

La Fundación Felipe González presenta el informe *Millennial Dialogue Spain*

Los *millennials* españoles desconfían de los políticos, aunque mayoritariamente irían a votar

Millennial Dialogue es un proyecto de investigación de la Foundation for European Progressive Studies y el Center for American Progress que pretende ofrecer información sobre los valores y prioridades de los *millennials*

El estudio ha realizado encuestas a cerca de 100.000 jóvenes entre 16 y 35 años en 20 países. Ya han sido presentados los resultados correspondientes a Alemania, Italia, Canadá, Polonia y Austria, entre otros

El retrato generacional de los *millennials* españoles es que son felices y optimistas, están poco interesados en la política y desconfían de los políticos, aunque el 85% afirma que iría a votar

- ✓ [Descarga el informe completo](#)
- ✓ [Descarga la infografía](#)

Madrid, 1 de junio de 2017

La Fundación Felipe González ha presentado los resultados del informe *Millennial Dialogue Spain*, un proyecto transatlántico de la Foundation for European Progressive Studies (FEPS) y el Center for American Progress que aplica técnicas de investigación conectada para comprender y entender a la *generación Y* o *del milenio* en un contexto democrático.

La Fundación Felipe González es el único socio español de una iniciativa que intenta superar los estereotipos y lugares comunes para proporcionar información de gran calidad sobre las aspiraciones, prioridades y valores de los jóvenes nacidos entre 1980 y 2000.

El acto de presentación de los resultados ha tenido lugar en la Residencia Universitaria Claudio Coello y ha contado con la participación de Ernst Stetter, secretario general de la FEPS; Rocío Martínez-Sampere, directora de la Fundación Felipe González; Lucía González, editora jefe de Verne.es; y Santiago Castelo, coordinador del equipo investigador de "Millennials en Latinoamérica".

Millennial Dialogue Spain

Para la creación del informe se ha realizado una encuesta *online* a 1.000 residentes en España de 16 a 35 años y un diálogo, también *online*, moderado y de una semana de duración, con 40 *millennials* españoles, segmentado de la siguiente manera: jóvenes involucrados políticamente, la tendencia media y los descontentos políticos. La muestra ha sido seleccionada para poder ser representativa de todos los *millennials* españoles en términos de edad, localización geográfica, ingresos de los hogares y nivel educativo.

El retrato generacional de los *millennials* españoles es que son felices y optimistas (86% y 76%), con datos similares a los jóvenes de otros países donde se ha realizado el estudio (Austria 92%, Estados Unidos 89%, Noruega 86%, Reino Unido 84%, Alemania 81%). Entre sus principales intereses en una lista de prioridades se encuentran la música, el cine, las nuevas tecnologías y el uso de redes sociales.

Sin embargo, cuando se les pregunta por su interés por la política, éste es bajo. El 51% está poco o nada interesado frente al 16% que está muy interesado (24% en Turquía, 20% en Alemania, 19% en Italia, 18% en Austria, 16% en EE. UU. o 6% en Hungría). El interés por la política se sitúa en el último lugar de una lista de preferencias donde prima ser feliz o tener buena salud.

Los *millennials* españoles afirman que existe una brecha generacional respecto a la generación de sus padres o abuelos ya que el 47% siente que están menos interesados en la política. Entre las causas de este desinterés señalan el alto nivel de corrupción, las promesas rotas y un sentimiento de decepción respecto a los políticos, así como la sensación de no tener mucho por lo que luchar.

Entre los que participan en política, el 6% dice haber asistido a una reunión política, en comparación con el 26% que dice haber participado en una protesta o manifestación, el 7% que participa en eventos religiosos y un 33% en deportes de equipo.

Respecto a su relación con la clase política, el 20% confía en que puede hacerse oír y el 41% piensa que muy pocos políticos animan a los jóvenes a involucrarse en la política. Cuando se les pregunta si los políticos ignoran las opiniones de los jóvenes, el porcentaje sube hasta el 78% (81% en Italia, 80% en Chile, 68% en EE. UU., 64% en Alemania frente al 31% de Noruega). El 69% estima que la mayoría de los políticos se interesan más por las personas mayores que por ellos.

Más preocupante es la respuesta que ofrecen ante la cuestión de si la mayoría de los políticos quieren el mejor futuro posible para los jóvenes. Solo un 21% está de acuerdo con esa afirmación, lo que contrasta con las respuestas de jóvenes de otros países: Alemania 97%, Turquía 79%, Noruega 78%, Italia 27% o Bulgaria 24%.

Respecto al futuro, los *millennials* piensan que la situación económica nacional (90%) será el principal factor que influya en su futura calidad de vida, seguida de la economía global (88%) y las decisiones tomadas por los políticos (85%).

