

ENCUESTA ENTRE LA GENTE JOVEN DE LOS MUNICIPIOS DE LA RED JOVES.NET

Jóvenes y covid19: conscientes y responsables pero sin dramas

- **Esta crisis se vive como una oportunidad para hacer y escuchar muchas cuestiones por parte de una población joven hiperconectada al mundo digital**

El consorcio intermunicipal de políticas de juventud de la RED JOVES.NET ha realizado una encuesta entre jóvenes de 12 a 30 años de sus municipios para conocer la opinión, la actitud, las expectativas y emociones vividas por este sector de la población durante el periodo de la crisis sanitaria que ha producido la Covid-19. El análisis de las encuestas, realizadas a pie de calle durante los primeros días de junio nos ha dejado cuatro ideas clave:

1. ¿Cómo han visto y han vivido la crisis sanitaria? Han sido conscientes de la situación. Lo han asumido con un grado elevado de responsabilidad y aceptación pero, resulta llamativo que, sin una sensación importante de drama. Para un 85% NO ha sido la peor situación que han vivido nunca. Para una gran mayoría ha supuesto encerrarse en casa y con un importante nivel de incertidumbre. La valoración de la respuesta del gobierno frente a la crisis ha sido de un 6.3 (sobre 10) y sólo 8% de opiniones son negativas respecto a la actuación del gobierno y los políticos. También han insistido en la necesidad de hacer campañas de concienciación entre la población y reforzar la responsabilidad personal frente a esta situación.

2. Las emociones y los sentimientos que han identificado. En el caso de los negativos han destacado el 'aburrimiento, la presión y la ansiedad/angústia, con porcentajes entorno al 30% de la población encuestada. Sobre el 15% han destacado la tristeza, la incertidumbre o la preocupación. Resulta llamativo que el miedo o la soledad no han destacado especialmente. Hasta un 22% reconocen ansiedad, lo que sí que es significativo. Entre las emociones positivas: la calma y tranquilidad ha tenido un 30%, seguidas de la alegría, la compañía, la consciencia o la empatía con porcentajes entorno al 15%. Podemos concluir que predominan las emociones y sensaciones menos preocupantes y más positivistas. Un 62% de jóvenes no han pensado en el futuro inmediato ni en cómo se adaptarán a la “nueva normalidad”, fundamentalmente porque ha sido todo muy rápido y piensan que esto pasará pronto. El 38% que sí ha pensado en el futuro post-crisis, piensa especialmente que tendrá que adaptar sus hábitos higiénicos-sanitarios o laborales. Finalmente, es preocupante que un 26% declara que probablemente usaran más sustancias psicoactivas a partir de ahora. Las drogas no han abandonado la realidad de los y las jóvenes.

3. ¿Qué han hecho y cómo ha afrontado la población joven esta crisis y el confinamiento? Un 50% han usado las tecnologías de la información y comunicación, especialmente las redes sociales, el teléfono móvil y las plataformas digitales. Las videoconferencias se han utilizado por un 91% de los/las encuestados/das. Un 20% afirman haber dedicado su tiempo a los videojuegos y juegos en línea, estar con la familia o convivientes, hacer deporte y estudiar/ trabajar. Se ha participado en las iniciativas públicas como el activismo de balcón o seguir propuestas en internet. Cerca de un 20% ha puesto en marcha sus propias creaciones en las redes (vídeos en tiktok, tutoriales, propuestas artísticas). El mundo virtual ha sido un colchón importante durante el confinamiento para la población joven.

5. ¿Conocen y han cumplido las medidas de prevención? Entorno al 50% de los y las jóvenes tienen muy claras las medidas de seguridad como mantener la distancia (46%), lavarse las manos (44%) y llevar mascarilla (54%). Al mismo tiempo, observando su entorno, identifican que esas medidas son las que más se han incumplido. Más del 20% tienen claro que hay que evitar aglomeraciones y sólo un 15% saben que no hay que tocarse la cara y los ojos o estornudar en el codo. Un 37% consideran que la gente joven ha incumplido las normas de confinamiento y los horarios que se marcaban en cada momento por las autoridades.

Paralelamente a este estudio, la RED JOVES.NET ha puesto en marcha una campaña de sensibilización #joveresponsible dirigida al público joven para difundir mensajes sobre hábitos de prevención (que este estudio nos ha mostrado que eran necesarios) y que han estado creados y dibujados por la ilustradora valenciana Barbara Sebastián (@Barbiturikills). En total 12 tiras de viñetas que con un estilo alegre y desenfadado nos recuerdan mensajes relacionados con las nuevas maneras de relacionarse o las medidas de prevención necesarias para hacer frente a la transmisión de la COVID19 en el contexto de la "nueva normalidad".

El estudio completo, así como toda la información y las viñetas de la campaña #joveresponsible se pueden consultar en la web: www.joves.net

FICHA TÉCNICA

Universo 127.000 jóvenes de 12 a 30 años del ámbito de actuación del Consorcio JOVES.NET

Tamaño muestral 450 encuestas estratificadas por sexo, grupo de edad y municipio de residencia

Intervalo de confianza del 95% con un margen de error de $\pm 4,6\%$

Trabajo de campo realizado en las plazas y calles de 14 municipios de la RED JOVES.NET durante la primera semana de junio y cumplimentado por cuestionarios en línea