

TÍTULO: Activismo, Asociacionismo y Voluntariado entre los Universitarios Almerienses: El Reto del Capital Social.

GRUPO DE TRABAJO: 8 de Sociología Política, en el VIII Congreso de Español Sociología

SESIÓN: 4ª (Perspectivas actuales de investigación en Sociología Política)

AUTORES: Gonzalo Herranz de Rafael; Juan Sebastián Fernández Prados; Pilar Rodríguez Martínez; Isabel Fernández Prados; Emilio Alonso Ramos; Juan Carlos Checa Olmos.

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA: Universidad de Almería

DIRECCIÓN: Área de Sociología / Universidad de Almería. / Carretera Sacramento s/n. / La Cañada de San Urbano. / 04120 Almería

TELÉFONO: 950 015221

FAX: 950015340

E-MAIL: gherranz@ual.es; jsprados@ual.es, pilarr@ual.es, iprados@ual.es, eramos@ual.es, jcheca@ual.es

ACTIVISMO, ASOCIACIONISMO Y VOLUNTARIADO ENTRE LOS UNIVERSITARIOS ALMERIENSES: EL RETO DEL CAPITAL SOCIAL

*Gonzalo Herranz de Rafael; Juan Sebastián Fernández Prados;
Pilar Rodríguez Martínez; Isabel Fernández Prados;
Emilio Alonso Ramos; Juan Carlos Checa Olmos.*

Introducción

El área de Sociología de la Universidad de Almería ha participado activamente en el desarrollo y seguimiento del convenio de colaboración entre la Agencia Andaluza de Voluntariado y la citada universidad durante los dos últimos años. La finalidad de dicho convenio ha sido promover el voluntariado entre los estudiantes mediante ciclos de conferencias, la formación en diversos campos del voluntariado a través de diversos cursos de Enseñanzas Propias y la investigación en todo lo relacionado con el voluntariado. En este último aspecto, hemos llevado a cabo una encuesta a finales del 2003 sobre los comportamientos y actitudes de los universitarios almerienses con respecto a la participación política y cívica, la pertenencia en asociaciones y la realización de actividades de voluntariado. La presente comunicación recoge tanto el proceso como los resultados y las conclusiones más importantes obtenidas en ese trabajo.

El estudio sobre las asociaciones y participación se han enmarcado tradicionalmente en el contexto de la *cultura cívica o política* que ha enfatizado su vinculación con las posibilidades de éxito de la democracia, su sistema de representación y organización (Almond y Verba, 1970). Más recientemente, Putnam se ha referido a la decisión de asociarse o actuar en red junto a otras personas con la novedosa categoría de capital social. Así, define *capital social* destacando dos elementos fundamentales relacionados entre sí: las redes sociales y las normas de reciprocidad o confianza social (Putnam, 2002). Lo más atractivo del concepto de

capital social empleado por Putnam consiste en que éste no solo nos ayuda a entender el éxito o fracaso de un sistema político sino incluso que lo podemos emplear para analizar los triunfos económicos y evaluar la capacidad de una sociedad para resolver problemas sociales de todo tipo.

Además de este último marco teórico de referencia, se ha tenido en cuenta también las investigaciones, encuestas y cuestionarios llevados a cabo y administrados a nivel internacional relacionados con la cultura política y social (Encuesta Mundial de Valores y la Encuesta Social Europea), así como los estudios realizados en España recientemente sobre participación, asociacionismo y otros aspectos de la población juvenil (Estudio CIS 2370 “Informe sobre la Juventud española, 2000” Estudio CIS 2440 “Valores y creencias entre los jóvenes españoles”; Estudios CIS 2444, 2458 y 2469 “Sondeo sobre la Juventud Española” en tres oleadas). Algunos de estos últimos estudios y encuestas se han traducido en publicaciones editadas por el Instituto de la Juventud que alentó aquellas investigaciones (INJUVE, 2001, 2002, 2003)

Objetivos

El principal objetivo del estudio fue *describir* la realidad de activismo político, cívico y social; de asociacionismo en cada uno de los tipos existentes y de voluntariado de los universitarios almerienses; lo cual nos aportara las principales características y perfil de los que participan, se asocian o se implican en actividades de voluntariado. Además esto nos permitirá *comparar* en posteriores investigaciones y con otros estudios semejantes sobre jóvenes y universitarios de Andalucía, España y Europa.

