dos cuestiones entre las 5 que más movilizaban, de las 24 sobre las que se preguntaba (ver Gráfico 37).

Al profundizar sobre las causas, los colectivos consideran que ambas son cuestiones polémicas en el debate público, por lo que deben abordarse con cautela: por un lado, atraen a parte de la población, pero también posicionan a ciertos sectores en contra:

“Tanto en el feminismo como en el ecologismo hay además muchas posturas enfrentadas, son debates muy difíciles. Y tienes que tener cuidado cuando los abordas” (miembro Facultad de Economía Ética).

En lo que respecta al movimiento feminista y las controversias que lo rodean, varios colectivos reconocen los conflictos internos que existen. Sin embargo, también señalan que, a pesar de ello, sigue siendo un movimiento de referencia, con una sólida organización interna.

“Al començament el moviment feminista era més unitari i amb el temps s'ha anat dividint. A la ciutat de València tenim dos grans grups distints, per una banda la coordinari feminista i grups més afins a elles i per altra banda l'assemblea feminista” (miembro Asamblea Feminista de València).

“Algunes persones diuen que l'ecologisme hauríem d'aprendre del moviment feminista. En la manera d'organitzar-se... en com transmetre el discurs...” (miembro Arrels del Canvi).

Al margen de las dos causas mencionadas, los colectivos también mencionan otras

temáticas que tendrían cierta capacidad de atracción de la juventud universitaria, como la defensa de los servicios públicos, la lucha por el derecho a la vivienda, las movilizaciones en contra de la precariedad laboral, las cuestiones nacionalistas, identitarias y lingüísticas y la protección del territorio.

“Altra qüestió on hem pogut notar que teníem prou recolzament de la comunitat universitària va ser el tema de l'ampliació del port quan férem una vaga estudiantil a 2021, a més de que hem fet diverses manifestacions. [...] I arrel de les darreres eleccions autonòmiques qüestió territorial, nacional i lingüística també són temes que interpelen prou a l'estudiantat [...] també la qüestió de l'habitatge, les condicions de vida, el futur... trobe que totes tenim una percepció de que se'ns vé un futur molt negre” (miembro BEA).

Todas estas cuestiones, como se muestra en el Gráfico 37, aparecían en los resultados de la encuesta como algunos de los temas más relevantes para el alumnado, aunque los términos utilizados en la encuesta no coincidieran exactamente con los empleados por los colectivos. En particular, los servicios públicos y los derechos humanos aparecían como las dos causas de mayor interés.

En cambio, sí aparece una causa movilizador en la mayoría de las entrevistas a miembros de colectivos que no se especificaba en la primera parte del estudio: la defensa de Palestina y las protestas contra el genocidio israelí. Se explicaba anteriormente que esta podía responder no solo a la importancia del conflicto, sino también a los hechos que estaban ocurriendo en el momento en que se realizó esta parte del estudio:

“La causa Palestina ha movilitzat molt ara. Però és normal concienciar-se si estàs ve”ient un genocidi [...] Les acampades han sigut molt interessants perquè han movilitzat una xarxa de gent jove que està aprenent a autoorganitzar-se” (miembro Arrels del Canvi).

Desde la propia Acampada por Palestina nos contaban cómo habían conseguido posicionarse públicamente y conseguir ciertos objetivos en relativamente poco tiempo:

“La primera noche éramos 60 personas. Y a partir de entonces, en la acampada se mantuvieron alrededor de 30 personas. Fue pionera y se extendió a otras universidades por todo el estado español. Entonces ahí el impacto de nuestra acampada fue tremendo. [...] la acampada ha llegado también a gente de la comunidad árabe y musulmana en España. Y nuestras demandas han llagado a oídos del gobierno central. Y sea de forma más o menos honesta... Se ha forzado al presidente y a la ministra de universidades a decir que estaban de acuerdo con los objetivos de las acampadas [...] Esta acampada ha sido una escuela de lucha para muchas personas. Y puede marcar un precedente para movilizaciones futuras en la universidad” (miembro Acampada por Palestina).

PII: 4.1.5. Razones para no movilizarse

En la discusión sobre el nivel de implicación del alumnado de la UV, se han mencionado algunas de las razones expuestas en las entrevistas para justificar el considerado como bajo nivel de activismo de la población estudiantes de la UV. En este punto, ampliaremos y desarrollaremos estas razones, señaladas tanto por los representantes de las organizaciones como por los estudiantes entrevistados a título individual y en el taller.

Como se verá, algunos de los motivos que menciona las personas entrevistadas ya aparecieron en la encuesta, mientras que otros no fueron considerados, o al menos no en los mismos términos.

- **Individualismo y falta de relaciones comunitarias**

El individualismo, tanto en sociedad en general como en el pensamiento y las acciones del alumnado de la UV en particular, se considera, explícitamente, por la mayoría de las personas entrevistadas de los colectivos y en el taller participativo como una de las cuestiones fundamentales detrás de los bajos niveles de movilización. Se trata de una cuestión sobre la que no se preguntó expresamente en la encuesta, aunque esta contenía preguntas relacionadas con esta cuestión (ver Gráfico 46):

“Por la sociedad individualista en la que vivimos...nos educan para pensar solo en nosotros mismos. Tener nuestra casa, nuestra familia, nuestro trabajo... y todo lo que se salga de ahí está mal visto” (intervención en debate taller).

En las entrevistas a miembros de los colectivos se profundiza en explicaciones sobre las causas y consecuencias del individualismo. Se considera que este se perpetúa a través de la socialización que hemos experimentado y por la falta de espacios donde las personas puedan generar alternativas colectivas y sentirse parte de una comunidad de forma orgánica. Esto impacta en su capacidad de compromiso social y político:

“Són molt importants les institucions intermitges [...] com a exemple, el moviment socialista ha arrelat més en la societat vasca, i pot ser perquè aquesta és una societat més cohesionada, amb moltes institucions intermitges. Centres socials, espais comunitaris... Per què som individualistes? perquè hi ha un buit de institucions intermitges. Que siguin espais per fer comunitat i polititzar-se. Això pot ser, per exemple, una banda de música, no cal que siguin organitzacions polítiques estrictes. [...] Però clar, el neoliberalisme porta dècades individualitzant i atomitzant-nos” (intervención en debate taller).

Es interesante señalar que, en varios casos, las entrevistas complementan el análisis del individualismo y la falta de comunidad con una explicación más amplia del fenómeno en el marco de la deriva capitalista de nuestras sociedades. Se entiende que en el modo de vida que promueve el sistema económico actual se encuentra gran parte de la explicación del avance del pensamiento y comportamiento individualistas:

“Vivim en un capitalisme molt accelerat que no fomenta que ens impliquem en causes polítiques, malgrat ser la part privilegiada del món. Ens creen necessitats consumistes i ens anyunyen de pensar en temes importants com aquest. Molta gent diu que no té temps. Però sol ser qüestió de prioritats. Però jo ho veig d'un altra manera, si no ens impliquem i canviem les coses, no hi haurà un futur habitable, així que aquesta acció ha de ser prioritària. Però la gent no ho veu així “ (miembro Arrels del Canvi).

• Falta de tiempo y exigencias universitarias

En relación con el contexto económico identificado anteriormente, surge en los discursos de las entrevistas un elemento que explica la falta de implicación: la falta de tiempo. Este ya fue un aspecto sobre el que se preguntó directamente en la encuesta, y figuraba como el más señalado (el 44% de las personas encuestadas) como razón para no participar.

En las entrevistas se detalla con frecuencia que la acción social no es considerada ni una prioridad ni un deber, particularmente si se compara con el trabajo y al estudio, actividades con las que se contraponen con frecuencia.

“Estoy de acuerdo con las causas, pero no me implicó. Las personas jóvenes tenemos un problema de tiempo... con los estudios, el trabajo... no tenemos tiempo para implicarnos en esas cosas” (24 años, femenino, grado de medicina).

“Sobre todo es la falta de tiempo... Nos pasamos muchas horas en la universidad, luego hay que estudiar por la tarde. Y si tienes más actividades que hacer... eso echa para atrás” (19 años, femenino, grado de psicología).

Además, es importante puntualizar que la mayoría de los discursos coinciden en que, a la falta de tiempo y la baja participación en general, se suma el hecho de que la Universidad no parece interesada en romper estas dinámicas

“Hay una falta de motivación por parte del estudiantado para involucrarse en cosas que no están puramente dentro de la clase. Entonces a veces es positivo que se fomente, o se obligue de alguna manera. Desde los profesores, con créditos de libre elección, con certificados... [...] También creo que en las asignaturas de la facultad hay una perspectiva demasiado teórica, que en la vida real no funciona [...] A los planes de estudio normalmente les falta una perspectiva más amplia” (miembro Facultad de Economía Ética).

“Nosotros consideramos que la baja participación se debe a la implantación del grado y al cambio de vida universitaria. Antes, con la licenciatura, los estudiantes elegían las asignaturas por profesores, no por grupos cerrados, lo que en ocasiones hacía que estuvieran todo el día en la universidad. Hoy acudimos de clase, a casa, no nos quedamos en la universidad, no se hace vida en la universidad. [...] Además, al limitar los créditos de libre elección, hoy ects, y que las asociaciones no puedan

ofertarlos, ha descendido tanto el interés de los estudiantes en acudir a las conferencias o charlas que organizamos; como al profesorado por participar en ellas, puesto que se ven obligados a “influenciar” a sus alumnos para que acudan, para que la sala no esté medio vacía” (miembro Estudiantes por la Libertad).

• Precarización de la vida

Aunque no fue un tema abordado en las encuestas, la precariedad se menciona con frecuencia en las entrevistas. Para varias de las personas entrevistadas, especialmente las vinculadas a organizaciones, la precariedad se percibe como una situación que podría movilizar y fomentar una respuesta social para combatirla. Sin embargo, combinada con el individualismo previamente mencionado, se convierte en un factor de alienación. Esta alienación impide que la población tenga una visión más amplia de su situación, lo que dificulta involucrarse en alguna causa.

“Les persones joves tenim moltes coses que fer i la majoria tenim vides molt precàries baix aquest sistema. Aquest crec que és el principal impediment. Tindre vides mediades pel capitalisme impossibilita o dificulta l'activitat política” (miembro Asamblea Feminista de València).

De manera interesante, y aunque pueda parecer contradictorio, junto a la precarización también se menciona, como causa de desmovilización, la (falsa) apariencia de comodidad material en nuestras sociedades:

“I a la vegada hem aplegat a un punt excessives comoditats que ens nubla la vista. Que no ens deixa vore la realitat en la que vivim” (miembro Extinction Rebellion).

• Desesperanza y falta de alternativas que resulten creíbles

Resulta significativo cómo los propios colectivos entrevistados reconocen la enormidad de los retos que abordan:

“Per a canviar realment les coses s'ha de destrosar el sistema. I és difícil estar disposat a això. És més fàcil confiar en la tecnologia... pensar que amb accions individuals com reciclar val... però això no és suficient. El canvi necessari implica trencar amb totes les teues rutines. I és molt difícil [...] El capitalisme ha fet súper bé el donar la suficient comoditat perquè la gent pense que no se pot aconseguir res millor” (miembro Arrels del Canvi).

En este sentido, algunos discursos señalan que la juventud a veces percibe los grandes desafíos como inabordables y cree que no existen alternativas viables para enfrentarlos.

“Todos los jóvenes saben de los problemas... del colapso ecológico, de la violencia de género, de la discriminación al colectivo lgtbqi+, de la precariedad... Pero no hay un relato que les convenza. No porque no exista, sino porque ha habido una

derrota histórica de las alternativas. Ante el capitalismo principalmente. Los jóvenes de hoy son más capaces de imaginar un apocalipsis que un futuro alternativo al capitalismo. Los relatos de la postmodernidad... no acaban de ser convincentes. Son un refrito de un refrito y siempre abordan cuestiones parciales" (intervención en debate taller).

Para varias personas entrevistadas, la conciencia de que los retos sociales, ecológicos y políticos son urgentes y enormes, combinada con la falta de propuestas que parezcan factibles, parece estar generando una sensación de desesperanza generalizada. Sin embargo, en la encuesta, la opción "no sirve para nada, no va a cambiar nada" fue mencionada como razón para no movilizarse por solo el 8% de las personas encuestadas (ver Gráfico 46).

"Pense que molta gent sí que està molt angoixada. A algunes persones això les pot mobilitzar, però a altres és tot lo contrari. Veuen els reptes molt grans i molt difícils, i no veuen per on començar a canviar les coses. [...] crec que la clau està en dir la veritat, assumir que estem en un moment difícil, amb possibilitat d'un futur molt fosc, però a la vegada s'han de donar solucions factibles, exemples d'èxit, alternatives viables... això porta esperança i pot mobilitzar a la gent [...] La falta d'esperança és desmobilitzadora. Veiem el futur de forma pessimista. I acabes entenent a la gent que, per no deprimir-se, acaba per no pensar en els problemes" (miembro Extinction Rebellion).

Esta sensación de impotencia, mencionada por las organizaciones entrevistadas, también se refleja en las respuestas de los estudiantes entrevistados a título individual. Con frecuencia, junto a esta sensación, surgen una crítica al sistema político y a las élites políticas y económicas.

"Como estudiante lo único que puedo hacer es protestar, si estás dos meses protestando y ves que nadie te escucha, de arriba digamos, pues tampoco... al final tú necesitas tu tiempo para tus cosas, tienes tu vida, y si esos problemas directamente no te afectan pues al final se acaban olvidando un poco" (18 años, masculino, grado de química).

