

CAPÍTULO. 16.

LA PARTICIPACIÓN COMO CONSUMIDORES.

1. Peculiaridades que tiene el consumo entre las personas jóvenes.

El consumo de la juventud es una práctica diferenciable del consumo de la gente adulta. Es diferente porque satisface necesidades específicas de esa época de la vida; y también porque cumple funciones distinguibles.

El hecho de que sea un consumo específico y distinto, es compatible con su diversidad. Es un comportamiento diversificado en dos sentidos:

a) No hay un único tipo de consumidor joven.

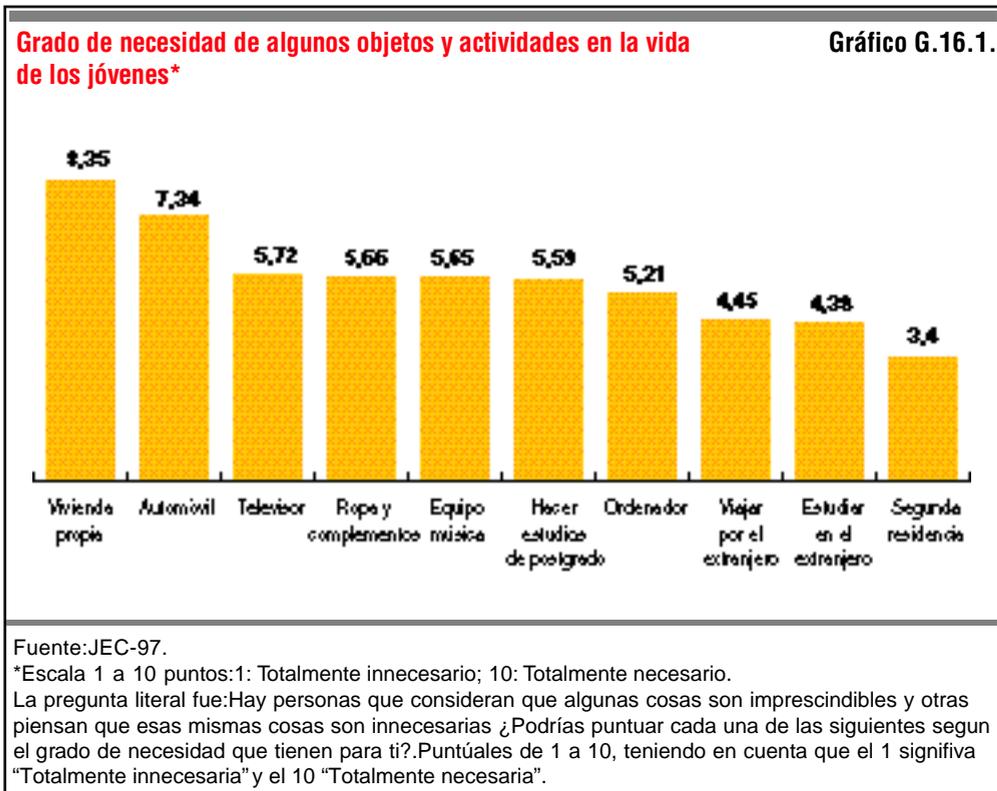
Las diferencias de edades, sexo, ocupación, estado, ingresos, hábitat, niveles culturales, gustos -entre otras distinciones- son intervinientes en el consumo juvenil, como en el del resto de la población.

b) Hay sucesivas pautas de consumo a lo largo de la etapa juvenil de la vida.

Durante ese largo tránsito, las variaciones que se observan en los comportamientos de consumo, reflejan las transformaciones existenciales de las personas jóvenes. Cambia el consumo cuando lo hace el contenido de las actividades (estudio, trabajo, paro, labores del hogar); cuando se pasa de la soltería al matrimonio, nuevo estado que frecuentemente, supone otro status económico y en la generalidad de los casos la mudanza a una vivienda distinta.

Y sobre todo, cambia la función del consumo en la medida en la que se va transformando la dependencia en la que viven los hijos e hijas de familia, en la autonomía propia de los emancipados y de las emancipadas.

Por ejemplo, a quienes nunca han convivido con su pareja y se dedican al estudio, les motiva el deseo de bienes y de servicios que contribuyan a su movilidad (coche, moto, viajes), que subrayen el atractivo físico (ropa, calzado), y que sirvan para la diversión y el entretenimiento (bebida, música) Cuando hay una pareja estable y se trabaja, lo que se echa de menos no son más cosas, sino más tiempo; y lo que se quiere vestir y poner bonita, es la casa. (Cf. G.16.1.)



2. Distinción entre dos modalidades de consumo juvenil.

Para poder relacionar esas transformaciones que se producen en las biografías de las personas jóvenes, con las diferentes necesidades que viene a satisfacer el consumo a lo largo de la juventud, cabe distinguir entre dos modalidades de consumo:

a) *El consumo que cumple funciones relacionadas con las señas de identidad juveniles.*

Es un gasto instrumental. Resulta necesario para ser aceptados y poder participar como otro miembro más, en las redes de relación que organizan las propias personas jóvenes y que tanta importancia tienen en su vida.

b) *El consumo que está destinado a lograr la incorporación de las personas jóvenes a la sociedad adulta.*

Incluye todas las inversiones y gastos que se destinen, a conseguir las habilidades sociales y las capacidades profesionales necesarias, para hacerse un lugar en la sociedad adulta.

El "consumo relacionado con la identidad juvenil" y el "consumo relacionado con la incorporación a la sociedad adulta", se corresponden con prácticas consumidoras diferentes. Esa distinción la utilizan la propia gente joven y sus familias, cuando diferencian entre unos gastos más vinculados al gozo, al tiempo libre, a las relaciones con las amistades; y otros más orientados a objetivos "útiles", "prácticos" para el "porvenir". (Fuente: J.C.O. 97)

3. Funciones del consumo relacionadas con la identidad juvenil.

Desde la adolescencia hasta que se constituye la propia familia, el consumo está muy entrelazado con "las señas de identidad" que las personas jóvenes reclaman como distintivas de su condición juvenil. Porque durante esas etapas de la juventud, *el tener* (y el no tener) es lo que más se relaciona con *el ser* (y con el no ser)

Poseer determinadas cosas, el consumir unos productos y no otros, suelen ser exigencias que impone el grupo de pertenencia. Es decir, el resto de la gente joven con la que se comparten tiempos, espacios y actividades.