También el cuestionario persigue *entender* y en parte *explicar* que hay detrás de cada uno de los comportamientos y conductas que se describen en los resultados de la encuesta. Por este motivo recoge actitudes y valoraciones con respecto a la confianza que le merece determinados colectivos e instituciones, el grado de eficacia de las acciones políticas, cívicas o sociales, el grado de identificación con una serie de asociaciones o las razones que le motivaron a realizar o no actividades de voluntariado.

Finalmente, la intención última de ésta como cualquier otra investigación sociológica busca señalar pistas para seguir profundizando en la realidad social, en este caso del voluntariado y universidad, como los medios para alentar y animar una ciudadanía activa (Benedicto y Morán, 2002)

Metodología

Como se ha dicho anteriormente, el principal objetivo fue realizar una aproximación y descripción de la realidad del voluntariado entre los universitarios almerienses, para lo que se estimó como técnica más apropiada la investigación mediante encuesta. De este modo, se diseñó una muestra y un cuestionario en función de la población de estudio.

Para el diseño del tamaño y composición de la muestra se tuvo en cuenta que la Universidad de Almería tenía en el curso 2002-03 13.099 alumnos y alumnas repartidos en cuatro facultades y dos escuelas universitarias. Así, se estratificó la muestra en función de tres variables: sexo, edad y centro o facultad de estudios. La composición de la muestra representa con leves desviaciones las características del estudiantado universitario en Almería en relación a esos tres criterios mencionados: en primer lugar, 41% de hombres y un 59% de mujeres; en segundo lugar 33% menores de 21 años, 37% entre 21 y 22 años, y un 30% mayores de 22 años; por último, la muestra seleccionada posee la siguiente distribución según el lugar de estudios, 33% de estudiantes de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 14% de la Facultad de Ciencias Experimentales, 12% de la Facultad de Derecho, 16% Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En resumen la ficha técnica de la encuesta nos informa de la población objetivo (13.099 estudiantes de la Universidad de Almería), tamaño de la muestra (813 estudiantes), selección de la muestra (por estratos de sexo, edad y centro de estudios e incidental), en caso de considerar la selección de la muestra como aleatoria y con un nivel de confianza del 95,5% ($p=q=0,50$) el error de la muestra sería del $\pm 3,3\%$, la realización del trabajo de campo (mes de noviembre de 2003), finalmente las entrevistas fueron realizadas personalmente en las aulas por parte de los propios alumnos de diferentes asignaturas de Sociología.

Para el diseño de un instrumento de recogida de datos se construyó y administró posteriormente un cuestionario compuesto por cinco bloques de preguntas. La primera parte, versa sobre el grado de *confianza social* que le merece al entrevistado, diferentes colectivos de personas (6 colectivos) y distintas instituciones (16 preguntas) así como la influencia social de éstas últimas. El segundo bloque consta de 15 ítems referidos a las formas de *participación* política, social y cívica, y que podríamos agrupar en tres tipos: acciones políticas estrictamente (4 preguntas), acciones políticas no convencionales (6 preguntas), acciones sociales con ONG (5 preguntas). El tercer apartado del