"Creo que los jóvenes están cansados... y ven que es muy difícil cambiar las cosas. Por mucho que vayas a manifestaciones, no vas a cambiar nada. Es algo representativo. El poder lo tienen los altos cargos" (21 años, femenino, grado de fisioterapia).

"La población en general, y sobre todo la juventud, está harta del actual sistema político, que ha pasado de ser una vocación de servicio a un trabajo; unido a los innumerables casos de corrupción han hecho que la gente deje de creer en la política y la considere una pérdida de tiempo" (miembro Estudiantes por la Libertad).

Por otro lado, mencionamos anteriormente que parecía que la acción social no se considera en general como un deber, pero el trabajo o el estudio sí. Tampoco se percibe la contribución al bien común como una acción que ofrezca un beneficio perso-

nal. Esto refleja el individualismo mencionado en ocasiones anteriores.

“No està clar l'incentiu de participar. Jo puc estar a favor d'una causa, però si participe conseguiré alguna cosa? Jo crec que eixe pensament està prou present en la joventut” (miembro BEA).

“Creo que los jóvenes vemos difícil el cambio. Como que el impacto es poco para el mucho esfuerzo que implica. Y también hay bastante de pereza. Yo creo que la gente piensa que no va con ellos. Que no ganan nada con participar. Que ya lo harán otras personas por mí. Es un poco cultura del espectador. Creo que a la gente joven no le gusta hacer cosas por amor al arte. No ven que si participan, algo aportarán, por poco que sea. [...] Sale más gente a la calle si el Madrid gana la liga, que por causas justas. Es un poco triste” (21 años, femenino, grado de historia).

• Falta de capacidad de las organizaciones para comunicar y motivar

En la encuesta, en una pregunta abierta que indagaba sobre las acciones que podrían cambiar las organizaciones para incentivar la participación de la juventud (ver Gráfico 47), una de las respuestas mencionadas apuntaba a mejoras en su comunicación. Este aspecto cobra relevancia nuevamente en esta parte del estudio, ya que, en ocasiones, las personas entrevistadas señalaron la incapacidad de los movimientos sociales para generar discursos tangibles, comprensibles y motivadores:

“Tampoc hi ha propostes. Existeixen algunes... però són idees que no aterren. Fa falta un imaginari que incite a la gent per a lluitar per un món millor. Per exemple, per una societat decreixentista. Podríem posar més pes als avantatges de viure en unes ciutats més amables, habitables, sense cotxes... [...] La extrema dreta i la dreta tenen discursos a vegades més mobilitzadors, encara que siga asustant a la gent amb mentires” (miembro Arrels del Canvi).

“En un encuentro con otros representantes de otras universidades... un chico [...] dijo que a lo mejor no es que la gente no quiera participar en las cosas. Es que a lo mejor nosotros estamos desfasados y buscamos un nivel de representación que no es lo que busca el estudiantado. Igual las cosas han cambiado por ahí, son modas, y no nos estamos adaptando del todo a lo que quiere la gente. [...] pero yo no lo veo así” (miembro SAÓ).

“Costa que s'escolte la nostra veu. Costa molt aplegar a més gent. En part perquè hi ha un negacionisme prou fort. Les grans empreses tenen molta més capacitat per difondre els seus discursos” (miembro Arrels del Canvi).

En otras ocasiones, varias de las personas estudiantes entrevistadas explican la desmovilización, no por el tipo o la naturaleza del mensaje de las organizaciones, sino por la ausencia de conocimiento del mismo. Así, en múltiples ocasiones se afirma que existe una falta de información, aunque la mayoría reconoce que tampoco quería hacer el esfuerzo individual de informarse más. En este sentido, los resultados de la encuesta

mostraron que el 17% de las personas señalaron el desconocimiento de asociaciones con las que movilizarse como un motivo para no participar (ver Gráfico 46).

“Estamos un poco desinformadas y tampoco nos queremos informar más [...] yo creo que es decir, si lo hacen otros, que lo hagan otros” (18 años, femenino, grado de educación social).

“La informació està ahí... però hi ha massa informació i els joves no poden assimilar-la tota. Les organitzacions podrien gestionar millor com fan les difusions” (18 años, femenino, grado de estudios ingleses).

Por otro lado, en las entrevistas aparecen también identificadas barreras que estarían disuadiendo a las personas de participar en las organizaciones universitarias que tienen representación institucional o que interactúan con la institución. Por ejemplo, se apunta a discriminaciones por edad:

“També parlaria del edadisme. El fet de que com a persona jove, estàs sempre tenint el síndrome d'impostor en aquestes lluites. Sobre tot entre les dones. En les institucions me van a tractar com a una ninyata... perquè no tinc tant de bagaje com un professor etc... i per això sembla que el nostre discurs és menys vàlid. [...] I si no te prenen en sèrio quan eres jove, és fàcil que te deconnectes i ja baixen les teues ganas de participar” (miembro Acampada por Palestina).

Cabe señalar que varias de las personas entrevistadas estaban de acuerdo con esta cuestión, y consideraban que el paternalismo y desprecio hacia la juventud por parte de otras cohortes de edad resultan desmovilizadores:

“También pienso que las y los adultos sí que nos dicen en plan que somos un poco la generación de cristal, como que estamos muy acomodadas, la participación se hace muy complicada porque al final no se nos escucha mucho a las jóvenes, a nadie [...] Cuando proponemos algo no se nos toma en serio. Yo creo que se nos paternaliza mucho” (22 años, femenino, grado de pedagogía).

Por su parte, la mayoría de las personas representantes de organizaciones reconocen la dificultad que tienen para traspasar a sus audiencias habituales y conseguir interpe- lar a grupos poblacionales generalmente no interesados por el activismo. Se percibe como muy complicado politizar a quien no lo está, describiendo a los entornos activis- tas como excesivamente cerrados:

“Crec que no arribem a més gent perquè en molts casos és un cercle, perquè acudim les mateixes persones als mateixos puestos i som la mateixa gent les que compartim unes idees polítiques. El feminisme mobilitza molt en quant a idees polítiques però en molts casos se considera que ja no cal tant, no sé perquè, però jo crec que això és un problema perquè desactiva i hi ha una alienació de creure que està tot resolt. I parle també de la gent progressista i per les converses que tinc amb les meues amigues. Ninguna de las meues amigues milita. Elles pensen que ja està tot, que

el 8M està bé i hi ha que eixir però que no cal molt més. [...] I no passa només en el feminisme. És com que el sistema et fa pensar que vius còmode i jo crec que no és cert. També està aquesta idea de que el món es va a acabar prompte i una filosofia individualista que opta per disfrutar del que hi ha tal com està el temps que es pugui. Crec que la gent pensa que hi ha problemes però que no són per a tant. Però jo crec que és important pensar a nivell col·lectiu com fer més fàcils les nostres vides i les vides que venen" (miembro Asamblea Feminista de València).

En cualquier caso, tanto algunas de las organizaciones entrevistadas como parte del alumnado entrevistado a título individual destacaban la existencia de una desconfianza general hacia los colectivos universitarios - esta desconfianza era de hecho señalada por el 21% del estudiantado como un motivo para no movilizarse más (ver Gráfico 46)-:

"Se tiene la idea que algunas organizaciones dicen mucho pero hacen poco" (19 años, femenino, grado de comunicación audiovisual).

• **Insolidaridad y negacionismo ante problemas sociales y ambientales**

Hasta ahora, todas las dimensiones que se han enunciado como explicaciones de la baja implicación de la población joven partían de posiciones que no parecían negar la importancia de participar. Esto es, en la mayoría de las explicaciones se percibían "intenciones positivas" de involucrarse en causas sociales si se dieran ciertas condiciones como: más espacios colectivos; disponibilidad de tiempo no productivo en términos económicos; mayor motivación por parte de la Universidad, etc.. Así mismo, cuando en la primera parte del estudio se preguntaba por razones para no participar la opción "creo que la sociedad está bien como está" no era considerada por ninguna de las personas encuestadas (ver gráfico 46).

Sin embargo, en las entrevistas individuales aparecen algunos discursos que explican la falta de implicación a través de posiciones de naturaleza "negativa" que no aparecían en la encuesta. En este caso, algunas personas señalaron que la falta de participación de la juventud se debe a que esta considera que no hay problemas que les afecten directamente, o derechos de los que disfrutaban que puedan estar amenazados:

"Creo que a la juventud nos falta un poco de empujón. Creemos que nuestros derechos están asegurados... y no, hay que luchar por mantenerlos y por conseguir otros nuevos. Estamos educados muy en la comodidad y en el individualismo" (22 años, femenino, grado de periodismo).

"La gente participará más cuando la crisis afecte a todo el mundo" (22 años, femenino, grado de trabajo social).

Estas ideas reflejarían, a su vez, cierta insolidaridad, según algunas de las personas entrevistadas:

“La gente piensa... a mí no me han desahuciado, han desahuciado al vecino de enfrente... O como no soy palestina, pues tampoco me interesa” (22 años, femenino, grado de trabajo social).

Esta insolidaridad y falta de empatía se combinaría con la postura egoísta de quien quiere beneficiarse de los logros de la lucha colectiva, pero sin tener que asumir su esfuerzo y sus riesgos en primera persona:

“También el fenómeno del free-rider. Total si lo van a hacer otros, pues la lucha va a seguir igual aunque no vaya. Así me ahorro el coste de implicarme yo. Y eso se junta con un ciclo de desafección política. Donde no estamos movilizados... pensando que lo que tú hagas no va a servir para nada. Y hay un sentimiento individualista muy generalizado, y se piensa que la juventud pinta muy poco en la sociedad. [...] Hay una falta de empatía grande. Que la gente solo sale a la calle cuando algo le toca muy directamente. Igual no estás sintiendo ahora las causas de la desertificación, pero con una mirada amplia verás que sí que te va a acabar afectando. Lo mismo con el feminismo, por ejemplo. Tenemos que hacer un ejercicio de concienciación empática. Si no estamos organizados no vamos a ningún lado” (22 años, femenino, grado de sociología y políticas).

Y tampoco hay que desdeñar a la parte de la población universitaria que, directamente, no estaría de acuerdo, o se posicionaría en contra, de lo que se promulga desde ciertos movimientos sociales:

“I després hi ha una proporció de la gent que directament no està d'acord amb lo que proposem. Que vol seguir amb el creixement infinit” (miembro Extinction Rebellion).

• **Timidez y miedo al posicionamiento político**

Por otro lado, y en relación con el contexto de falta de comunidad, desmovilización y desconfianza hacia las organizaciones, también surgió con frecuencia la reflexión, por parte de los colectivos, de que algunas personas no realizan más acción social por timidez y por no sentirse cómodas acudiendo a entornos sociales que, en principio, les resultan ajenos. Esta es una cuestión que parece muy relevante, sobre la que no se preguntó en la encuesta. Por ejemplo, una persona de un colectivo menciona:

“I també hi ha gent que és molt tímida, que està concienciada i en ganes, però li dona palo ficar-se en un grup de persones que no conèixen” (miembro Extinction Rebellion).

Varias personas entrevistadas corroboran esta idea:

“I també, als joves ens fa, de vegades, un poc de vergonya entrar a participar en un col·lectiu d'estos, sobretot si no conèixen a ningú” (18 años, femenino, grado de estudios ingleses).

“Yo iría encantado, pero como tampoco tenía con quién ir ni nada... Y estar allí yosolo me daba un poco de...” (19 años, masculino, grado de ADE).

En este sentido, como desarrollaremos más adelante, muchas organizaciones destacan la importancia de contar con buenos mecanismos de acogida y de ser accesibles y acogedoras para las personas que se incorporan por primera vez.

“En toda organización es algo difícil meterse, aunque tenga buenas dinámicas. Siempre es complejo dar los primeros pasos. Hay una pequeña barrera de entrada, y hay que poner mecanismos para acompañar y mostrarse cercano” (miembro SAÓ).

De manera similar, aunque con matices distintos, varios estudiantes mencionan que una de las razones por las que participan poco en actividades sociales es el temor a exponerse públicamente, ya que desean evitar ser señalados o juzgados de alguna manera.

“No me gusta meterme en esos temas. Prefiero que mi opinión se quede para mí. A veces la gente tiene opiniones muy radicales, y si te expresas, te empiezan a atacar. Si hubiese tolerancia por la otra parte, yo sí me expresaría. Pero con cierta gente pasa eso” (19 años, femenino, grado de pedagogía).

Al mismo tiempo, algunas organizaciones también expresan el riesgo de que, al involucrarse en acciones sociales y políticas, sean automáticamente asociados con determinadas corrientes ideológicas.

“Nosotros no nos identificamos con ningún partido político. A mí no me gusta eso. Pero la gente, sin nosotros decir nada, nos clasifica. Algunos entienden que somos súper comunistas... se piensan que somos rojos. Y para nada. Es una barrera que no sabemos cómo quitarla. Tampoco es tan grave, pero existe” (miembro Facultad de Economía Ética).

De igual forma, algún estudiante entrevistado hacía referencia a una “excesiva politización” de las organizaciones presentes en la Universidad, que podría desdibujar los motivos iniciales por los que la gente se involucre en la acción social:

“No me he sentido nunca, personalmente, arraigado a la causa principal de ninguna de estas organizaciones. Mi principal motivo es el tiempo que me deja la carrera, que eso es una mierda. [...] Pero creo que un problema también grande, quizá no sé si es inevitable, es la sensación de que está todo politizado y vas a luchar por una causa y de repente te das cuenta de que estás aportando a otras cosas con las que no estás de acuerdo. Y el objetivo principal se ha perdido. Esa es una sensación que no sé si es real pero que tengo yo y que creo que pasa mucho. [...] A mi me gustan que sean claros, y que no tengan mierda detrás, ya está” (21 años, masculino, grado de física).