En sus manifestaciones más inofensivas, la respuesta de los y las jóvenes a la presión grupal, se resuelve por el recurso al consumo de objetos de determinadas marcas. El valor que proporciona la marca, en última instancia, es "derecho de admisión".

En sus manifestaciones más disfuncionales -cuando la presión del grupo obliga a comportamientos miméticos- el consumo sirve para reducir la ansiedad. Por ejemplo: en muchas ocasiones, la adquisición del hábito de fumar se inicia como un ritual con el que mostrar la identidad. Así sucede sobre todo en las chicas, cuyo género, en muchos casos, les excluye del ejercicio de los roles centrales en el seno del grupo. (Fuente: J.C.M. 97)

La modalidad de consumo que cumple funciones relacionadas con la identidad juvenil, se distingue por estos rasgos:

- *Tiene unos tiempos característicos.* Aquellas horas que se viven como más gratificadoras, porque se ocupan con la compañía de los compañeros y compañeras, a quienes se considera miembros del propio grupo. (sobre todo durante los fines de semana)
- *Tiene unos espacios segregados.* Aquellos lugares de los que los jóvenes tratan de apropiarse, porque no están controlados por los adultos. Sitios de encuentro y de permanencia, y en ocasiones de actividades gregarias, que sean utilizados sólo por jóvenes. (Cf. Capítulo 15)

En esos momentos y en esos ámbitos, las demandas más importantes de la juventud están al servicio de dos objetivos:

- 1º) tener donde ensayar los límites y el atractivo del cuerpo, y
- 2º) poder compartir habilidades específicamente juveniles con otros jóvenes.

Estas gratificaciones promueven un amplísimo repertorio de gastos, relacionados con las necesidades de expresar lo que les hace ser visibles, queribles, deseables, distinguibles; y por lo tanto aceptados y bien valorados, en la relación. Dependiendo de las edades y del estado, son consumos compartidos por una mayoría de la gente joven. (Cf. G.16.2. y G.16.3.)

Destinan una gran parte de su dinero de libre disposición, a los gastos requeridos para tener donde estar los fines de semana con los amigos (por ejemplo, a la discoteca); haciendo algunas de las cosas que consideran habilidades específicamente juveniles (por ejemplo, bailar) Esa forma monotemática y masificada de diversión -al contrario de lo que a veces se afirma- se elige porque no hay otros lugares más baratos donde reunirse, en los que puedan hacer otras cosas además de bailar, sin padecer el control de los adultos. (Cf. Capítulo 15)

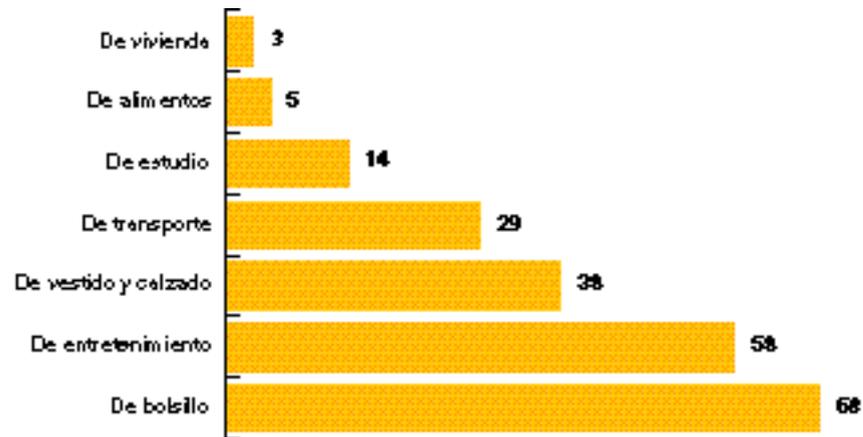
Por "señas de identidad", hay que entender aquellos elementos que los propios jóvenes consideran distintivos:

- respecto a las personas adultas
- respecto a otros jóvenes

Incluyen comportamientos (por ejemplo, las actividades de fin de semana); gustos (por ejemplo, determinadas músicas); evaluaciones (por ejemplo, el significado atribuido a la amistad) y bienes (por ejemplo, zapatos de marca, motos...)

Proporción de personas jóvenes que deciden cada tipo de gasto por sí solas o con sus parejas, según el renglón del gasto.