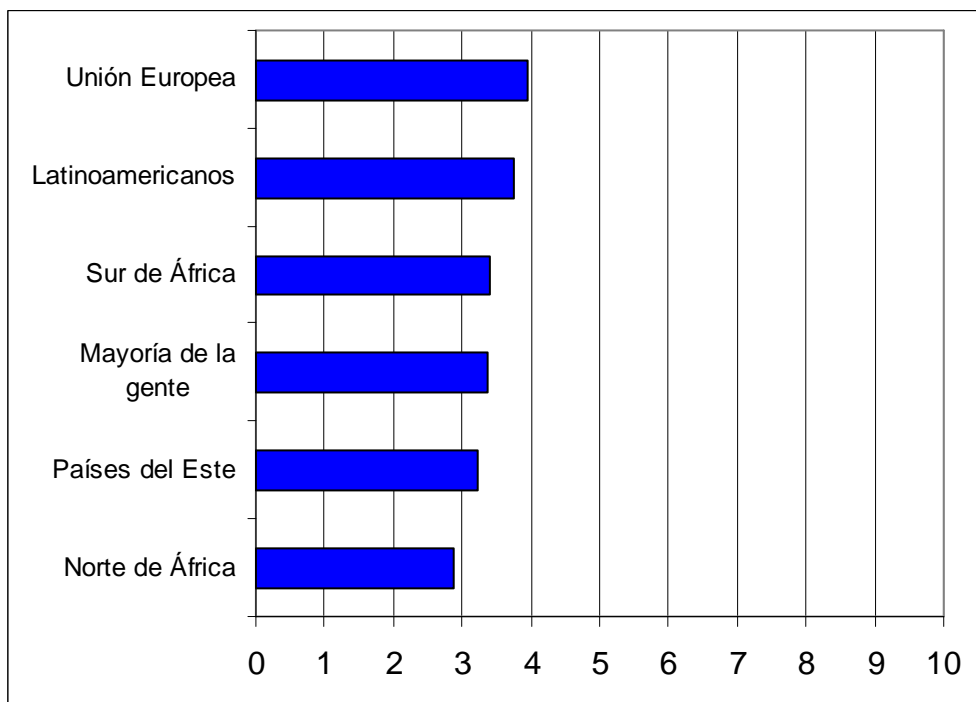
cuestionario recoge información de la participación, implicación, sostenimiento económico y dedicación que los alumnos de la Universidad de Almería brindan en torno a un listado de *asociaciones* (13 preguntas), además de interrogarles sobre el grado de identificación hacia cada una de ellas. El siguiente bloque está consagrado al voluntariado y donde se interrogó sobre si realizaban o no y su disposición a hacer actividades de voluntariado y las importancia que tenían un conjunto de razones para aquellos que respondieron afirmativa o negativamente, Finalmente, el último bloque de cuestiones trataba de obtener información sobre una serie de categorías sociodemográficas como lugar de procedencia, ingresos, clase social, nivel de estudios de los padres, etc. (14 preguntas). En total se obtuvieron 177 variables de cada uno de los 813 entrevistados para su tratamiento y análisis posterior.

Resultados

Los resultados más relevantes del estudio realizado los presentaremos siguiendo los cuatro bloques substanciales que aglutinaron las preguntas administradas a los estudiantes universitarios almerienses.

Confianza social. Por una parte, con relación al grado de confianza hacia las personas los encuestados manifestaron, en general, un bajo nivel hacia la mayoría de las personas con una media de 3,4 en una escala de 0 a 10 puntos; por debajo de esta cifra se colocó la confianza que les merecían la mayoría de las personas provenientes del África del Norte (2,9 de media) y de los países del Este (3,2 de media) y por encima se colocaron los miembros de la Unión Europea (3,9 de media), Latinoamericanos (3,7 de media) y los del Sur de África (3,4 de media).