En todo caso, no se puede negar que la mayoría de las organizaciones entrevistadas se identificaban con muchos elementos de la denominadas “ideologías de izquierda”. De hecho, a veces se relacionaban los retos genéricos sobre la acción social con los retos de las izquierdas políticas (fueran institucionales o no):

“Des de l'esquerra estem perdent en relat comunicatiu. Juguem molt en desventatja front als grans lobbys...[...] i front al arrelament que està tenint els discursos d'extrema dreta en xarxes, que estan aplegant molt més al jovent. La joventut habitualment vol tindre un pensament diferent al socialment establert. I ara sembla que lo contestatari és ser de dretes. Especialment passa entre els homes, que s'estàn anant cap a l'extrema dreta.[...] también la izquierda institucional parece que ha fallado a la gente de izquierdas. Han llegado al gobierno y no han quitado la ley mordaza, no han derogado la reforma laboral, han aprobado una ley de vivienda mediocre... entonces la gente que podía apoyarles está cada vez más desmotivada. Y esto no pasa entre la gente de derechas, que parece que cumplen mejor con sus idearios.[...] aunque igual el votante de izquierdas tiene menos paciencia...” (intervención en debate Taller).

PII: 4.1.6. Razones para movilizarse

Al abordar las causas que movilizan a los individuos, ya se dieron algunos elementos sobre los motivos que podían generar mayor participación, cuestión sobre la que se profundiza en este punto.

En primer lugar, se observa que, cuando se pregunta por las motivaciones para practicar algún tipo de activismo, las respuestas más habituales hacen referencia a la necesidad de ser coherentes con las propias ideas, de dar visibilidad a unas causas que se consideran justas y de combatir situaciones que se consideran injustas. Si recordamos los datos del estudio cuantitativo (ver gráfico 45) esta idea también se veía mayoritariamente representada (66%), aunque expresada de forma ligeramente diferente (“avanzar en un mundo más justo y sostenible”). Así, una de las personas entrevistadas menciona:

“Cuando vas a una manifestación es para dar visibilidad a una agenda en la que crees. Son problemas que nos conciernen a todos y es necesario implicarnos para conseguir un mundo mejor. Sea un barrio habitable, un entorno sostenible o una sociedad justa [...] Otras veces te implicas en cosas que te afectan más directamente como persona. En mi caso, protesto contra algunas medidas que empeoran la situación de los estudiantes migrantes como yo” (23 años, masculino, grado de recursos humanos y relaciones laborales).

Para explicar este proceso, se menciona con frecuencia que resulta importante experimentar un proceso de sensibilización, a través del cual se toma conciencia de las problemáticas que afectan a nuestra sociedad y sus causas. Resulta muy interesante señalar que, según varias entrevistas, esta sensibilización incluye tanto una parte racional como una emocional:

“Cada un té les seues raons per a participar. Jo per exemple no era conscient de com està distribuïda la riquesa al nostre món. Quan m'ho contaren en la carrera, i vaig vore que el sistema volia enriquir més a estes persones, creant necessitats a la resta perquè sobreconsumim... me va agarrar molta ràbia i molta tristor. I vaig vore que havíem de fer algo” (miembro Arrels del Canvi).

En este sentido, a menudo se destaca la importancia de comenzar realizando, al menos, pequeñas acciones desde el principio.

“Empezar por acciones pequeñas, como evitar el consumismo, o cosas así, porque ya participar en manifestaciones... creemos que no nos afectan directamente, pero sí que lo hacen” (20 años, femenino, grado de ingeniería biomédica).

También se percibe cierto nivel de resignación, que ya veíamos en el punto anterior. Sin embargo, en varias entrevistas se menciona que se apuesta por practicar la acción social igualmente, aunque no se tuviera plena confianza en su efectividad:

“A veces he ido a manifestaciones, como las del 8M. Aunque no voy a cambiar las cosas... por hacer un poco de bullo. Para mostrar que hay apoyo, sobre todo para la gente que está sufriendo” (19 años, femenino, grado de ciencias gastronómicas).

En otras ocasiones, la conciencia sobre los privilegios que se tienen era también un importante factor motivador de la acción:

“A mí me han regalado una vida, me han regalado una situación social o lo que sea... eso es un regalo y hay mucha gente que puede no estar igual, y a mi me ayuda a ser humilde [...] Entonces intento ayudar económicamente, o poner mi tiempo para ayudar. Hay gente que se lo curra muchísimo más, pero vamos, lo que se pueda hacer pues se intenta” (21 años, femenino).

También encontrábamos discursos que apuntaban a la especial responsabilidad de la juventud en los procesos de cambio social:

“Creo que los jóvenes somos los que más poder tenemos. Si no hacemos nosotros estas cosas, no las hará nadie. Es importante expresar lo que pensamos y aprovechar la libertad de expresión” (21 años, femenino, grado de historia).

Además de las motivaciones relacionadas con la responsabilidad y los objetivos de la acción social, encontrábamos también reflexiones sobre cómo la participación en movimientos colectivos conlleva una parte de comunidad y de relaciones sociales que resulta muy beneficiosa para los individuos:

“Participe per principis, i per conèixer gent i compartir espais amb gent propera a mi” (23 años, masculino, grado de ingeniería electrónica).

Así, la comunidad creada al participar en acciones de movilización funcionaría también como grupo de apoyo mutuo ante situaciones complicadas:

“També és una manera de consolar-nos entre nosaltres. Al menys, si no aconseguim res, estem juntes. i això és bonic. Ens donem suport unes a altres” (Arrels del Canvi).

Y, de forma añadida a la dimensión social, se asevera también en varias entrevistas que realizar acción social implicaba muchas experiencias, desarrollo de habilidades y crecimiento personal:

“Aspectos como interactuar con la gente, conocer los problemas de los demás, la empatía, el entender cómo funciona el mundo y los grupos, negociar, ser estrategia... eso son cosas que participando en colectivos se aprenden. Me siento muy realizado cuando conseguimos algo desde la organización” (miembro SAÓ).

En cualquier caso, se percibía que la acción social siempre implicaba algún tipo de sacrificio. Sin embargo, para muchas de las personas entrevistadas, las razones mencionadas previamente lo justificaban.

“La militància també significa arriscar algunes coses de la teua vida, no quede els dissabtes i no tinc una vida social súper àmplia, implica deixar coses de banda que no tot el món està disposta a fer-ho” (miembro Asamblea Feminista de València).

PII: 4.1.7. Reflexiones de organizaciones y alumnado para que las organizaciones mejoren su potencial de promover acción social en la UV

A lo largo de este apartado se presentan las distintas reflexiones, demandas y propuestas que tanto las organizaciones como el estudiantado entrevistado articulaban en las entrevistas, para mejorar la capacidad e impacto de las organizaciones que buscan movilizar a la juventud para promover la acción social entre el alumnado de la UV.

Reflexiones y propuestas de las organizaciones

En las entrevistas en profundidad con las organizaciones sociales emergieron reflexiones sobre qué dinámicas internas favorecen el buen funcionamiento en los colectivos, y, en consecuencia, fomentan la participación. Hemos agrupado los principales resultados en cuatro aspectos.

- **Generar una red funcional de apoyo mutuo con otros colectivos afines**

La mayoría de las organizaciones entrevistadas da mucha importancia a generar un tejido de apoyo mutuo con otras entidades con las que se entendía que había afinidad y metas comunes:

“Nosaltres veiem que l'ecologisme té mot a vore amb l'anticapitalisme. Aleshores

fem xarxa amb moviments feministes, anti-imperialistes... una xarxa jove de pensament crític per a lluitar contra la crisi ecosocial en totes les seues formes [...] amb Joventut pel Clima, per exemple. Comissió Ciutat-Port. El BEA...[...] Crear comunitat entre diferents moviments és molt important" (miembro Arrels del Canvi).

Desde Extinction Rebellion, que manifiesta una experiencia muy similar, se afirma incluso que resulta fundamental en su actividad ponerse al servicio de movimientos afines:

"Moltes vegades les fem en conjunt amb altres col·lectius. Tenim una xarxa gran. Fem algunes activitats amb Amigues de la Terra. Coses més light. Després, amb la Comissió Clutat Port, ajudem en les seus mobilitzacions. També amb Stop Bypass... Així que una part important de l'activitat de XR consisteix en posar-nos al servici dels moviments locals de defensa del territori, i ajudar-los" (miembro Extinction Rebellion).

Para un sindicato estudiantil como el BEA, también es importante generar redes, aunque en su caso lo plantean más como colaboraciones puntuales. Además, destacan la relevancia de las estructuras unitarias que permitan coordinaciones, ya sean puntuales o estables entre diferentes movimientos:

"Si a la universitat som el sindicat majoritari i quan una organització interpel·la als estudiants també parla amb nosaltres, donem suport a eixes organitzacions. Per exemple, amb la comissió ciutat-port la relació ha estat molt estreta [...] També participen d'estructures unitàries, per exemple al 9 d'octubre o l'aplec del Puig hi ha comissions organitzadores de les quals formem part. El BEA sempre ha tingut exia voluntat d'organitzar als estudiants fora de la universitat. Considerem que hem d'anar un poc més enllà del estudis i implicar-nos en la construcció del nostre país" (miembro BEA).

Cabe señalar que las redes de colaboración que se mencionan son generalmente locales o regionales, si bien la Acampada por Palestina da un ejemplo de vinculación internacional:

"Y también ha habido conexiones con otros movimientos internacionales. Ha sido muy simbólico sobre todo entrar en contacto con gente de Palestina" (miembro Acampada por Palestina).

En suma, para muchos colectivos parece esencial formar parte de estas redes. Y parece ser habitual que personas militantes participen en varios colectivos afines simultáneamente:

"Tenim un ample cercle de les amiguis jajaja. És una dinàmica freqüent que no es milite en un únic col·lectiu i col·laborem amb altres col·lectius de la ciutat. Militem conjuntament amb Regularització Ya, amb Resistència Migrante, amb Mujeres, Voces y Resistencias, amb el BDS o amb el CSOA l'Horta. Després, cada volta que anem a fer una acció i necessitem més forces, ho comentem amb gent propera, i tenim un canal de telegram" (miembro Asamblea Feminista de València).

• Trabajar activamente los cuidados, la acogida y la dimensión humana

Del mismo modo que se valora la importancia de crear una red de apoyo externa, también se considera fundamental formar un grupo humano saludable y cohesionado internamente. Para ello, se mencionan diversas estrategias que favorecen este objetivo.

Por ejemplo, el BEA explica la importancia de la dimensión humana y sus formas de afrontar los retos derivados de ella:

“Encara que no tenim una estructura formal, tenim molts espais informals de socialització que al final es converteixen en espais de cures. La gent del BEA fa amics al BEA i troba l'amor al BEA. És fonamental perquè és una de les maneres de que la gent entre al BEA i sobretot perquè és una de les maneres perquè la gent s'implique al sindicat. Una de les coses que es deia molt al principi era: “anem a portar a aquesta persona a un sopar per a que se clave clave al sindicat” perquè al final tu entres i participes de les assemblees però als sopars i a les birres t'acabes adonant de tot el que és el sindicat i acabes fent teu l'espai i participant de manera més activa [...] Hi ha espais de socialització on et trobes amb gent a la que possiblement no t'hagueres apropiat al principi i que passa a eixos espais de socialització que són sopars, rutes, espais on anem convidats per altres organitzacions, etc. i que sí que es crea eixe sentiment. [...] tenim estructures que vigilen i estan damunt de que siga un espai on puguen participar totes. A banda d'una Comissió d'Igualtat que tracta tots els temes de feminisme, diversitat funcional i tal, tenim un òrgan que és l'assemblea de dones que és un espai no mixte, un espai de reflexió, cures, protecció en cas de que pugua haver qualsevol cas d'assetjament o violència de gènere i és eixa assemblea [...] De vegades es parla irònicament de la “secta del BEA”. Però habitualment la gent que parla de secta no ha participat de cap espai polític i parlen des del prejudici i el desconeixement [...] Sí que és veritat que hi ha persones que han entrat i que no s'han acabat d'implicar per això. És com que ja són tots col·legues i jo sóc la persona nova. [...] Tot i que intentem que a totes les assemblees hi haja espais per presentar-se i en general tota la gent del BEA tinga eixa consciència d'acompanyament de la persona nova, al final en grups reduïts i inclús en una identitat pròpia” (BEA).

Desde la Asamblea Feminista se profundiza en esta idea de fomentar que, de forma orgánica, los espacios de militancia sean también espacios de sociabilidad:

“Part de les militants ens convertim en amigues. Quan a tu una causa t'importa tant i li dediques tant de temps a la militància al final al gent en la que estàs compartint tant temps i espai és aquesta i generes vincles [...] Pense que cada persona es vincula a l'assemblea o a qualsevol organització com vol. Jo soc una persona que m'agrada vincular-me en tots els aspectes però hi ha gent que va a l'assemblea i no participa de les birres de després per exemple. No totes som amigues però també hi ha persones que no són amigues però sí son companyes de militància” (miembro Asamblea Feminista de València).