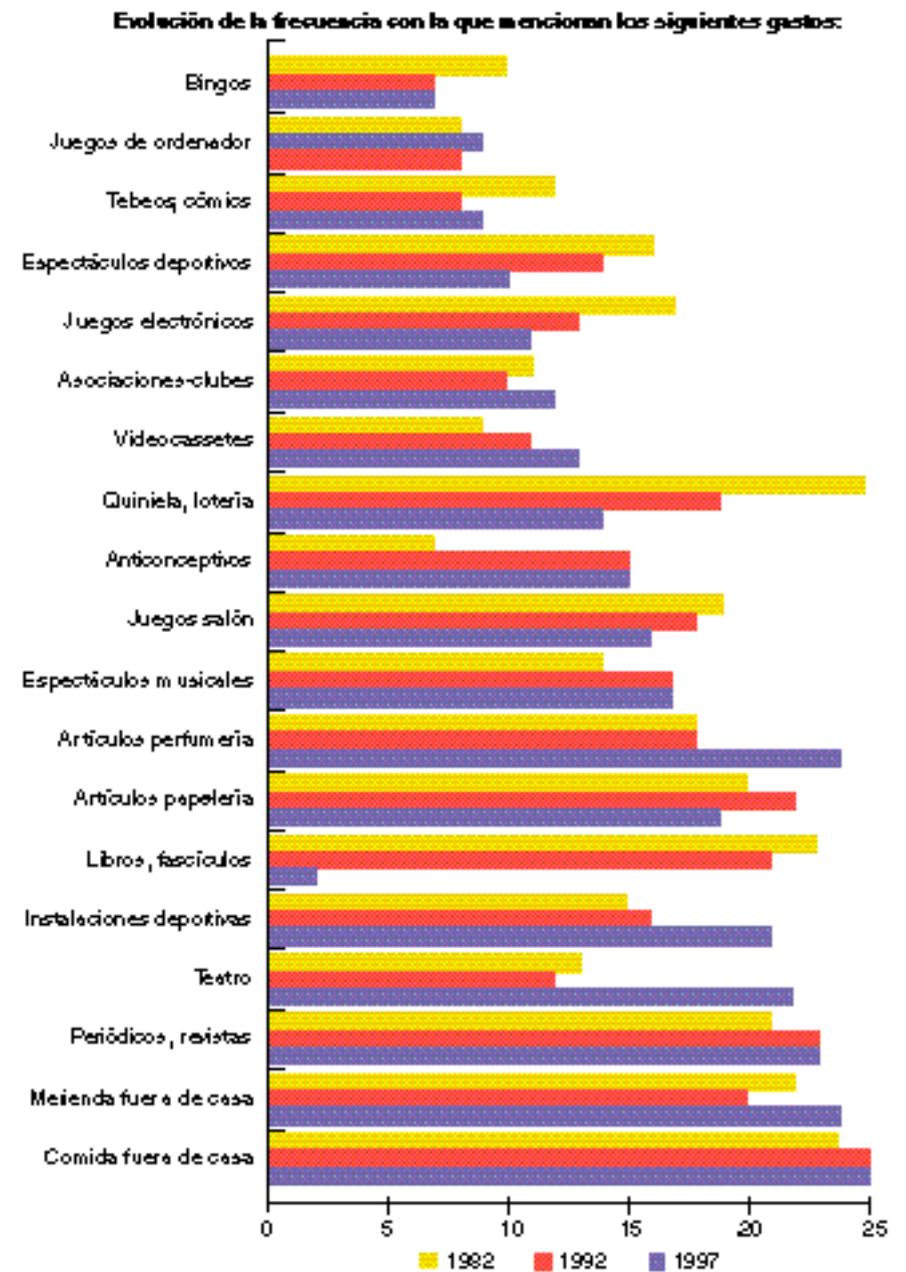
Gráfico G.16.2.



Fuente: JEC-97.

Los gastos de los y las jóvenes relacionados con el tiempo libre y con la relación.

Gráfico G.16.3.



Fuentes: 1982:IJ-82.
1992: FC-94.
1997: JCO-97.

4. Funciones del consumo relacionado con la incorporación a la sociedad adulta

En nuestra sociedad el consumo también es algo que hace a la juventud y no meramente algo que la juventud hace. Por eso se pueden relacionar “consumo” e “incorporación a la sociedad adulta”.

4.1. La prolongación del tiempo que ocupa la gente joven en formarse, revierte directamente en una transformación del consumo juvenil.

Quince años antes, el consumo relacionado con la incorporación de la juventud a la sociedad adulta, estaba todavía pautado según los intereses y las necesidades de chicos y chicas, cuyo horizonte formativo, para la mayoría, alcanzaba un nivel educativo de Primaria. Ahora ese consumo ha adquirido otra entidad, mucho más sofisticada y cara, que corresponde a los intereses y a las expectativas de una juventud que va a lograr un nivel formativo de Secundaria y que aspira en su mayoría a ser Universitaria.

Los gastos requeridos para satisfacer un alza tan acelerada de los niveles de aspiración, involucran a las familias y no sólo a las Instituciones. Se prolonga el tiempo durante el cual es necesario proveer a la manutención de los hijos e hijas de familia. Y aumenta la diversidad de bienes y servicios que requieren unos hijos e hijas cuando ya son adultos y adultas.

4.2. La reorganización de las economías familiares consecuentes a la prolongación del tiempo de formación juvenil

Se ha incrementado la parte del gasto familiar destinado a hacer de un niño o una niña, una persona emancipada y con un lugar en la sociedad. Desde 1984 crecen progresivamente las inversiones de naturaleza formativa: aumentan los gastos en matrículas, libros de texto, enciclopedias; en cursos de idiomas en el extranjero. Últimamente también se suman las inversiones en infraestructuras informáticas. (Fuente: J.C.O. 97)