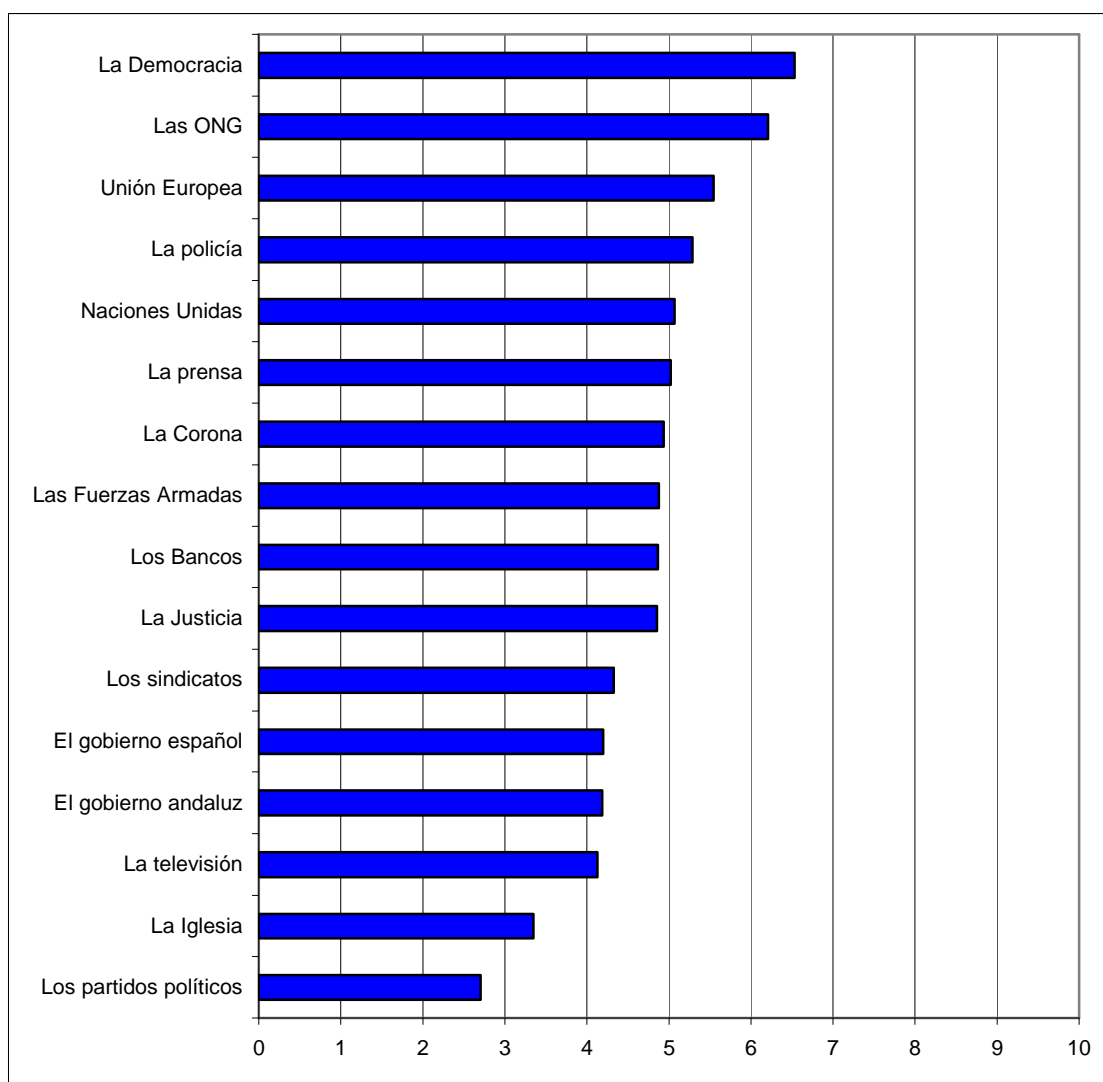
Gráfico 1. Grado de confianza a los siguientes colectivos de personas



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la cuestión relativa al grado de confianza hacia determinadas instituciones está encabezada por la democracia (6,5 de media), las ONG (6,2 de media) y la Unión Europea (5,5 de media), mientras que en los últimos lugares se encuentran las entidades y organizaciones tales como la televisión (4,1 de media), la Iglesia (3,4 de media) y los partidos políticos (2,7 de media). La valoración es bien distinta cuando se preguntó por la influencia social que estas instituciones poseían en el conjunto de la sociedad, invirtiéndose algunas de las posiciones antes señaladas: por ejemplo, la televisión ocupa en el listado de las 16 instituciones el primer lugar con 9 puntos de media y con 8,5 de media la prensa, frente a las Fuerzas Armadas con 5 de media y las ONG con 5,2 que se encuentran en las últimas posiciones del ranking de influencia social.