Ya vimos que algunos colectivos señalaban que afrontar los problemas de nuestro tiempo de forma directa y activa puede causar mella en la salud mental de las personas participantes. En ese sentido, en Extinction Rebellion subrayan la importancia de contar con mecanismos de cuidados adecuados:

“Són molt importants les cures, per evitar que la gent es creme o es deprimisca, o tinga riscos innecessaris [...] tindre molt en compte la dimensió humana. Que la gent es senta acompanyada. De fet tenim un grup de suport psicològic” (miembro Extinction Rebellion).

Y, como se ha mencionado anteriormente, si bien los cuidados son siempre esenciales para mantener la cohesión del grupo, resultan aún más importantes para las personas recién llegadas, que pueden sentirse inseguras y desorientadas. Varias de las organizaciones entrevistadas mencionan contar con mecanismos específicos de acogida.

“Per a introduir noves membres, normalment solem fer assemblees obertes per qui estiga interessada o interessade en vindre. És una cosa que sol funcionar, però jo crec que és un repte en general als moviments socials com arribar a més gent, perquè al final està aquesta idea de que totes les que estem dins ja se coneguem i si vas sola fa por [...] Sí que és veritat que si milites en gent des de fa anys generes vincles i hi ha uns codis socials que és difícil transgredir. Per això tenim un grup d'acollida que és súper important o en la propera assemblea oberta vàrem dir de portar sopar, perquè és habitual que arribe una persona a les assemblees i es comencen a tractar tots els punts i estiga desubicada” (miembro Asamblea Feminista de València).

• **Diseñar y mantener una pluralidad de estructuras y dinámicas de participación y gobernanza**

En línea con la construcción de una malla de cuidados, muchas organizaciones hacían referencia a que les resultaba positivo ser flexibles y abiertas en cuanto a estructuras y a forma, hecho que también parecía tener importancia según lo respondido en las preguntas abiertas de la encuesta (ver gráfico 47). Se trata de ofrecer diferentes espacios y diversidad de actividades para que distintas personas puedan contribuir en distintos momentos.

Uno de estos mecanismos es el de la coexistencia de círculos que requieran de diferente nivel de implicación, cosa que casi todas las organizaciones fomentaban en mayor o menor medida:

“Tenemos como varios círculos. [...] Hay un grupo de personas más permanente. Es la gente que compone la ejecutiva. Son 13 o 15 personas, y son las más implicadas. Pero también hay otros colaboradores que participan bastante. Siempre hay algunas personas de confianza y referencia en cada campus. [...] Y luego hay gente que no colabora activamente pero puede ser afín. Gente que nos vota, que viene a cosas que organizamos...” (miembro SAÓ).

Otro de los mecanismos habituales es la creación de diferentes líneas de trabajo y actividad en los colectivos. Esto permite un encaje amable de diferentes perfiles dentro de la misma organización:

“Quan jo vaig començar es dividia en assemblees de barri i es feia una assemblea mensual de tota, però no funcionava perquè a voltes hi havia més activitat en un barri i després en altre. Llavors es va decidir crear aquests quatre grans eixos i ara cada militant està almenys en una d'aquestes àrees de treball. Açò va servir molt, si no pots acudir a les assemblees de ciutat pots continuar activa en els grups de treball” (miembro Asamblea Feminista de València).

“Dintre de XR també tenim una vessant d'activitats artístiques. Altra de mobilitzacions com el dia de la Terra. I també fem algunes accions que s'enquadren en la acció directa no violenta. En eixes se treballa per grups d'afinitat, per evitar infiltracions i demés. [...] S'apropa gent de distintes edats. A mi me sorprén. Hem tingut jubilades, hem tingut famílies, hem tingut joves... [...] cada tipus d'activitat atrau a un públic diferent [...] La gent disposada a fer coses amb més risc, solen ser més joves. Però per a la resta som molt diversos. [...] en les reunions internes, alternem online i presencial, perquè puga vindre més gent” (miembro Extinction Rebellion).

La diversidad de perfiles y dinámicas dentro de la organización, cuando se combina con altos grados de horizontalidad, puede favorecer una democracia interna más rica. Esto podría llevar a una evolución constante de los colectivos, que irían adaptándose y transformándose desde sus posiciones iniciales, con los desafíos que ello implica.

“El BEA s'organitza des de l'horitzontalitat i l'assemblearisme, per tant dins de que la nostra tradició ens aporta uns valors i unes idees. Una de les primeres coses que em digueren quan entrí va ser que el BEA serà lo que les persones que participen a les assemblees volen que siga [...] Quan hi ha hagut gent més interessada en institucions el sindicat tira cap allà i quan hi ha gent que li tira l'acció tirem també per ahí” (miembro BEA).

Precisamente, desde la Asamblea Feminista nos daban una muestra de mutabilidad, al tener abiertos actualmente ciertos debates sobre la estructura y composición del colectivo:

“Si és o no un espai no mixte, és un debat que estem tenint ara, sobretot en algunes activitats com quan estem parlant d'activitats no mixtes a què ens estem referint, però és una qüestió que no tenim tancada a l'assemblea. Ara, per com està estructurada, és una assemblea no mixta formada per dones i dissidències i diria que la gran majoria de les militants s'identifiquen com a dones.” (miembro Asamblea Feminista de València)

• Gestionar las sobrecargas

Muy relacionado con los puntos anteriores, se mencionaba con frecuencia la tensión entre ser poca gente activa en el colectivo, teniendo que asumir muchas tareas, y al mismo tiempo mantener unas dinámicas saludables. Uno de los riesgos que más a menudo se percibía era el que algunas personas se sobrecargarán y acabarán “quemándose”. Por ello, las organizaciones deben afrontar este riesgo y establecer estrategias para evitarlo:

“És una barbaritat el temps que li dediquem. És constant [...] Depèn molt de si estàs en un càrrec de representació u orgànic del sindicat [...] diria que de mitjana unes 4 hores, però és molt variable i hi ha molts moments de pic com en eleccions. [...] Que la gent se creme és un fenomen que experimentem. Encara que tenim prou gent activa, el nostre camp d'actuació és molt gran perquè hem d'encarregar-nos tant dels òrgans institucionals, com d'accions externes i del propi sindicat. Si forem més persones podríem distribuir molt millor la feina. [...] no generar dinàmiques de cremar-se és molt complicat. Al final hi ha vivències, personals i polítiques, a les que és complicat posar-ne solució perquè si passa X cosa al sindicat que afecta personal o políticament moltes vegades la millor opció és fer un pas al costat, deixar l'espai i desconectar un poc. Ara, sí són coses del funcionament les que cremen, moltes vegades hem apel·lat al conjunt de la militància a implicar-se més perquè hi ha companyes que s'està carregant molt de faena i sí que trobem resposta però és reactiva. [...] Fins i tot hi ha hagut gent implicadíssima que ha acabar farta de totes les coses roïnes que té organitzar-se” (miembro BEA).

En la Facultad de Economía Ética abordaban el tema de una manera drástica, y preferían que la gente que no pudiera aportar lo requerido fuera consecuente con ello y se apartara de la organización:

“Aquí tenemos que gestionar muchas cosas. Entonces una parte de la gente se ha ido descolgando, porque igual no han priorizado tener esa implicación mínima. Porque aquí todo es voluntario, nadie cobra nada. Entonces... 'las palmeras para un tiempo bien... pero luego te sobran'. Había gente que estaba y no trabajaba. Yo prefiero calidad que cantidad” (miembro Facultad de Economía Ética).

Pero en la mayoría de colectivos se optaba, como vimos anteriormente, por acoger niveles de implicación diferenciados. Esto conecta con la pluralidad de estructuras y dinámicas ya comentada. En este sentido XR resaltaban la importancia de evitar los reproches:

“No hi ha recriminacions... que en altres puestos on he militat sí que hi havia. En les assemblees de benvinguda deixem clar que se pot participar amb molts diferents nivells d'implicació. I que tot està bé” (miembro Extinction Rebellion).

Reflexiones y propuestas del alumnado

En este apartado se analizan las ideas que surgieron en las entrevistas con el alumnado a título individual, centradas en cómo los colectivos de la UV pueden revertir la falta de participación de su público objetivo.

• **Aumentar la visibilidad de los colectivos que realizan acción social en la UV**

Sin duda alguna, la propuesta que más se repite en las entrevistas cortas para aumentar la participación social de la juventud es que los colectivos que realizan acción social mejoren su visibilidad.

“A mi lo único que se me ocurre es que nos den las asociaciones, tanto por RRSS como en persona, un folleto o algo con los pasos a seguir. A lo mejor ahí teniéndolo ya visible sí que podría seguirlo y una vez ya sé hacerlo, continuar haciéndolo” (22 años, femenino, grado de turismo).

“Para que haya más participación... es necesario que haya más visibilidad, porque hay mucha gente que quiere implicarse, pero no saben cómo. Poner más carteles... puestos... que sean fáciles de encontrar. También por redes” (19 años, femenino, grado de ciencias gastronómicas).

Estas afirmaciones asumen que existe cierta voluntad de movilización entre la juventud universitaria, que no se estaría vehiculando al carecer de información sobre cómo participar en las organizaciones. Sin embargo, algunas de las personas entrevistadas opinan que las organizaciones sociales ya se esfuerzan considerablemente en aumentar su visibilidad, aunque sin lograr los resultados deseados.

“Las organizaciones ya hacen bastante para darse a conocer. Aunque siempre se puede hacer más” (22 años, femenino, grado de periodismo).

• **Fomentar una mayor conciencia social en la juventud para su participación en los colectivos**

En relación con lo anterior, muchas entrevistas señalan que, para movilizar más a la juventud, es necesario trabajar previamente en su sensibilización y concienciación. Tanto el alumnado como las organizaciones sociales concuerdan en la percepción de que la cultura política de la juventud que estudia en la UV (y de la población general) es baja. Por ello, brindar información sobre causas actuales y relevantes podría aumentar su nivel de sensibilización, concienciación y politización:

“Las organizaciones pueden informar un poco más a la gente. Porque los jóvenes sabemos muy poco de política. Yo tengo mis percepciones... pero no estoy muy formada” (21 años, femenino, fisioterapia).

“Sí, que den más charlas sería una cosa guay, porque sé que a día de hoy hay

muchos estudiantes que pueden estar de acuerdo con una cosa, pero al no tener información, tampoco se mueven mucho [...] sobre todo crear un nudo entre la población joven y eso... o sea, una motivación para participar" (20 años, masculino, grado de trabajo social).

En este sentido, a veces surge la propuesta de que la movilización mejoraría si las prioridades de la población cambiaran. Este hecho es interesante, ya que modifica la argumentación anterior, que vinculaba la relación entre tener más información y aumentar el nivel de participación. Así, para estas otras personas entrevistadas no trataría de un problema de la desinformación, sino de intereses sociales, de formas de actuar y de comprometerse con el entorno:

"Al final la gent té l'opció de participar i no l'agafa. Jo ho veig accessible. Si tinguérem més temps i altres prioritats..." (23 años, masculino, grado de ingeniería electrónica).

• **Mejorar dinámicas de los colectivos para conectar con la juventud**

Además de mejorar su visibilidad y la gestión de la comunicación, también observamos que la población estudiantil entrevistada demanda a las organizaciones sociales que transformen ciertas dinámicas que las estarían alejando de la juventud.

Por ejemplo, algunas personas perciben que la existencia de organizaciones juveniles específicas, que son parte de organizaciones matrices (como ciertos partidos), puede resultar desmovilizadora.

"Sobre el edadismo... que algunas organizaciones tengan marca de juventudes... esa separación ya implica una cierta discriminación. Y muchas veces a las juventudes se les hace menos caso. Las juventudes suelen ser más progresistas y radicales... y eso no se traslada a lo general. Es como tener una mesa de niños" (intervención en debate Taller).

Sin embargo, también encontramos opiniones contrapuestas sobre el mismo hecho:

"Es positivo tener espacios específicos para jóvenes. Como Joves de Benimaclet. Allí se sienten cómodos para ir implicándose a un ritmo que se les ajusta" (22 años, masculino, grado de sociología).

En todo caso, se tiene habitualmente una percepción de que muchas organizaciones no logran conectar del todo con los intereses ni dinámicas de la juventud. No obstante, suele resultar difícil concretar cómo fortalecer esa conexión.

"Tienen que saber dar con los intereses de los jóvenes" (18 años, femenino, grado de biología).

Aun así, se proponen ideas más específicas en esta dirección, como hablar con la

juventud de manera más cercana, haciéndoles sentir escuchados también:

“Creo que a la juventud hay que interpellarla no solo a través de carteles... pues como estás haciendo tú ahora “eh un segundo”, que se os vea la cara, y las cosas se hagan con tacto, con tacto pedagógico. Hablando directamente con los jóvenes [...] También haciendo a los jóvenes sentirse escuchados. Que no te traten como un objeto” (23 años, femenino, grado de pedagogía).

- **Dar ejemplos de éxito**

Anteriormente se mencionó que la juventud no parecía ser capaz de identificar claramente los beneficios de la acción. En relación con esto, surgió la necesidad de que los colectivos reforzaran su comunicación para hacer llegar su mensaje a los jóvenes. En las entrevistas, se destacó con frecuencia la importancia de que los colectivos sociales compartan sus éxitos y logros, incluso si son pequeños, para demostrar que la movilización puede generar resultados positivos.

“Los colectivos, para fomentar la implicación, deberían aumentar la visibilidad y dar ejemplos de cambios positivos que puede hacer la gente de a pie. Aunque sean pequeños” (21 años, femenino, grado de biología).

“Yo creo que haría falta enseñar mejor que las medidas que hacemos, aunque sean pocas, tienen una funcionalidad, porque mucha gente ve eso, que cosas que hacen no tienen acción real y por eso quizá se desencantan en la lucha por los derechos” (18 años, masculino, grado de historia).