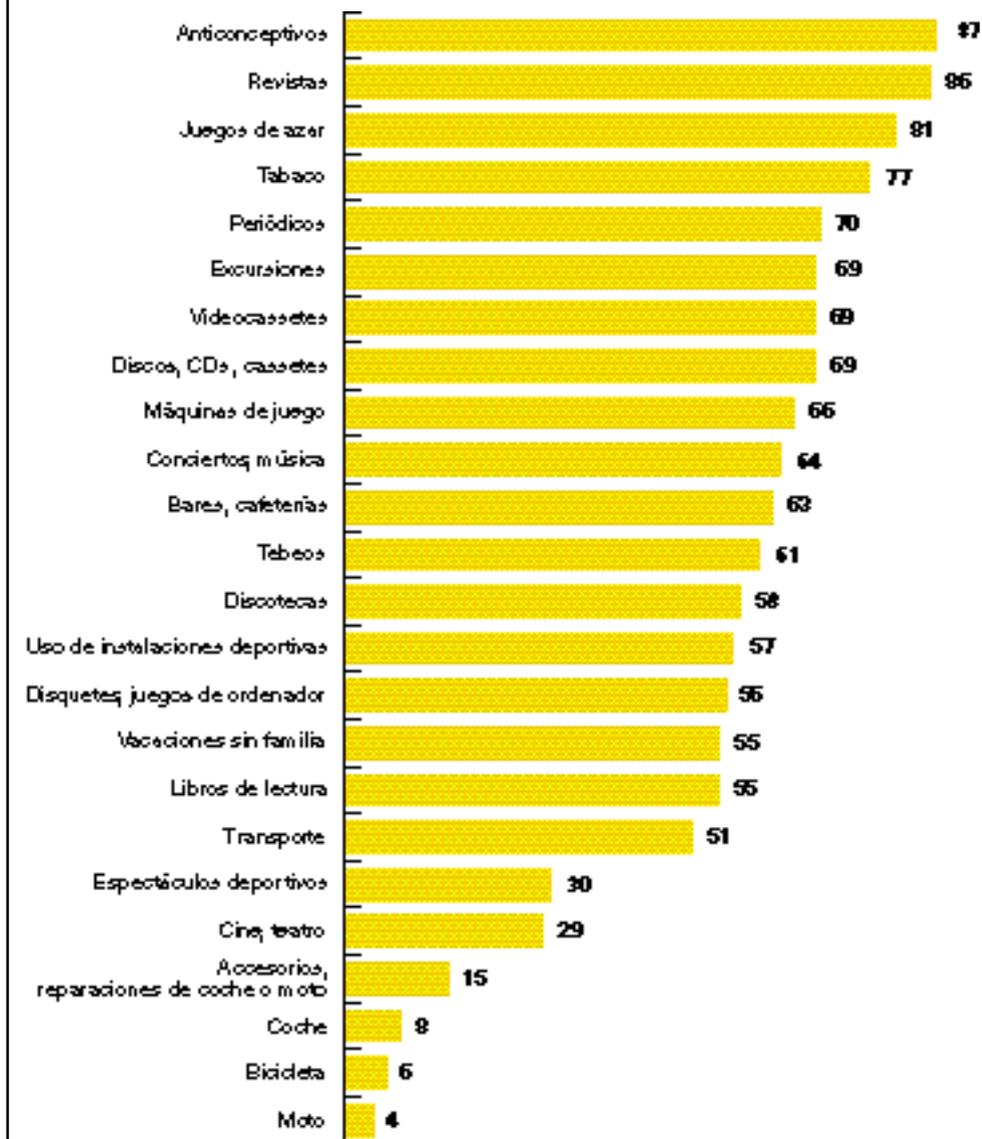
En general, a partir del momento en el que las personas jóvenes tienen algunos recursos propios, han reacomodado con sus familias las respectivas economías, del siguiente modo:

1º.- Sus antecesores aseguran la satisfacción de todas las necesidades juveniles, directa o indirectamente relacionadas con la prolongación del tiempo de formación.

2º.- Las hijas e hijos asumen circunstancialmente -es decir cuando consiguen aportar ingresos de naturaleza temporal- alguno o algunos de esos gastos. En las épocas en que tales recursos "extra" desaparecen, las familias vuelven a financiar todos los costos que sean necesarios. (Cf. G. 16.4. y G.16.5.)

Proporción de jóvenes que pagan ellos mismos la mayor proporción de los siguientes gastos: Gráfico G.16.4.

Base: Población joven entre 15 y 29 años.

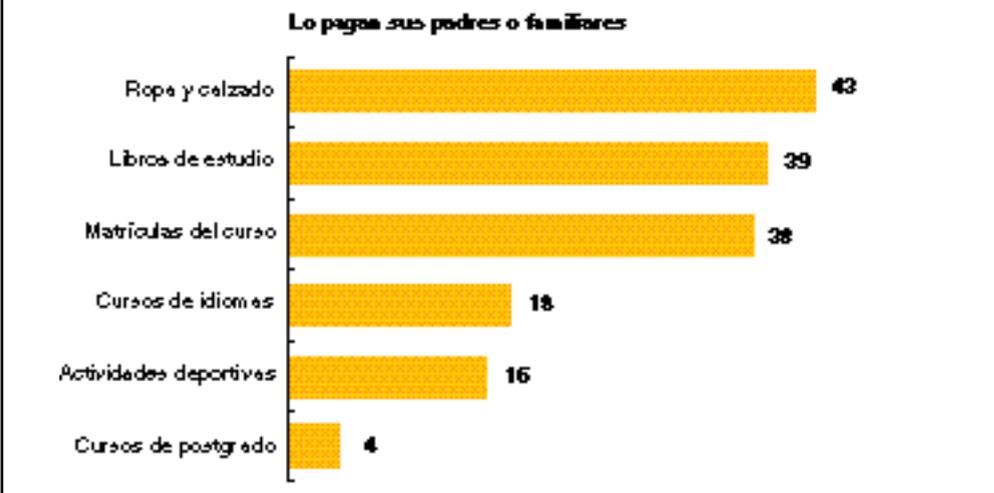


Fuente: JEC-97.

Proporción de jóvenes a quienes les pagan sus familiares la mayor proporción de los siguientes gastos:

Gráfico G.16.5.

Base: Población joven entre 15 y 29 años.



Fuente: JEC-97.

5. El reparto de las cargas del consumo entre las personas jóvenes y sus familias de origen.

Se va transformando el peso y el contenido del gasto que asumen respectivamente, ya sean las familias, ya sean los y las jóvenes dependientes. La distribución se modifica al tiempo que va cambiando la capacidad económica de ellos y de ellas. Esa evolución se describe seguidamente y muestra cuán largo y costoso se ha hecho el proceso de incorporación de los hijos e hijas a la sociedad adulta.

5.1. El reparto de las cargas de consumo, durante la etapa de dependencia económica de la familia de origen.

Cuando las personas jóvenes pueden aportar algunos ingresos, pero sólo de forma esporádica, se suele organizar una especialización entre los gastos que sufragan los hijos y los que siguen financiando los padres o quienes hacen esa función:

a) Los ingresos esporádicos de los jóvenes hijos e hijas de familia, suelen servir:

- Para pagar gastos igualmente esporádicos, tales como viajes.
- Para la adquisición de vestuario o complementos requeridos para obtener las identidades grupales (por ejemplo: chaquetas de cuero, los varones; las chicas, prendas de marca).
- Para la compra de bienes y servicios relacionados con el tiempo libre (por ejemplo: bicicletas, cámaras fotográficas), o con las actividades de ocio (por ejemplo: entradas a los cines, a las discotecas).
- Para sufragar, mientras el dinero dura, los gastos de bolsillo (por ejemplo: tabaco, transporte, revistas de entretenimiento).
- Para hacer regalos a las familias y a las amistades (por ejemplo: discos, libros).