Gráfico 2. Grado de confianza en instituciones sociales y políticas

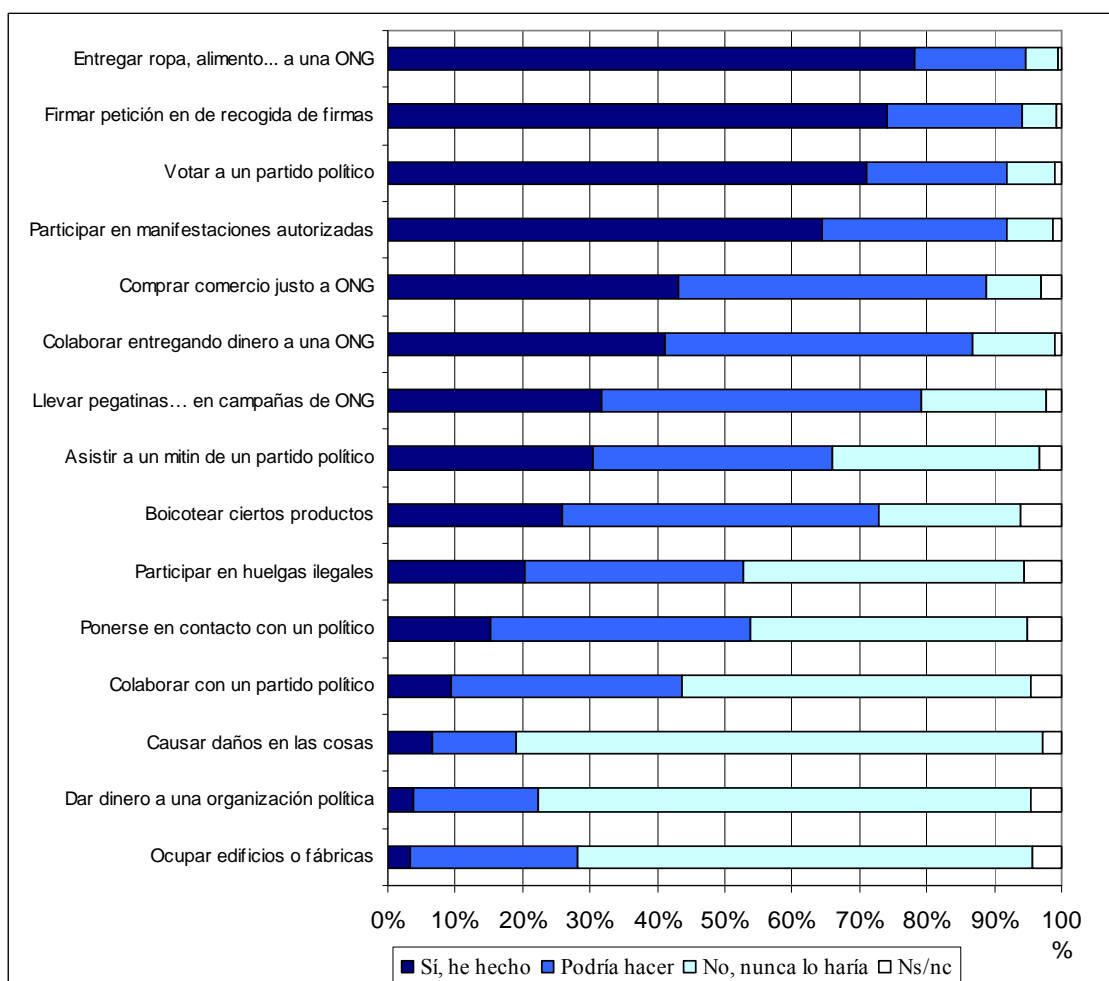


Fuente: Elaboración propia.