- **Que no haya represión del activismo**

Finalmente, en algunas ocasiones se relacionaba también la falta de activismo con la cantidad de mecanismos de represión de la protesta existentes. Algunas voces mencionaban la relevancia de cambiar, por ejemplo, leyes como la de Seguridad Ciudadana:

“También se debería seguir luchando para derogar la ley mordaza, que dificulta cualquier tipo de acción política” (22 años, femenino, grado de ciencias políticas).

PII: 4.1.8. Propuestas del alumnado para mejorar las políticas de la UV que promuevan la acción social de la comunidad universitaria

Tras describir las propuestas y reflexiones dirigidas a la acción de las organizaciones, ahora se señalan percepciones que han surgido en las entrevistas cortas realizadas al alumnado acerca de cambios que deberían darse en las políticas y acciones de la UV como institución para poder mejorar el nivel de implicación de su alumnado en la acción social.

• Plantear una dinámica docente más compatible con el activismo

Una de las ideas más repetidas para que la UV facilite la acción social es conseguir que las obligaciones académicas sean más compatibles con la participación en causas y movimientos. A ese respecto, una de las propuestas más mencionadas en las entrevistas es flexibilizar las exigencias académicas de algunos planes de estudios:

“Algunes carreres tenen obligacions molt exigents que semblen incompatibles amb la militància... igual es podrien flexibilitzar un poc. Però no sé com podria fer-se. [...] L'activisme en la universitat és clau. Hi ha gent que diu que la universitat no és un puesto per a protestes... i jo crec que és tot lo contrari. La universitat ha sigut i és un foc de pensament crític” (miembro Arrels del Canvi).

Algunas personas consideran que esto se pueden lograr sin necesidad de reducir los criterios académicos de las asignaturas, siendo suficiente con otorgar al estudiantado mayor autonomía en la organización de su tiempo de estudio.

“Que la universidad dé más flexibilidad para que la gente organice su tiempo podría ser clave para que el estudiantado se organice más. Y ayude a dar espacios para que los estudiantes los puedan utilizar para organizarse” (intervención en debate Taller).

Otra forma señalada para que los planes de estudio promuevan una mayor implicación social es incluir más contenido crítico dentro de las propias aulas:

“Algo que pot mobilitzar molt és millorar el grau de concienciació social que es dona en l'educació. Per suposat en els coles i els instis, però també en l'universitat. En biologia se nota molt que els professors joves i concienciats relacionen molt del temari amb el canvi climàtic. Però altres encara no ho fan. I no és una visió ideològica, són veritats que ja no se poden tapar” (miembro Extinction Rebellion).

“Estaria bé que es parlara a les classes del que està passant als carrers. Jo, per exemple,estic a tercer de periodisme i és el primer any que ens han parlat de com comunicar des d'una perspectiva feminista o LGTBI dins d'una assignatura optativa. Crec que aquest és el principal problema perquè haves de triar entre aquesta o el periodisme esportiu, i no crec que estiga mal el periodisme esportiu, però què passa que les i els periodistes esportius no van a necessitar comunicar amb perspectiva feminista o LGTBI a la seua carrera professional? [...] moltes qüestions s'invisibilitzen” (miembro Asamblea Femenita de València).

No solo las organizaciones sociales opinaban de esta manera, sino también alumnado entrevistado a título individual:

“Que la UV promueva charlas y más contenido informativo dentro de las aulas. Yo creo que es un problema también de base, porque a mucha gente le falta ese pensamiento crítico y eso sí que le hace mucho daño al activismo, porque si no tienes

pensamiento crítico pueden hacer lo que quieran contigo" (18 años, masculino, grado de historia).

En cuanto a esta cuestión, algunas personas señalan que el grado de concienciación crítica varía considerablemente entre carreras, siendo más frecuente en aquellas de naturaleza social.

"En cuanto al profesorado de la UV, mi carrera está mitad en ciencias sociales, donde sí que se fomenta más la movilización y el pensamiento crítico. Y mitad en la facultad de derecho, donde no se fomenta la participación [...] Algunos profesores que hemos tenido nos han ayudado a tomar conciencia sobre la causa palestina, por ejemplo. Y en ciencias sociales intentaban que pudiéramos compaginar la movilización con los estudios. Pero en derecho, o les daba igual, o criticaban la acampada" (miembro Acampada por Palestina).

Finalmente, se menciona que una forma de incorporar contenido crítico en las aulas podría ser dar espacio a las organizaciones sociales para que lleven a cabo actividades dentro de ellas:

"Que lo que hacen las asociaciones llegue a las clases. Porque al menos en mi clase nunca ha llegado nadie a explicarnos nada de alguna asociación ni nada" (20 años, femenino, grado de bioquímica).

• Reconocimiento de créditos a actividades en los colectivos.

Varias personas entrevistadas insisten en que la participación y la movilización son prácticas tan relevantes para el aprendizaje de las competencias como los contenidos que se trabajan en clase, por lo que estas debería contabilizarse de alguna manera:

"En la universidad, lo que no puede ser es que para todo tú seas una nota. Te tienen que entender como algo más. Eso no les motiva a adentrarse en causas que les aportarían otras dimensiones, pero de primeras no lo ven." (SAÓ)

En este sentido, los discursos sugieren que, para incentivar la acción de las organizaciones sociales en la UV, sería interesante ofrecer una recompensa en forma de créditos u otro tipo de reconocimiento académico.

"La facultad podría reconocer estas actividades formativas alternativas de alguna manera. Actualmente se dan algunas veces créditos por participación puntual en colectivos como este. Puede ser un incentivo, aunque a veces la gente se apunta solo por eso, y como no les interesa, muchos no rinden" (miembro Facultad de Economía Ética).

"Que los sindicatos pudiéramos ofrecer cursos y charlas con reconocimiento de créditos ECTS. Y que los alumnos pudieran escoger las clases por profesores y no por grupos cerrados" (miembro Estudiantes por la Libertad).

“Si a lo mejor la universidad dijera “tienes créditos si vas a esta charla”... te incitarían a ir” (22 años, masculino, grado de ingeniería química).

• **Facilitación de espacios para las organizaciones y otras iniciativas**

Otra idea que surge para favorecer la actividad de las organizaciones dentro de la UV y, por tanto, mejorar la participación social del estudiantado, es la cesión de espacios de la universidad hacia las entidades sociales para poder desarrollar sus actividades:

“Lo primero sería facilitar de forma gratuita cualquier espacio universitario para organizar conferencias o charlas, y eliminar las trabas burocráticas” (miembro Estudiantes por la Libertad).

“I hi ha alguns recursos que la universitat té, que costa trobar-los. Podrien fer alguns dels seus serveis més accessibles” (miembro Arrels del Canvi).

“En la acampada nos costaba mucho tener un espacio para reunirnos de forma privada. La UV podría facilitar espacios para usos de los estudiantes que se usaran para hacer charlas, reuniones... [...] La UV fomenta hacer voluntariado... monitores para alumnos nuevos... pero no fomenta las organizaciones políticas juveniles. Las oculta un poco, de hecho” (miembro Acampada por Palestina).

Asimismo, se menciona con frecuencia que la UV no solo tiene margen para mejorar los mecanismos de cesión de sus espacios para las organizaciones, sino también para el mismo alumnado no organizado. Que el estudiantado pueda socializar y auto-organizarse de forma independiente a los colectivos formales se entien de como un valor y un aprendizaje que puede reforzar la acción social:

“En la UPV, tienen la casa del alumno, que es un espacio por y para el alumnado, que tiene muy diversos usos, y es un sitio de encuentro. En la UV falta eso. Y aunque se abra el Luis Vives... se quedará pequeño. Hacen falta más espacios a los que los alumnos les den sus propios usos. Es importante que la gestión sea de los propios estudiantes. Allí nacen proyectos... y los alumnos aprenden a organizarse. Pero es como siempre, falta dinero. La UV está infra-financiada. Con más dinero se podrían hacer más cosas. Pero en todo caso, independientemente de la financiación, se puede fomentar que el estudiantado se autoorganice y cree cosas. Aunque se equivoquen. Fracasar está demasiado mal visto.” (SAÓ)

Por otro lado, a la hora de pensar qué espacios debe ceder o promover la UV, se mencionan formatos muy variados, tanto físicos como puramente relacionales, formales e informales, tanto orientados al activismo como a los estudios o a aspectos lúdicos:

“Que volviera otra vez la vida universitaria a la universidad. Que se pudieran volver a organizar las paellas universitarias, o fiestas como antes” (miembro Estudiantes por la Libertad).

“Per altra banda, dotar d'espais sempre és positiu per incentivar la participació. Crear espais de socialització més enllà de l'aula. Igual no és el millor exemple, però la universitat fa anys que va llevar el concert de benvinguda a la plaça de bous o les paelles, que sí eren espais on es formaven botellons, però eren espais molt grans pensats per a la població universitària on es podia socialitzar. Ara es fan fires xicotetes i contracten a grups que no coneix ningú i s'ha convertit en un puesto on baixes entre classe i classe” (miembro BEA).

• Democratización de la gobernanza de la UV

Según algunos sindicatos universitarios entrevistados, otra forma de favorecer la implicación social en la UV sería democratizar más sus estructuras de gobierno. Y ello pasaría, según sus palabras, por aumentar el peso que tiene el estudiantado en ellas:

“Una de les crítiques que rebem molt els sindicats estudiantil és que no tenim capacitat per a dur a terme canvis i això en part és cert perquè tal i com s'estructura el sistema universitari a l'estat espanyol deixa en un reducte la participació estudiantil. Som un 85% de la població universitària però als òrgans de decisió només representem un 25% o menys, com al Consell Social on només tenim 1 representant que és on estan les empreses i que a més a més el tria la rectora. Una mesura que podria fer que més gent participarà seria augmentar la presència de la participació estudiantil als òrgans [...] És molt complicat perquè al final són qüestions que depenen directament de l'estat i del ministeri [...] Des del BEA sempre hem reivindicat que s'augmente la participació estudiantil sense una proposta exacta [...] O la votació als degans que es fa en la junta de centre on la representació dels estudiants també és mínima” (miembro BEA).

PII: 4.2. La acción social del estudiantado de la UV a través del consumo responsable y el comercio justo

Como señalamos en la primera parte de este estudio, el consumo responsable (también denominado ético o consciente, conceptos que se han manejado como equivalentes) parecía ser una forma reconocida de acción social entre el estudiantado de la UV. Observamos cómo este grupo otorgaba cierta o considerable importancia a muchos criterios éticos al adquirir productos o servicios (ver gráfico 48). También se mencionó que, en la práctica, la aplicación de criterios empleados podría resultar compleja, ya que la capacidad de discernir si un producto era “justo” o producido de manera responsable era, en parte, limitada (ver gráfico 52).

En este apartado, se busca profundizar en las cuestiones abordadas por la encuesta, comenzando con una explicación de las motivaciones que mencionó el alumnado entrevistado para consumir de manera ética. Posteriormente, se analizarán las prácticas concretas que refirieron.

Cabe señalar que, al hablar de motivaciones y prácticas concretas, la mayoría de las personas entrevistadas se referían al consumo de ropa y alimentación. Por lo tanto, estos serán los dos ámbitos que predominan en la discusión, aunque se mencionan otros sectores.

PII: 4.2.1. Las motivaciones para el consumo responsable

En cuanto a las motivaciones, la mayoría de personas entrevistadas que mencionan practicar el consumo ético se refiere fundamentalmente a dos aspectos: evitar las vulneraciones de derechos humanos y minimizar el impacto ambiental del consumo. Como ya vimos en la primera parte del trabajo (ver gráfico 48), estos eran en general criterios importantes para el alumnado de la UV al realizar compras (ambos recibían una valoración de 2,9 sobre 5 cuando se preguntaba sobre su importancia como criterio al realizar compras). En todo caso, también observaremos que aparecen criterios más generales y estructurales, como el deseo de avanzar en el decrecimiento y superar el capitalismo.

En particular, aquellas personas que mencionan el consumo de ropa para explicar su interpretación del término “consumo ético” recurren con frecuencia a la denuncia del fast fashion de las grandes industrias textiles. Se entiende que consumir éticamente supone, ante todo, no perpetuar la vulneración de derechos humanos y laborales por parte de las corporaciones:

“En plataformas como Shein que sé que es fast fashion y se hace un poco de explotación, pues intento no comprar en esas” (20 años, femenino, Grado en Ingeniería biomédica).

“Porque sí que he empezado a pensar en el tipo de producción que llevan, y sobre la explotación, entonces últimamente no he comprado nada. Sí que iba a empezar a mirarlo (Vinted), porque me parecía interesante. Y el otro día me salió un artículo sobre Shein y la sobreexplotación y me desinstalé la aplicación, directamente. Mira que me gusta porque yo soy muy, y las mallas ahí salían muy bien, pero me he desinstalado la app” (18 años, femenino, Grado en Química).

“Pero creo que sí que es muy importante y que la gente se lo debería tomar más en serio. (...) Igual que a mí me parece fatal que hay personas en países en vías de desarrollo y que los maten a trabajar (Inditex) pero que si a mí me apetece esa blusa, es que me apetece esa blusa, y no te pones a pensar y es que en el fondo te importa tres pimientos la vida de esa persona, porque si te la estás comprando sabes perfectamente cómo va la cadena de montaje, y ya te lo han explicado muchas veces, así que no hace falta que lo explique más la gente” (21 años, femenino, estudios de Grado).