Como se puede deducir, esos son los consumos que interesan a quienes son más jóvenes, en las épocas en las que se dedican al estudio o buscan su primer empleo estable. (Cf. G.16.6.)

b) Las familias siguen asegurando los gastos vitales (techo, ropa, alimentación, sanidad, etc.); y los formativos.

No suelen exigir que los ingresos extra de los hijos e hijas se destinen ni a la formación (por ejemplo; matrículas); ni a equipamientos para la formación (por ejemplo; ordenadores).

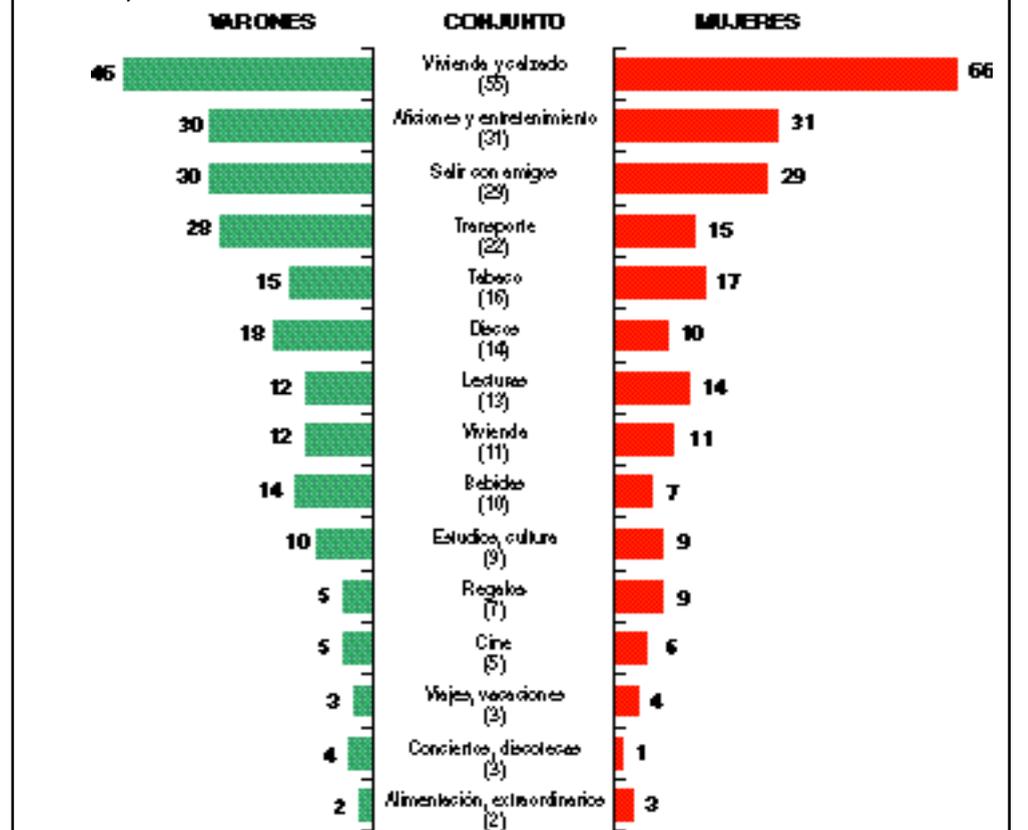
- Los bienes relacionados con la información, generalmente son sufragados por los familiares (por ejemplo: periódicos, libros, enciclopedias, videos, etc.).
- También las vacaciones suelen tener esa consideración de gasto formativo. Sobre todo si se vinculan con el aprendizaje de algún idioma extranjero.

En esta etapa es cuando más gente joven se manifiesta deseosa de una moto o de un coche. Generalmente tendrán que esperar hasta la siguiente fase en su historia de consumidores; la que ahora se describe. (Cf. Cuadros 16.7.)

Proporción de personas jóvenes, en cada género, que gastan la mayor parte de su dinero en las siguientes cosas:

Gráfico G.16.6.

Base: 2.100 jóvenes de 15 a 29 años.



Fuente: JCO-97.

5.2. El consumo instrumental durante la etapa de economía compartida.

Entre la semi-dependencia -que es característica de la época estudiantil, o de la etapa en la que se busca el primer empleo fijo- y la emancipación completa -que se consume cuando ya resulta posible tener una vivienda y fundar una familia propia- hay un periodo de transición. Puede prolongarse bastantes años incluso después de haber cumplido la treintena. (Cf. Capítulo 3) En esta época de economía compartida, los ingresos de la persona joven siguen siendo inseguros. Cuando existen pueden dar para mucho. Aunque no sean lo suficientemente holgados para permitirle constituir su propio hogar. (Cf. Capítulo 7)

Mientras dura este régimen de economía compartida la persona joven suele tener un trabajo más estable. Ya se ha dado por terminada la fase de formación y, generalmente, hay un novio o una novia con quien existe voluntad de convivir pronto y, si se puede, de contraer alguna vez matrimonio. Y con quien se mantienen relaciones sexuales regulares y de carácter exclusivo.

La función que cumplen las aportaciones dinerarias de los miembros jóvenes varía, dependiendo de cómo marche la economía del hogar:

- a) En las familias más modestas, casi todos los ingresos de los hijos o hijas, suelen integrarse con el resto de entradas; y se destina a pagar los gastos indispensables de la unidad familiar. En cuyo caso, el joven o la joven experimenta poca diferencia en la cantidad de dinero en efectivo, que tiene a su libre disposición. En cambio suele mejorar su porte: se les reconoce como una necesidad la compra de ropa en mayor cantidad y se acepta que esté diseñada según su personal gusto. En el caso de que el joven o la joven sean miembros de algún grupo que recurra a determinados arreos para distinguirse e identificarse, puede constituir una partida muy onerosa la adquisición de los preceptivos visos y uniformes.