Activismo y participación política, cívica y social. El cuestionario administrado indagó sobre acciones políticas, cívicas y sociales realizadas por los estudiantes universitarios que corresponden a aquellos tipos de movilizaciones asociadas a los partidos políticos (votar, asistir a mítines, donar dinero a partidos políticos, etc.), a las movilizaciones políticas pero de carácter no convencional (firmar peticiones, asistir a manifestaciones, etc.), y finalmente a aquellas vinculadas a las organizaciones no-gubernamentales (donar material de cualquier tipo, dar dinero, participar en campañas, etc.).

Las tres actividades realizadas con más frecuencia corresponden a una de cada tipo de acción: “Entregar ropa, alimento, material educativa, etc. a una ONG” (78,2%), “Firmar una petición en una campaña de recogida de firmas” (74,0%) y “Votar a un partido político” (71,0%); mientras las menos experimentadas por los estudiantes están relacionadas con las acciones políticas convencionales y aquellas no-convencionales de carácter violento como “Colaborar con un partido político” (9,5%), “Causar daños en las cosas” (6,6%), “Dar dinero a una organización política” (3,7%) y “Ocupar edificios o fábricas” (3,3%), a lo que habría que añadir que la mayoría de los estudiantes no están dispuestos a realizar nunca. Es destacable el hecho de que el resto de las acciones sociales vinculadas a las ONG haya un mayor porcentaje de alumnos que están dispuestos a llevarlas a cabo que realmente la hayan realizado alguna vez. También es significativo que el orden de realización de las 15 acciones políticas, cívicas y sociales preguntadas sea prácticamente idéntico al orden la eficacia que se les supone para mejorar la sociedad.

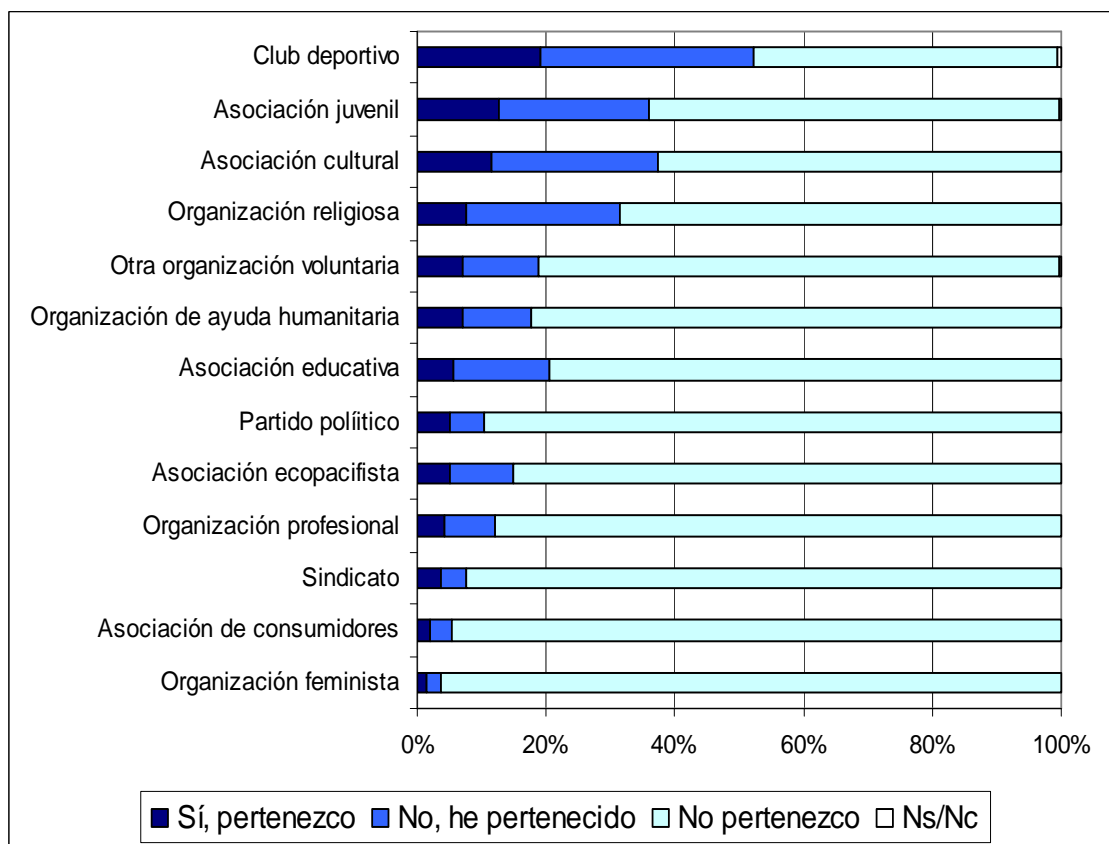
Gráfico 3. Acciones políticas y cívicas realizadas por los universitarios