“De hecho, nos lo dijo una profesora de política en una clase, sobre Shein nos dijo: ‘¿A ver cuánta gente de aquí compra de Shein? Pues que sepáis que es una empresa super explotadora’. Entonces, concienciadas sí que estamos de cosas de esas”

(20 años, femenino, Grado en Educación Social).

“Sí, muchas veces lo pienso en las noticias cuando salen por ejemplo en la época que se venden más productos y a lo mejor de países donde la producción es más, se ha deslocalizado la empresa, y si que es verdad que te pones a pensar en cómo se producen esos productos y a lo mejor es trabajo no forzado pero sí en unas condiciones muy malas para los niños, para la gente, para las mujeres, y te pones a pensar y dices pues sí, se debería mejorar. E intento a veces consumo responsable y saber lo que estoy comprando de dónde viene” (19 años, masculino, Grado en ADE).

“Y luego, intentar no contribuir al capitalismo es muy complicado pero yo lo evito al 100%, incluso no voy a Inditex, no participo en estas cosas” (22 años, femenino, Grado en Pedagogía).

“Tengo en cuenta algunos aspectos de consumo ético, por ejemplo, que no haya maltrato animal, o si compro ropa, saber que esa marca no usa trabajo infantil o explotación” (24 años, femenino, Grado en Medicina).

El discurso sobre vulneración de derechos humanos también se da, con matices propios, cuando se habla de criterios de consumo de productos alimentarios:

“Las multinacionales, por mucho que tengan detrás un montón de barbaridades o mucho maltrato, o los alimentos no son como tienen que ser, al final es que dan precios baratos” (20 años, masculino, Grado en Trabajo Social).

“Me gustaría ponerlo más en práctica pero bueno, mi economía me lo dificulta pero una cosa que yo evito es comprar en Mercadona. A mi no me parece que Mercadona sea una empresa que trate bien a sus empleados y que haga bien las cosas por lo que he escuchado, y siempre evito comprar en Mercadona. Intento comprar en Consum... Bueno, alguna que otra vez algo compras, pero si es una compra grande, nunca compro en Mercadona” (18 años, masculino, Grado en Historia).

“También creo que es importante hacer un consumo más de proximidad, aunque son productos mucho más caros, y que mucha gente no se puede permitir y a veces está bien, porque la gente que se lo puede permitir hace el mini cambio pero no se ajusta a veces a la realidad de todo el mundo. Porque yo me acuerdo cuando era pequeña que mi madre iba a comprar a una herboristería o algo así, y decía que ya no podía comprar las manzanas ahí, es imposible. Y claro, puede que ahí haya condiciones laborales mejores, productos más sanos, con menos químicos, pero al final te acabas yendo a Mercadona” (22 años, femenino, Grado en Trabajo Social).

“Intento consumir productos que respeten los derechos de humanos y animales” (21 años, femenino, Grado en Medicina).

“Intento comprar en comercio local pero a veces el precio mayor y la comodidad

de comprar en el Mercadona lo hace difícil. Que yo sé las barbaridades que ha hecho Mercadona de cara a los agricultores, pero mucha gente no lo sabe. Entonces es difícil tenerlo muy en cuenta" (20 años, masculino, Grado en Filosofía).

Estos argumentos de vulneración de derechos humanos y, particularmente laborales, también aparecen en los casos más puntuales, en los que se habla de otros sectores, como el automóvil o la electrónica.

"Nunca me compraría un coche hecho en China, porque es un país que no estoy nada de acuerdo con sus valores y con su explotación. Cosas así, sí que las tengo en cuenta, pero al final como no tengo buena situación económica, pues al final opto por lo más barato" (21 años, masculino, Grado en Economía).

"Conéix lo que és el consum ètic. Parla de no malgastar, no explotar a gent en països subdesarrollats. Ho tinc en compte... sí i no. Per exemple, intente aguantar els mòbils lo més possible, perquè sé que els xips són problemàtics. Però després amb la roba a vegades compre més de la que necessite. La societat té una pressió de consumisme, que és difícil. Intente fer un entremig" (18 años, femenino, Grado en ADE).

Finalmente, sobre vulneración de derechos humanos, se alude también el caso concreto de Israel y la necesidad de evitar productos producidos en este país o marcas con especial relación con el mismo:

"Tengo en cuenta el tema del consumo ético, por ejemplo, con el boicot a marcas que apoyan a Israel. Obviamente veo muy importante que la universidad lo impulse. Por ejemplo, que se informe sobre lo que es el maltrato animal en la producción de maquillaje y cosmética, y lo de no comprar a empresas que colaboran con Israel" (22 años, femenino, Grado en Periodismo).

Por otro lado, buena parte de las personas entrevistadas manifiestan argumentos de carácter medioambiental. La mayoría, a la hora de justificar su modo de consumo, exponen concretamente la lucha contra el cambio climático como idea clave.

"Yo igual, mucha ropa no me compro y me gustaría empezar a comprar ropa de segunda mano, cosas más sostenibles" (19 años, femenino, Grado en Ingeniería biomédica).

"Sí, creo que es importante moderar en cierto modo el consumo que se hace y valorar las cosas que se tienen porque muchas veces ya con eso no se necesita nada más" (20 años, femenino, Grado en Bioquímica).

"Sé lo que es el consumo ético. Lo tengo bastante en cuenta, intentando consumir ropa sostenible, usar materiales reciclables..." (21 años, femenino, Grado en Fisioterapia).

Finalmente, es importante destacar como un criterio específico en el ámbito de la

alimentación el referente a los derechos de los animales. Para muchas personas un criterio de consumo relevante es evitar la compra de carne.

“En la comida intento consumir aquella que menos maltrato tenga, soy vegetariano y mi objetivo principal es ser vegano, no sé si llegaré, pero bueno” (21 años, masculino, Grado en Física).

“No tenim criteris estipulats de consum ètic, però sí que és un tema que tractem bastant. Com a col·lectiu tractem de, si fem un menjar, fer-lo vegà. Pel maltracte animal i perquè és lo més sostenible ecològicament. [...] (miembro Arrels del canvi).

Como último apunte, es interesante anotar que, Cuando se habla de empresas “no éticas”, las referencias suelen ser a las mismas corporaciones: dos grandes empresas textiles, Shein e Inditex, criticadas por la vulneración de derechos laborales; y una empresa del sector alimentario, Mercadona, donde también se aluden cuestiones laborales y abusos hacia los productores de alimentos.

Es relevante señalar que estos criterios se dan tanto en las respuestas del alumnado a nivel individual como las que refieren las organizaciones como colectivo. En este sentido, las organizaciones suelen hacer hincapié en motivaciones más amplias y estructurales, como la necesidad de “decrecer” y superar el capitalismo, lo cual se relaciona con distintos ámbitos de consumo más generales y estructurales, como la de “decrecer” y superar el capitalismo. Esto se suele relacionar con distintos ámbitos de consumo:

“L'assemblea es defineix com una assemblea anticapitalista. Llavors des de l'assemblea rebutgem un consum no ètic i un consum excessiu. No fem massa activitats en concret al respecte però sí tenim aquestes línies genèriques o per exemple a l'hora de triar el merchandising tot és ètic. Des de les il·lustracions que sempre són fetes per gent de l'assemblea o per artistes locals de la ciutat fins a la producció. I també els espais que triem per organitzar coses o vendre merchand, no ho fem en llocs que afavoreixen la gentrificació per exemple. No consumim a gran escala però sí que és una reflexió present” (miembro Asamblea Feminista de València).

“No tenim criteris estipulats de consum ètic, però sí que és un tema que tractem bastant. Com a col·lectiu tractem de, si fem un menjar, fer-lo vegà. Pel maltracte animal i perquè és lo més sostenible ecològicament. [...] En tot cas les nostres activitats són prou teòriques. No fem molt de consum. [...] Per al dia a dia de cada un defensem el decreixentisme. Comprar lo menys possible. Reutilitzar, comprar de segona mà... Jo amb els meus companys de pis a vegades compartim la roba. És bonic i és més barat. Al final viure de manera sostenible és més barat que no fer-lo, perquè gastes menys. Jo ho he comprovat en primera persona. [...] Som molt crítics amb el greenwashing i el desenvolupament sostenible. Capitalisme i ecologisme estan enfrontats. [...] Al final si abandones el consumisme pots acabar tenint inclús més qualitat de vida. Més opcions de consum no és més llibertat, i cuidar les possessions materials que tens, és més bonic. Li done més sentit a la vida” (miembro Arrels del

canvi).

PII: 4.2.2. Las prácticas de consumo responsable

Sobre las prácticas concretas de consumo responsable, las personas se centran principalmente en los dos ámbitos señalados, el de la ropa y el de la alimentación.

En el caso del consumo de ropa, se asocia la idea de consumo responsable con prácticas como la reutilización de prendas para otras utilidades, la donación a entidades sociales o familiares y amigas/os, la compra en tiendas de segunda mano y la reducción general del consumo. Por ejemplo:

“Ropa tampoco suelo comprar mucho, últimamente se la cojo a mi madre” (20 años, femenino, Grado en Ingeniería biomédica).

“Yo sí que soy de comprar, pero también tengo la parte de que si me dan ropa la reutilizo bastante también” (18 años, femenino, Grado en Ingeniería biomédica).

“Yo reciclo y la ropa que ya no uso la pongo en esas basuras naranjas para que la utilicen otras personas” (20 años, masculino, Grado en Ingeniería electrónica y Telecomunicaciones).

“Lo de la ropa, la mía se pasa a mi hermano y de mi hermano al contenedor para que la recicle quien pueda” (18 años, masculino, Grado en Ingeniería electrónica y Telecomunicaciones).

“También me gusta comprar ropa de segunda mano, lo que pasa es que me cuesta mucho comprar ropa, pero siempre que puedo pues es algo que me gusta” (21 años, masculino, Grado en Física, medio-alto).

“Yo, mucha ropa no me compro y me gustaría empezar a comprar ropa de segunda mano, cosas más sostenibles” (19 años, femenino, Grado en Ingeniería biomédica, bajo).

“Comprar lo menys possible. Reutilitzar, comprar de segona mà... Jo amb els meus companys de pis a vegades compartim la roba. És bonic i és més barat. Al final viure de manera sostenible és més barat que no fer-lo, perquè gastes menys. Jo ho he comprovat en primera persona [...]” (miembro Arrels del canvi).

Cabe señalar que la cuestión de la reducción consciente y voluntaria del consumo aparece en varias ocasiones, no solo al hablar de ropa, sino como una práctica general.

En el ámbito de la alimentación, las personas mencionan otras prácticas de consumo responsable, como comprar en mercados de locales y pequeños comercios, no consumir carne (como se ha referido), o adquirir productos de kilómetro 0 o de proximidad.

En todo caso, la mayoría de personas entrevistadas refiere que combina este tipo de consumo con la compra de productos convencionales en grandes supermercados:

“Sí conèix el consum ètic. Jo encara que sí que compre coses de grans corporacions, però procure comprar algunes coses en comerços més xicotets i de proximitat” (18 años, femenino, Grado en Estudios Ingleses, medio).

“Yo sí, la alimentación siempre cuesta más porque por cuestión de tiempo como estudiante y tal es más complicado acceder a ir al mercado y tal, me cuesta mucho más, de todas formas sí que participo en eso” (22 años, femenino, Grado en Pedagogía, alto).

“Y, por ejemplo, de comida, sí que es verdad que suelo comprar fruta y verdura en un mercado que hay en Burjassot, y luego sí que es verdad que el resto de comida en Mercadona o sitios así (22 años, femenino, Grado en Turismo, medio-bajo).

Otras práctica mencionada es el consumo de productos ecológicos, aunque la mayoría de ellas admite no consumir este tipo de productos porque “son más caros” que los que no lo son:

“El problema está en que no dan los precios. Las multinacionales, por mucho que tengan detrás un montón de barbaridades o mucho maltrato, o los alimentos no son como tienen que ser, al final es que dan precios baratos. Ahora como está todo caro, si te vas a algún lugar que quieras saber el precio de la carne o de donde viene el producto, sea fruta o verdura, es que te van a cobrar un ojo de la cara. Entonces te vale la pena... Yo, por ejemplo, que soy estudiante y solo trabajo los fines de semana que estoy de camarero, entonces no me da todo para irme a una tienda ecológica y comprarlo ahí. Que me gustaría, sí, pero es que te dejas 50€ en dos cosas” (20 años, masculino, Grado en Trabajo Social, medio).

“Te acabas yendo a lo más barato porque tampoco te puedes gastar un montón en unas manzanas” (22 años, femenino, Grado en Trabajo Social, medio).

“No faig consum ètic per temps i per economia. Sóc universitari i precari i acabe comprant lo que me resulta més ràpid i barat en un supermercat. Al final és lo que fa el capitalisme (23 años, masculino, Grado en Ingeniería electrónica, alto).

Asimismo, es interesante observar que algunas personas que practican este tipo de consumo y aplican este tipo de criterio parecen entender que esta práctica no necesariamente se hace de forma consciente, sino que es un hábito derivado de la vida en un entorno rural:

“Porque también somos de un pueblo pequeñito entonces yo creo que lo tenemos un poco más interiorizado” (19 años, femenino, Grado en Química).

“Yo lo de los alimentos sí que lo hago porque soy de un pueblo” (18 años, masculino,

Grado en Ingeniería electrónica y Telecomunicaciones).

En este sentido, es importante destacar que, al hablar de prácticas de consumo ético o consciente entre la población joven, se identifican dos barreras fundamentales: la falta de una vida independiente y la falta de capacidad económica.