Las personas jóvenes que son miembros de familias pobres, ya empiezan a distinguirse de quienes tienen niveles socioeconómicos más desahogados. Porque manifiestan más tempranamente, ese instinto nidificador que es el síntoma de una visión adulta de la vida; y por lo tanto del consumo. Les caracteriza que sus deseos se van enfocando hacia bienes que sirven para instalarse: la vivienda y su equipamiento; objetos duraderos. Consecuentemente abundan los ahorradores y las ahorradoras.

- b) En las familias donde no son imprescindibles los recursos económicos que aportan los miembros jóvenes, la mayor parte se considera dinero excedente. Por eso una cantidad apreciable de dichos ingresos suele estar destinada al gasto del fin de semana. Aumenta en mucho la disponibilidad de dinero. Y esa recién estrenada holgura económica afecta al contenido del ocio. Se aprecia un cambio de los lugares a los que se acude. Por ejemplo: aparece el consumo en restaurantes y en pubs; se hacen más frecuentes los viajes de fin de semana, pernoctando en hoteles. También afecta a las relaciones. Coincide con el momento en el que va a romperse el grupo gregario de pares, para ser sustituido por otro más reducido, constituido por parejas, que poseen una capacidad económica equivalente y que pueden seguir el mismo "tren de vida". (Cf. G.16.2.)

Es muy probable que sea la ocasión en la que la persona joven adquiera el carnet de conducir. Y cuando pueda disponer sin restricciones del vehículo familiar o poseer un coche propio. Lo habitual es que se le impute el pago de la gasolina, pero no así la manutención del coche (seguros, reparaciones).

Estos datos muestran que las personas jóvenes pertenecientes a familias mejor acomodadas, se distinguen de los y las jóvenes que pertenecen a status modestos, en que el dinero que ellos ganan lo invierten en prolongar y diversificar los gozos juveniles. Gastan para el disfrute y no para adquirir obligaciones de personas adultas. Por ejemplo, son quienes más interés manifiestan en ahorrar para viajar fuera de España; generalmente con motivo de las vacaciones. (Cf. Cuadros 16.7.)

5.3. El consumo durante la etapa de emancipación completa.

Es la etapa final, en la que generalmente se produce un cambio simultáneo de estado y de status. La constitución de un hogar propio, puede representar para muchas parejas nuevas, una disminución de los niveles de bienestar que tenían cuando convivían con sus padres.

Esa desmejoría de la calidad de vida suele afectar sobre todo a la vivienda (más alejada del centro, más pequeña, menos equipada); a la disposición de dinero utilizable en consumo lúdico (por ejemplo: hay que prescindir de las salidas de fin de semana) y en gastos destinados a la imagen corporal (por ejemplo: disminuye el consumo de ropa).

"Cambiar de vivienda" -cuando aún se vive con la familia- o "adquirir bienes muebles para el hogar" -desde el momento en el que se vive en la propia casa- constituyen los deseos más generalizados tanto en ellas como en ellos. (Cf. Cuadros 16.7. y 16.8.) Bastantes varones se distinguen porque se interesan en bienes que les permitan "poner un negocio" o "desenvolverse en el trabajo"; p.e. una furgoneta.

En la mayoría de las parejas jóvenes, siguen siendo ellas quienes administran el dinero del nuevo hogar (por ejemplo: alquileres, luz, hipotecas, ahorros etc.). Y generalmente, las jóvenes deciden sobre aquellas compras que se relacionan con la carga doméstica cotidiana (por ejemplo: alimentos, limpieza, etc.).

El nacimiento de algún hijo, o la expectativa que crea el embarazo en muchos casos requiere de una reorganización en el reparto de roles. La condición necesaria suele ser que el joven padre pueda aportar los ingresos suficientes, para que la madre joven se quede en la casa, durante un tiempo variable, dedicada a cuidar del nuevo miembro de la familia. Cuando se ha producido este reacomodo, aparecen otras pautas distintas de consumo, que son propias de las personas adultas, cuyo análisis queda fuera de los límites de este "Informe de Juventud".

6. Cambios producidos en los roles de género relacionados con el consumo.

En el consumo sigue habiendo roles de género. Pero no reproducen la tradicional imagen de "ellas", volcadas y condicionadas por el consumo dispendioso, frente a la de "ellos", interesados en la adquisición de cosas prácticas.

- Al contrario de lo que el tópico dice los chicos se manifiestan más "consumistas" que las chicas. (Cf. G.16.6. y Cuadro 16.8.):

Entre las chicas el consumo se asocia más con satisfacer "necesidades" (personales y del hogar) que con "disfrutar de abundancia de cosas". Valorar el adquirir (por adquirir) y el poseer (por poseer), es más propio de los varones que de las mujeres jóvenes.

- *En el consumo más chicas buscan diferenciarse (de otras y de otros); mientras que más chicos quieren asemejarse (a otros).* Por ejemplo: la ropa de moda es un interés más "femenino"; en tanto que los bienes que permiten parecerse al grupo de referencia (coche, moto y vestuario de marca), son más "masculinos".

En términos antropológicos: a más chicas les interesa el consumo "para renovarse y estar al día". A más chicos les interesa para lucir "el totem" del grupo.

- *Mientras que en el consumo más chicos buscan bienes que les provean de movilidad (bicicletas, coches, motos), más chicas manifiestan interés por bienes que les proporcionen permanencia (por ejemplo, una habitación propia, casa propia, muebles).*
- *El consumo de los hombres está más pautado según "la producción" porque se relaciona con lo que se necesita para el trabajo. El de las mujeres según "la formación", porque tiene que ver con el conocimiento y con el estudio (lectura, audiencia de medios, materiales e infraestructuras para estudiar cursos de formación, etc.).*

Cuadro 16.7.
LO QUE DESEAN Y NO PUEDEN TENER POR FALTA DE DINERO SUFICIENTE.
VARIACIONES SEGÚN SEXO, EDAD, STATUS, RELACIONES PERSONALES Y OCUPACIÓN.