Fuente: Elaboración propia.

Asociacionismo. El porcentaje de universitarios almerienses miembros de algún tipo asociación alcanzó casi el 50%, que, aunque pueda parecer una cifra importante para España o Andalucía, son comparativamente, bastante inferiores a lo que podemos encontrar en el conjunto de las poblaciones de otros países europeos como se desprende de la Encuesta Social Europea (2002-03) donde Suecia y Dinamarca sobrepasa el 90% y Noruega y Holanda el 80%, por ejemplo. Las asociaciones a las que pertenecen los universitarios almerienses en mayor proporción son los club deportivos (19,2%), las asociaciones juveniles (12,5%) y las asociaciones culturales (11,6%), y las que menos, los sindicatos (3,7%), las asociaciones de consumidores (2%) y las organizaciones feministas (1,5%). También el grado de identificación es bastante similar al orden en el que aparece tanto la pertenencia como la implicación a los distintos tipos de asociaciones.

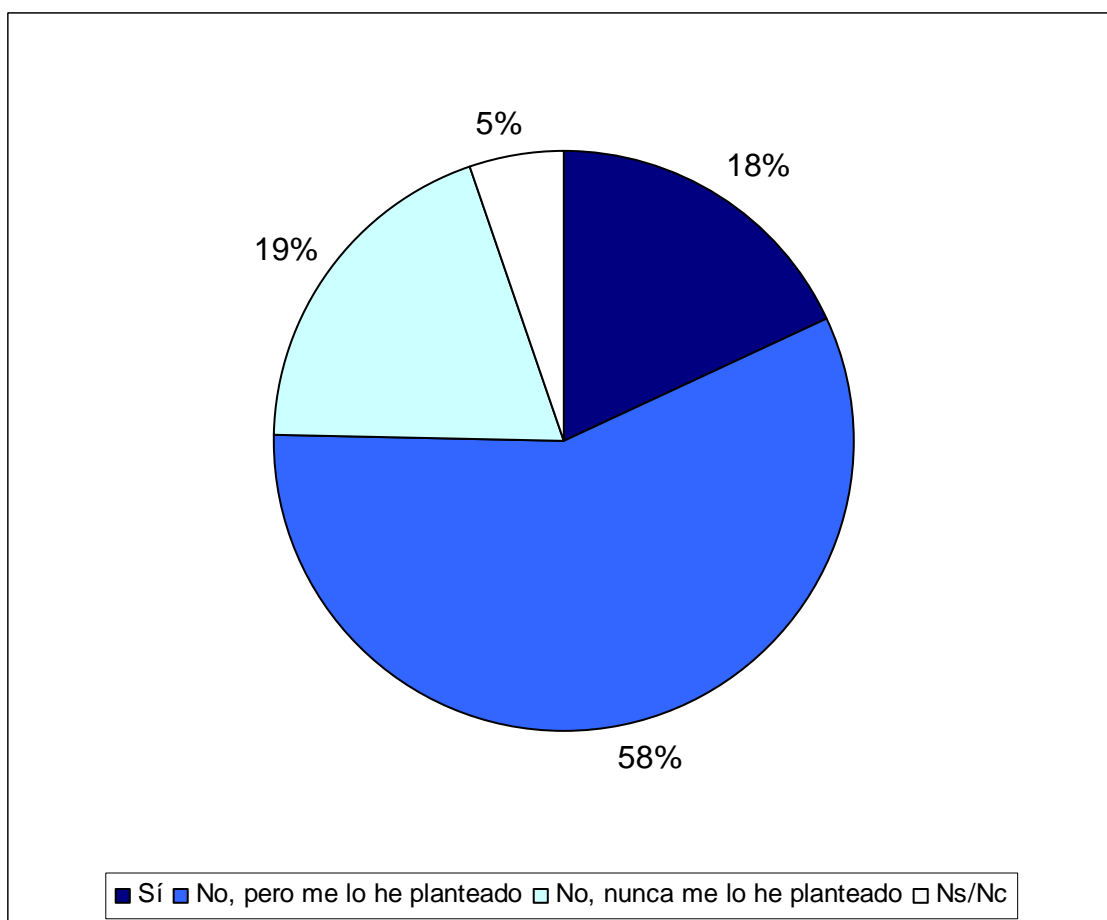
Gráfico 4. Participación en asociaciones según el tipo.



Fuente: Elaboración propia.

Voluntariado. El 18% de los universitarios almerienses afirmaron realizar actividades de voluntariado, pero lo más destacable es el alto porcentaje de estudiantes (57%) declararon que alguna vez se lo han planteado frente al un 19% que no han realizado actividades de voluntariado ni se lo han planteado nunca. Las razones para llevar a cabo actividades de voluntariado o no; por un lado, para aquellos que han experimentado el voluntariado "Contribuir a dar a los no privilegiados esperanza y dignidad" y "Un sentido del deber, de una obligación