“Yo siempre he pensado que esto es difícil porque, por ejemplo, yo vivo con mis padres, y tengo unas ideas bastante diferentes a las de mis padres y es que ellos no se paran a pensar eso y también me han inculcado eso y yo digo ¿qué hago ahora? Por ejemplo, el consumo de alimentos, mis padres compran comida y no se paran a pensar lo que hay detrás. ¿Qué hago? ¿Hago yo la compra aparte en casa? Si viviera sola sí, porque sería mucho más independiente. Pero al vivir con mis padres es en plan... Tengo que gestionarme” (22 años, femenino, Grado en Trabajo social).

Finalmente, cabe señalar que estas prácticas de consumo se dan también en el caso de las organizaciones sociales. En estos casos, y si bien el alumnado solía mencionar ejemplos relacionados con la ropa y la alimentación, los colectivos reconocen una mayor diversidad de formas de consumo para explicar su comprensión del término. Por ejemplo:

“Como tal no tenemos criterios de consumo ético, pero cuando hacemos actividades intentamos que los materiales sean lo más ecológicos posible. Aunque hay cosas que es muy complicado encontrarlas ecológicas. Es una preocupación, pero no una prioridad” (miembro Facultad de Economía Ética).

“No tenim criteris estipulats de consum ètic, però sí que és un tema que tractem bastant. Com a col·lectiu tractem de, si fem un menjar, fer-lo vegà. Pel maltracte animal i perquè és lo més sostenible ecològicament. [...] En tot cas les nostres activitats són prou teòriques. No fem molt de consum. [...] Per al dia a dia de cada un defensem el decreixentime. Comprar lo menys possible. Reutilitzar, comprar de segona mà... Jo amb els meus companys de pis a vegades compartim la roba. És bonic i és més barat. Al final viure de manera sostenible és més barat que no fer-lo, perquè gastes menys. Jo ho he comprovat en primera persona. [...] Som molt crítics amb el greenwashing i el desenvolupament sostenible. Capitalisme i ecologisme estan enfrontats. [...] Al final si abandones el consumisme pots acabar tenint inclús més qualitat de vida. Més opcions de consum no és més llibertat, i cuidar les possessions materials que tens, és més bonic. Li done més sentit a la vida” (miembro Arrels del canvi).

“No tenim demandes concretes sobre consum ètic, però reflexionem prou sobre açò.

“Nosotros como representantes no podemos decir qué vida tiene que hacer la militancia, pero está claro que transmitimos unos valores de consumo ético y de ecologismo. No te pueden ver... bueno, no podemos tener hábitos hiperconsumistas, y tenemos que reciclar etc. Algunos compañeros, viendo cómo se comportan, igual

no abrazan del todo los valores de Saó" (miembro Saó).

"Pensem que el que el consum responsable és important, però també que moltes vegades depén més dels recursos de les persones que de la seua voluntat. Aleshores tampoc volem dir a la gent com ha de consumir. No volem imposar algo que en realitat ve d'un privilegi. Lo que està clar és que, si t'ho pots permetre i no ho fas, està lleig" (miembro Extinction Rebellion).

"Doncs la raó per la que tenim una secretaria de sostenibilitat és en part perquè el consum responsable estiga present a l'activitat del sindicat. Al final la comissió de sostenibilitat s'encarrega d'articular la vessant ecologista del sindicat però també la seua feina és garantir que a totes les activitats del BEA el producte o el material siga sostenible o quilòmetre zero. Encara que tenim una capacitat de consum reduïda ho tenim en compte i en eleccions sí que tenim despeses grans per a les campanyes electorals. Els temes dels pamflets i dels cartells causen conflictivitat pel tema econòmic i per l'estètic, perquè els materials reciclats són més cars i menys estètics per ser en blanc i negre. O si fem un congrés i ens quedem a dinar i a sopar tenim cura que els aliments siguen de proximitat i fomentem que l'alimentació siga respectuosa en la gent vegetariana i vegana i fomentar inclús que tota la militància pugua accedir a eixe tipus de dieta per conscienciar cap a la indústria de la carn, tot i que no és la punta de llança del sindicat i es té una sensibilitat, encara que pugua ser polèmic. A més a més, fem accions en eixe sentit. Ja aconseguirem que s'implantaren menús vegetarians a les cafeteries de la universitat i, per exemple, recentment al campus de Burjassot vam fer una activitat sobre alimentació de quilòmetre zero i col·laborarem amb els agricultors de la zona perquè ens donaren productes de la zona" (miembro BEA).

PII: 4.2.3. Propuestas del alumnado de políticas de la UV para mejorar la movilización social a través del consumo responsable

Habiendo expuesto las motivaciones que guían al alumnado de la UV a consumir de forma ética, concluimos el informe presentando los discursos más representativos en torno a las acciones que consideran que debería tomar la propia institución en este sentido. Antes de ello, es pertinente recordar que, en la primera parte del estudio, observamos cómo el estudiantado valoraba de manera muy positiva que la universidad promoviera el consumo y la compra de este tipo de productos y servicios - como se muestra en el Gráfico 58, la importancia de estas políticas fue valorada con no menos de 3,8 en una escala de 0 a 5. En concreto, opciones como "ofrecer productos frescos en la cafetería" y "que la propia universidad compre productos en base a criterios de sostenibilidad social, ambiental y de derechos humanos" fueron las mejor valoradas por el alumnado encuestado.

Las respuestas de las entrevistas a estudiantes a título individual parecen coincidir con estos resultados, complementándolos con su perspectiva sobre el grado de conocimiento y la valoración de las distintas acciones concretas de la UV, tanto las ya existentes como las posibles.

Las acciones actuales, como el mercado agroecológico y la disponibilidad de productos de comercio justo en las máquinas expendedoras, son valoradas positivamente cuando se conocen. No obstante, se pide en general una mayor difusión de estas iniciativas y que se avance aún más en esta dirección.

“Sí que m’agradaria que la universitat promocionara més el consum ètic. He vist iniciatives com el agromercat i m’agraden. Hauria de fer-se més” (18 años, femenino, Grado en Estudios Ingleses).

“Creo que la universidad ya hace cosas en este sentido, como en las máquinas tener productos de comercio justo. Igual se podría explicar un poco más qué es y qué implica” (19 años, femenino, Bioquímica y ciencias biomédicas).

“Sí sería positivo que la universidad lo promoviera más [el consumo sostenible en cafeterías]. Podrían fomentar que los proveedores fueran pequeños comercios locales” (21 años, femenino, Grado en Psicología).

“Estoy a favor de que la universidad promocioe el consumo ético. En nuestra facultad se tiene bastante en cuenta, pero en la cafetería podrían dar más opciones ecológicas, veganas...” (19 años, femenino, Grado en Ciencias Gastronómicas).

En general, se cree que la universidad podría fomentar el consumo responsable entre el alumnado proporcionando información y orientaciones concretas sobre cómo consumir de manera ética y sostenible.

“Estaría a favor de que la universidad promoviera el consumo responsable, por ejemplo, dando información sobre las consecuencias negativas del consumo de carne” (34 años, femenino, Máster en Ingeniería química).

“Me parece que es importante el consumo consciente, pero creo que hay que tener mucha información para poder hacerlo bien. Estaría muy bien que la universidad lo promoviera. Dando más información, por ejemplo” (18 años, femenino, Grado en Biología).

“Obviamente veo muy importante que la universidad lo impulse. Por ejemplo, que se informe sobre lo que es el maltrato animal en la producción de maquillaje y cosmética, por ejemplo. Y lo de no comprar a empresas que colaboren con Israel” (Mujer. 22 años. Periodismo).

“De hecho, nos lo dijo una profesora de política en una clase, sobre Shein nos dijo: ‘¿A ver cuánta gente de aquí compra de Shein? Pues que sepáis que es una empresa super explotadora’. Entonces, concienciadas sí que estamos de cosas de esas. La UV es importante que se involucre más porque al final ha sido solo una profe la que ha hablado del tema y no sé, podría estar más presente este tema. Porque también hemos notado durante la carrera que muchas de las veces es concienciarnos de cosas que igual ya estamos concienciadas. Por ejemplo, la violencia de género, lo

de Palestina, nunca nos dan un protocolo de 'lo que podéis hacer es esto', siempre son maneras de concienciarnos cuando ya lo estamos y ya lo que querríamos es saber cómo actuar en esas situaciones y saber qué podemos hacer. Sería un puntazo que nos dijeran desde la Universidad" (20 años, femenino, Grado en Educación Social).

En este sentido, algunas personas juzgan el hecho de encontrarse con mensajes en clase que no tienen un impacto transformador, al ser demasiado teóricos.

"Aunque también las lecciones que hace la universidad no sirven para mucho, la verdad. Pero sí, igual que lo digan los profesores o algo en clase. Es que muchas veces lo que hacen cuando nos quieren concienciar de algo es que nos dicen: 'hay una charla y tenéis que ir' o 'si queréis vais', entonces al final a una charla la gente no va porque además a una charla de 3 horas y que te obligan a ir, pues al final no te enteras de lo que te están contando. Igual encontrar otra forma que no sea tan... no sé... Teórica o aburrida quizá" (20 años, femenino, Grado en Educación Social).

Por parte de las organizaciones, la mayoría coinciden en valorar algunas iniciativas, como el mercado agroecológico y la instalación de fuentes de agua. También, en las propuestas concretas que realizan. Algunas de ellas son: la demanda de ofrecer alimentación más sostenible en las cafeterías, ofrecer espacios para cosotecas (espacios donde poder alquilar objetos que no usas diariamente), aumentar las líneas de transporte público, ampliar la red de fuentes de agua y mejorar la oferta de frutas y verduras de proximidad en las cafeterías:

"La universitat ha fet coses, com el mercat sostenible, que molt guai. Però, per exemple, no s'ha fet res perquè el menjar de la cafeteria siga sostenible. Això hauria de ser prioritari i no s'ha fet" (Extinction Rebellion).

"Jo, personalment, no te sabria dir iniciatives de consum ètic més enllà del mercat agroecològic, però sí que ho consideraria important. En particular, a les cafeteries. Crec que seria un exemple magnífic de com hi ha moltes coses a millorar en aquest sentit" (Assemblea Feminista de València).

"La universidad debería mejorar en cuanto a zonas verdes y en alimentación sostenible, sea a través de la universidad o de otras empresas sostenibles que monten algo cerca" (Facultad de Economía Ética).

"Lo primero es organizar conferencias con los sindicatos, grandes y pequeños, para que expliquen su problemática actual. (...) Organizar "una feria", de venta directa con productores locales, con precios justos, etc." (Estudiantes por la libertad).

"A la meua facultat ja se fan coses, com gastar sobretot paper reciclats, o lo de les fonts d'aigua, que fan que compres moltes menys botelles de plàstic. Estes coses són importants, i poden anar a més. [...] M'agrada molt la idea de la cosoteca: objectes que no gastes diàriament, com un taladro, i posar-les a l'abast comunitari. Ara se fa

amb ordinadors portàtils, però es podria fer amb moltes més coses" (Arrels del canvi).

"Años anteriores llevábamos a cabo medidas como que todo el papel fuese reciclado o la apertura de fuentes de agua para estudiantes, para que no utilicen botellas de plástico. Ahora poco a poco nos vamos acercando más a que todas estas medidas se vayan consiguiendo. Estamos solicitando más aperturas de fuentes de agua y que la comunidad universitaria estudiantil sea más consciente de todas las medidas. Respecto a sostenibilidad, el fomento del transporte público y menos del coche privado. Queremos que la universidad favorezca el transporte público en contra del vehículo privado. [...] Sobre todo cuando se firman los contratos de las cafeterías. Deberían consumir menos plástico, primar el consumo de productos de proximidad... Tengo entendido que desde la UV están intentando hacer cosas. Pero cuesta mucho. Hay mucha burocracia, y no solo depende de la universidad. Y el presupuesto siempre es escaso. Lo de las fuentes sí que pusieron más. Ahí han estado diligentes, y en cuanto a climatización y placas solares también. [...] Para la juventud creo que sí que es importante el consumo ético. Pero creo que la dirección de la universidad llega un punto que no pueden hacer más. Habría que ir directamente a la Generalitat. Esa es mi opinión" (Saó).

"Portàvem varies propostes al programa electoral en eixe sentit. Hi ha universitats a l'Estat espanyol, com per exemple la de Sevilla crec, que tenen a banda del menú diari un menú a preu més reduït amb fruites, verdures i carn de temporada. Li diuen menú de proximitat i està a preu més baix. Eixa era una proposta que portàvem. A més a més, proposarem retirar la bolleria industrial de les màquines expenedores de la universitat i que a l'entrepà del dia de les cafeteries hi haja sempre una opció vegetariana, vegana i celiaca perquè normalment no hi ha i no hi pots accedir si eres una d'aquestes persones" (Bloc de l'Estudiantat Agermanat - BEA).

PARTE II:
Análisis cualitativo. Profundización en aspectos clave
de la acción social del alumnado de la UV

CONCLUSIONES SOBRE LA ACCIÓN SOCIAL DEL ESTUDIANTADO DE LA UV



PII: 5.1. Conclusiones sobre la acción social del estudiantado de la UV

En cuanto a los niveles de participación en actividades de acción social, las entrevistas realizadas confirman y matizan lo que las encuestas sugerían. Para la mayoría del estudiantado que se percibe como poco activista, la acción social tendría una escasa presencia en sus vidas. Estas personas muestran un gran desconocimiento del entorno asociativo, presentan una nula participación en proyectos colectivos y una nula o muy escasa acción política individual. En cambio, al menos un 40% del alumnado, según los resultados de las encuestas, sí parecen ser personas que realizan con alguna frecuencia actividades de acción social. Dentro de este grupo, un número reducido se involucra en prácticas de activismo de alta intensidad, practicando activamente y de forma estable en organizaciones sociales o políticas.