DESEOS QUE MENCIONAN AÚN MÁS:

LAS MUJERES		LOS VARONES			
<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar • Equipamiento doméstico • Ropa y calzado • Oportunidades para divertirse y actividades de ocio • Viajar 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar • Bienes en general • Coche, moto • Status económico • Ser independientes • Oportunidades para divertirse y actividades de ocio 			
LOS MÁS JÓVENES		LOS MÁS MAYORES			
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer deporte • Ropa y calzado • Coche, moto 		<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar (21-24 años) • Trabajar (25-29 años) • Vivienda 			
QUIENES NUNCA HAN CONVIVIDO CON UNA PAREJA ESTABLE	QUIENES NO CONVIVEN PERO HAN CONVIVIDO CON UNA PAREJA ESTABLE	QUIENES CONVIVEN CON UNA PAREJA ESTABLE			
<ul style="list-style-type: none"> • Ser independientes • Ropa y calzado • Coche, moto • Tener pareja 	<ul style="list-style-type: none"> • La ocupación: ya sea trabajo, ya sea estudio • Vivienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo libre • Vivienda 			
EN CADA STATUS SOCIOECONÓMICO:					
CLASE ALTA – MEDIA ALTA	NUEVAS CLASES MEDIAS	VIEJAS CLASES MEDIAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades para divertirse y actividades de ocio • Viajar 		<ul style="list-style-type: none"> • Coche, moto (entre los solteros) • Vivienda (entre los casados) 			
OBREROS CUALIFICADOS			OBREROS NO CUALIFICADOS		
			<ul style="list-style-type: none"> • Bienes materiales • Status • Vivienda (entre los solteros) 		
SEGÚN LA OCUPACIÓN					
SÓLO ESTUDIAN	ESTUDIAN AUNQUE TRABAJAN	TRABAJAN AUNQUE ESTUDIEN	SÓLO TRABAJAN	SÓLO SE DEDICAN A TAREAS DEL HOGAR	ESTÁN EN PARO
<ul style="list-style-type: none"> • Ropa, calzado • Coche, moto • Deportes • Ordenadores • Viajar 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios 	<ul style="list-style-type: none"> • Vivienda • Trabajo • Status y bienes en general 			
<ul style="list-style-type: none"> • Diversiones 		<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo libre 			<ul style="list-style-type: none"> • Emancipación, independencia

Cuadro 16.8.

LOS DESEOS NO SATISFECHOS POR FALTA DE DINERO SUFICIENTE.

POR LA FALTA DE OPORTUNIDADES PARA DIVERTIRSE, PARA PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE OCIO	Aumenta el número de frustrados	
	Entre las mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Entre quienes son de clase alta y media alta y nuevas clases medias
POR LA CARENCIA DE OBJETOS QUE CONFIEREN STATUS	Aumenta el número de frustrados	
	Entre los varones	
POR LA S CARENCIAS DE BIENES MATERIALES	Aumenta el número de frustrados, según el bien que se echa en falta:	
	Vivienda y su equipamiento	Equipamiento personal
Entre los varones	Entre los más jóvenes	Entre las mujeres
Entre los más jóvenes	Entre los más mayores	Entre los más jóvenes
<ul style="list-style-type: none"> • Quienes no han tenido pareja estable (varones y mujeres) 	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes conviven o han convivido con pareja estable (varones y mujeres) 	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes no han tenido pareja estable (varones y mujeres)
	<ul style="list-style-type: none"> • Entre quienes tienen experiencia laboral (solo trabajan/trabajan aunque estudien/paro) y entre quienes se dedican sólo a las tareas del hogar • Entre quienes están en un status socioeconómico inferior • Entre quienes están en un status medio, si están casados • Quienes se ubican en las "viejas clases medias", si están casados • Entre quienes son obreros no cualificados y están solteros 	

7. La distribución del gasto.

Cabe ordenar los bienes y los servicios que generan gastos, atendiendo al *número de jóvenes* que asumen el costo de cada cosa. De este modo se aprecia si está generalizada en la juventud la necesidad de los correspondientes objetos de consumo. Análisis que se ha ofrecido en los epígrafes anteriores. (Cf. G.16.2. y G.16.3.)

También es posible observar cómo se distribuye el gasto, teniendo en cuenta *la cuantía* que las personas jóvenes destinan a cada rúbrica de consumo. Este es el tema que ahora se trata.

Para conocer la distribución que las personas jóvenes hacen de los recursos que manejan, se les pidió que ordenasen *las cosas en las que gastan la mayor parte de su dinero*. (Cf. G.16.6.)

- Cuando se toman en cuenta sólo los bienes de uso personal, la ropa y sus complementos constituyen los gastos más onerosos para el conjunto del colectivo juvenil.
- Si se incluyen todas las rúbricas del consumo, a los jóvenes lo que más dinero les cuesta es financiar sus relaciones sociales.
- Los dineros necesarios para entretener el tiempo libre y los requeridos para salir con los amigos, suman el renglón más importante. Cabe sospechar que esta partida, en algunos casos incluya pagos referidos a la adquisición de droga. (Cf. Capítulo 21)

Se pueden acumular estos consumos con otros, que también se hacen en relación o para la relación. Concretamente la financiación del "comensalismo": las bebidas y las comidas en los restaurantes, las meriendas en las hamburgueserías, etc. Y el cine, porque es un gasto que se lleva a cabo en el contexto de las salidas con los amigos y las amigas; y con la pareja.