Elecciones

El 85% de los *millennials* afirma que iría a votar, a pesar de mostrar un interés bajo en la política. Las razones para no hacerlo son la falta de confianza en los políticos, que todos los partidos y los políticos son iguales, que no les gusta ninguna de las opciones políticas, no apoyan el sistema político actual o no hay un partido que represente sus opiniones.

En este sentido, los factores clave que podrían fomentar su interés en votar serían principalmente una mayor confianza en los políticos y si su voto fuera relevante.

Los motivos por los cuales los *millennials* desconfían de los políticos son los numerosos escándalos de corrupción, el incumplimiento de las promesas a los ciudadanos y que no

se escuchan las necesidades y problemas de los ciudadanos. Para que la relación entre jóvenes y clase política sea mejor proponen interacciones más frecuentes entre ambos, que los políticos escuchen y se interesen por sus problemas, conozcan sus opiniones y mantengan sus promesas. También argumentan que los políticos más jóvenes pueden ayudar a construir mejor dicha confianza.

En cuanto a los factores que contribuyen a la decisión del voto, las opiniones sobre los líderes de cada partido son el factor clave. Paradójicamente, las redes sociales y la comunicación *online* se encuentran en los últimos lugares de la lista ya que los *millennials* esperan que las principales campañas se lleven a cabo utilizando medios tradicionales (prensa, radio y televisión). Sin embargo, si fuesen ellos quienes tuvieran que iniciar su propia campaña centrarían sus esfuerzos en las redes sociales.

Sobre su candidato 'ideal', el género y la forma de vestir no importan, aunque algunas jóvenes dicen que les gustaría ver más mujeres políticas. Las características más importantes que debería poseer un candidato son la humildad, la honestidad y la confianza. Asimismo, valoran positivamente que sea una persona inflexible ante la corrupción (96%), íntegra (94%), inteligente, que tenga capacidad de gestión ante una crisis, escuche y tenga comprensión ante los jóvenes (86%) frente a otras cualidades que consideran menos importantes como la experiencia (61%) o la buena apariencia (48%).

Hijos de su tiempo, los temas que más les importan son la creación de empleo, la educación y la sanidad (94%) y consideran que es en estos asuntos dónde debería centrarse la labor de los políticos ya que estiman que no están trabajando lo suficiente en ello.

Partidos políticos y reforma electoral

En cuanto a los partidos políticos, tienen un alto conocimiento de la oferta existente. Estiman que en los próximos 15 o 20 años PP y PSOE disminuirán su popularidad o la mantendrán como en la actualidad, frente a Podemos y Ciudadanos que la aumentarán. Así, consideran que el partido que mejor les entiende es Podemos y que PP y PSOE son los que mayor experiencia política poseen.

Para incentivar el voto confían en el poder de la tecnología y el voto *online* para aumentar la participación (86%), así como ampliar los lugares donde poder votar (63%).

El 66% de los encuestados considera que no se debería dar la oportunidad de votar a los jóvenes de 16 y 17 años frente al 20% que opina lo contrario –y el 25% si se pregunta a jóvenes entre 16 y 18-.

El 60% considera que no debería ser obligatorio el voto frente al 32% que sí lo opina, especialmente si preguntamos a *millennials* entre 26 y 35 años.

En cuanto al papel de las mujeres en la política, más de la mitad de las *millennials* españolas consideran que debería haber una mayor representación. Alrededor de una quinta parte de los jóvenes piensan que debería haber algunas listas sólo de mujeres. Más de la mitad de los hombres consideran que el equilibrio de género en la política es correcto.

Sobre la Fundación Felipe González

La Fundación Felipe González arranca sus actividades en 2017 con un doble propósito, aprender del pasado y aportar al futuro. En esa dirección, se encarga de gestionar el archivo documental de Felipe González para ponerlo a disposición de todos los ciudadanos, y organiza y apoya actividades y proyectos que contribuyan al progreso y ofrezcan herramientas a la sociedad para enfrentarse a los retos del siglo XXI.

Sus objetivos rectores son ofrecer respuestas a los retos políticos y sociales del siglo XXI compatibilizando progreso, modernización y promoción de la igualdad; dar acceso a los ciudadanos a un archivo de enorme importancia sobre un período fundamental de la historia de España; y favorecer un mayor y mejor conocimiento de la política española e internacional y de cuestiones esenciales de nuestro tiempo.

La Fundación Felipe González forma parte de la red de la Foundation For European Progressive Studies (FEPS), *think tank* progresista a nivel europeo.

Más información:

Fundación Felipe González www.fundacionfelipegonzalez.org - [video](#)

Millennial Dialogue www.millennialdialogue.com