A pesar de la baja participación en general, el estudiantado tendería a realizar más ciertas prácticas de acción social más que otras. Los resultados cuantitativos y cualitativos muestran que son más comunes las acciones de militancia individual (como la votación o la firma de peticiones), que requieren menos esfuerzo y dedicación, en comparación con aquellas que demandan una organización y compromiso colectivo, como la participación estable en organizaciones.

Las razones que se daban en las entrevistas para explicar los bajos niveles de acción social son complejas y muy variadas. Estas causas son más numerosas y más concretas que aquellas sobre las que se preguntó en las encuestas. Se pueden agrupar bajo estos temas:

- Ofrecer al alumnado, disconforme con la actual sociedad, alternativas para la acción. Para ello, puede tratar de conectar específicamente con los temas que más preocupan al alumnado de todas las edades y ramas, tales como los servicios públicos, los derechos humanos o el feminismo.
- Individualismo y falta de relaciones comunitarias.
- Falta de tiempo, en parte debido a las exigencias universitarias, que se priorizan a la acción social.
- Precarización de la vida.
- Desesperanza ante retos que parecen inasumibles e inexistencia de alternativas que se consideren creíbles.
- Sensación de que la acción social no produce resultados.
- Incapacidad de las organizaciones sociales para transmitir sus mensajes.
- Cultura política poco desarrollada.
- Falta de empatía hacia grupos sociales oprimidos y discursos negacionistas ante determinadas problemáticas sociales y ambientales.
- Problemas y estrategias fallidas de las organizaciones sociales para conectar con la juventud.
- Timidez y miedo al posicionamiento político público.

Por otro lado, las motivaciones para realizar acción social, que aparecieron en las entrevistas, confirmaban lo sugerido por los resultados iniciales del estudio pero, a su vez, eran en parte distintas y más amplias que las identificadas sobre en la literatura empleada para diseñar las encuestas. Las principales eran:

- Coherencia con las propias ideas y el deseo de mejora de la sociedad
- La existencia de un proceso de sensibilización previo, que combina lo racional y lo emocional.
- Consciencia de los propios privilegios.
- Interés en generar vínculos sociales y creación de comunidad a través de la participación.
- Aprendizaje y crecimiento personal que se considera que se desarrollarán al ejercer la participación.

Los colectivos sociales de la UV entrevistados coinciden en que la participación de la juventud es generalmente muy baja y que el estudiantado de la UV no es una excepción. Sin embargo, su visión parece ser ligeramente más pesimista de lo que sugieren los resultados cuantitativos y cualitativos.

Respecto al factor del género en relación al activismo, las personas entrevistadas de los colectivos de la UV, coincidiendo con los resultados de la encuesta, tienen la clara percepción de que las mujeres jóvenes estaban más implicadas social y políticamente que los hombres. En la mayoría de las organizaciones entrevistadas, de hecho, la participación femenina supera a la masculina. Las entrevistas destacan que la concienciación feminista ha movilizó a muchas mujeres, no solo en causas feministas. También, que la mejora de las dinámicas en las organizaciones sociales, como el incremento de liderazgos femeninos y la revisión de prácticas discriminatorias, ha reducido las barreras históricas para la participación de identidades distintas a las masculinas tradicionales. Sin embargo, se observa que, a pesar de la mayor participación de mujeres, los hombres continúan ocupando mayoritariamente los puestos de representación y poder en las organizaciones juveniles.

En cuanto a la edad, la mayoría de las organizaciones entrevistadas perciben, en coherencia con lo que sugerían las encuestas, que la implicación social tiende a aumentar ligeramente en la etapa universitaria conforme avanza la edad. Las entidades señalan posibles motivos como el desarrollo más profundo de sus convicciones políticas o la menor influencia de las dinámicas individualistas de las redes sociales en la gente un poco más mayor.

Dado que una parte de las razones que se daban para la baja participación tenían que ver con las estrategias y prácticas equivocadas de las organizaciones sociales, los propios colectivos entrevistados nos sugerían, desde su experiencia y reflexión, algunas claves que consideraban incluir para mejorar su funcionamiento y facilitar una mayor implicación de la juventud.

PII: CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Generar más redes de apoyo mutuo entre colectivos afines.
- Trabajar activamente los cuidados, la acogida y la dimensión humana entre las personas que participan en los colectivos.
- Diseñar y mantener una pluralidad de estructuras, actividades y dinámicas, que permitan diferentes formas de participación y una gobernanza plural.
- Gestionar las sobrecargas que, generalmente, suelen recaer en un número reducido de personas dentro de las organizaciones.

Por otro lado, las personas participantes en las entrevistas proponían estas ideas para mejorar la implicación social del estudiantado de la UV en colectivos y asociaciones:

- Aumentar la visibilidad de las organizaciones.
- Generar más conciencia previa sobre los temas en los que trabajan.
- Esperar a una situación social más tensa.
- Mejorar las dinámicas de las organizaciones para conectar con la juventud.
- Proporcionar ejemplos de éxito que generen confianza en las estrategias de las organizaciones.
- Limitar la persecución de ciertas formas de activismo.

Al mismo tiempo, se proponen diversas iniciativas para que, desde la UV, se pueda fomentar una mayor participación social de su estudiantado:

- Adaptar los planes de estudio y la metodología para que sean más compatibles con el activismo
- Reconocer la participación en actividades de organizaciones y otras iniciativas mediante créditos u otros formatos.
- Facilitar y crear espacios, tanto físicos como relacionales, formales e informales, para las organizaciones y para fomentar la agrupación.
- Impulsar la vida social en el campus.
- Incorporar más contenido crítico en los programas académicos.
- Democratizar la gobernanza de la UV.

PII: 5.2. Conclusiones sobre la acción social del estudiantado de la UV a través del consumo responsable

Algunos de los aspectos más relevantes sobre las motivaciones y prácticas específicas de las acciones de consumo responsable, surgidas de las entrevistas a estudiantes y colectivos de la UV son las siguientes:

Como ya sugerían los resultados de las encuestas, el consumo consciente o ético es ampliamente conocido y practicado. Entre las motivaciones tanto de estudiantes como de organizaciones, como ya indicaban las encuestas, se encuentran fundamentalmente dos: evitar la violación de los derechos humanos y la explotación laboral y reducir el impacto ambiental del consumo. En un plano más abstracto, surge tam-

bién la motivación general de utilizar las decisiones de consumo como una herramienta para transformar un sistema injusto, avanzar hacia modelos alternativos al capitalismo y promover el decrecimiento

En cuanto a las prácticas de consumo responsable mencionadas se centran, principalmente, en la compra de ropa y alimentos. En este sentido, se destacan prácticas generales como el intentar consumir menos y evitar hacerlo en grandes corporaciones con prácticas cuestionables. Junto a estas prácticas generales, aparecen algunas más específicas de cada sector: en el ámbito de la ropa, prácticas como compartir e intercambiar ropa o comprar ropa de segunda mano. En el ámbito de la alimentación, intentar comprar en comercios de proximidad, productos locales y de producción agroecológica, u optar por opciones veganas o vegetarianas

A pesar de la sensibilización, el estudiantado enfrenta obstáculos como limitaciones económicas, la conveniencia de comprar en grandes supermercados y tiendas de moda rápida, la falta de autonomía al vivir en el hogar familiar y la falta de información sobre las prácticas de las empresas y sobre los productos concretos que consumen.

Finalmente, las entrevistas confirman lo que sugerían las encuestas, y es que tanto el estudiantado a nivel individual como las organizaciones de la UV dan mucha importancia a que la Universidad desempeñe un papel activo en la promoción del consumo ético. En este sentido, con frecuencia se conocen y valoran acciones ya existentes como el mercado agroecológico, la presencia de productos de comercio justo en los campus y la instalación de fuentes. Pero se sugieren iniciativas adicionales, como, ofrecer una alimentación más justa, saludable y sostenible en las cafeterías, proporcionar más información y más espacios de reflexión al alumnado sobre consumo responsable, fomentar el uso del transporte público y crear espacios para el intercambio y la reparación de productos.

BIBLIOGRAFÍA



Benedicto, J. (2008). La juventud frente a la política: ¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez? *Revista de Estudios de Juventud*, 81, 13 - 28.
<https://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-1.pdf>

CIS. (2011). *Cultura política de los jóvenes*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
https://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2900_2919/2919/Es2919.pdf

Díaz Carmona, E. (2018). El consumo ético entre los jóvenes universitarios españoles. *Revista de Estudios de Juventud*, 119, 119 - 144.
https://www.injuve.es/sites/default/files/2019/03/publicaciones/cap8_el_consumo_etico_entre_los_jovenes_universitarios_espanoles.pdf

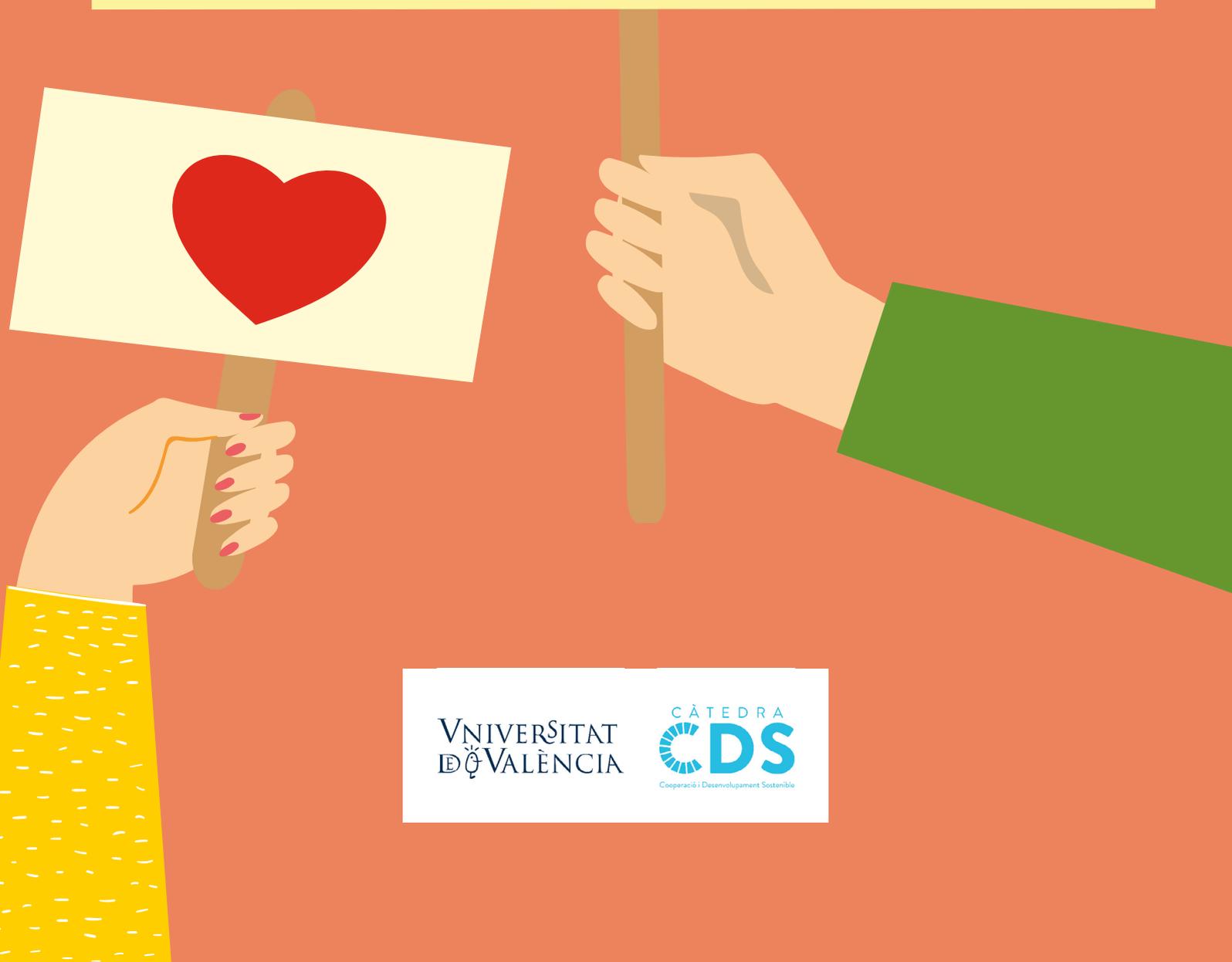
Herrero, Y. (2023). *Ecofeminismos*. Icaria.

INJUVE. (2014). *Jóvenes, Satisfacción Personal, Participación Asociativa y Voluntariado*.

- (2017). *Jóvenes, participación y cultura política*. INJUVE.
https://www.injuve.es/sites/default/files/2018/27/publicaciones/sondeo_2017-1_informe.pdf
- (2021). *Informe juventud en España 2020*. INJUVE.
<https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2021/03/informe-juventud-en-espana-2020-resumen-ejecutivo.pdf>

UV. (2022). *Informe de gestión 2021*. Universitat de València.
https://www.uv.es/sap/docs/informe_gestio/2021_informe_gestio.pdf

PERCEPCIONES Y PRÁCTICAS DE ACCIÓN SOCIAL EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

CÀTEDRA
CDS
Cooperació i Desenvolupament Sostenible