- Los transportes (donde debe incluirse la gasolina de los coches) suelen ser la mayor partida para quienes disponen de vehículo.
- Merece atención que el tabaco tenga la consideración de gasto más importante para tantas personas jóvenes. Tiene que ver seguramente, con lo prematuro que se está haciendo el inicio en esta adicción, sobre todo entre las adolescentes. (Cf. Capítulo 21)
- Los gastos en información y formación aparecen como los renglones más gravosos para pocos jóvenes. Hay que entender que estas rúbricas salen generalmente del peculio familiar.
- Por las mismas razones los viajes no suelen gravar las economías ni de ellos ni de ellas. A pesar de que la gran mayoría de la juventud viaja; y viaja varias veces durante los periodos de vacaciones.

8. Bienes y servicios que las personas jóvenes consideran más necesarios.

Se mencionan como más necesarios los bienes que tienen que ver con *la emancipación* (vivienda y su equipamiento) y con *la movilidad* (automóvil). Luego, la ropa y aquello que está destinado al atractivo del cuerpo, o que revierte sobre *las señas de identidad*. También caen del lado de las necesidades primarias, el ampliar *los estudios en el extranjero*. (Cf. G.16.1.)

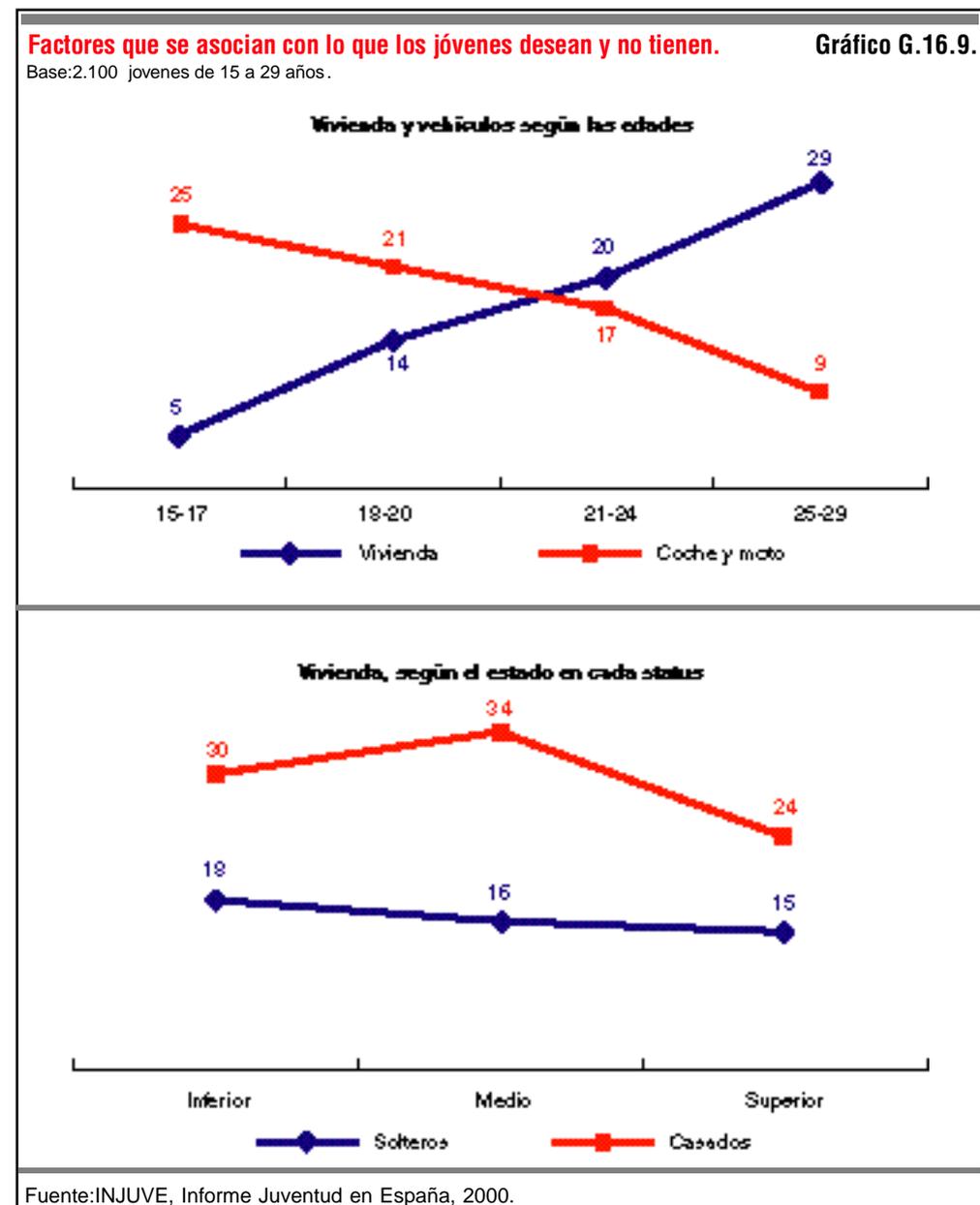
9. Lo que desean y no pueden tener o hacer por falta de dinero.

Tiende a coincidir lo que se desea (y no se tiene) con lo que se considera más necesario.

- La casa propia aparece desde 1985 como objeto importante de deseo y, al tiempo, como motivo de frustración. Durante toda la década de los años noventa, una de cada cinco personas jóvenes dicen espontáneamente que quieren tener su vivienda y que no pueden.

- Poseer vehículo propio tiene una demanda equivalente a la vivienda. Es un deseo no satisfecho que se mantiene año tras año, en los mismos niveles y para las mismas edades. A pesar de que con el paso del tiempo, hay más jóvenes que pueden utilizar el coche familiar. (Cf. T.16.1.)

Con el tránsito de los 20 a los 21 años se va diluyendo el interés por los vehículos, en la misma medida que va generalizándose el interés por la vivienda. (Cf. G.16.9. y T.16.2.)



Tablas disponibles para ampliar esta información:

- T.16.1.Las cosas que más desean y no pueden tener o hacer, por falta de dinero
- T.16.2.Los bienes materiales que más desean y no pueden tener por falta de dinero, en cada edad