moral" mientras que las razones menos importantes señaladas fueron "Para obtener un trabajo remunerado" y las "Creencias religiosas"; y por otro lado, para aquellos que no ha realizado actividad alguna de voluntariado las principales razones son "No tengo tiempo" seguida de "No he encontrado el lugar".

Gráfico 5. Voluntariado entre los universitarios almerienses



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y debate.

La *realidad* de activismo, asociacionismo y voluntariado implica a un subconjunto reducido de la población universitaria. Salvo algunas actividades asistenciales con ONG, participaciones en manifestaciones legales o firmar alguna petición puntual y el deber de votar, el resto de acciones políticas, cívicas sociales no alcanzaron porcentajes más allá del 50%. Tampoco la pertenencia a ningún tipo de asociación excedió el 20%, y aún menos la realización del actividades de voluntariado que pasó escasamente el 18%.

El *potencial* de activismo, asociacionismo y voluntariado se encuentra en una nueva concepción de la ciudadanía: las acciones que más se están dispuestas a realizar son aquellas de carácter social vinculadas a las ONG; las instituciones que más se

confían son las mismas ONG además de ser las asociaciones ecopacifistas y las humanitarias con las que más se identifican los jóvenes (sin contar con las deportivas, juveniles y culturales), y finalmente la amplia mayoría de los jóvenes se muestra dispuesta o ha pensado en realizar actividades de voluntariado alguna vez. Profundizar en este nuevo modelo de ciudadanía y desarrollar medios para que sea activa son tareas pendientes (Benedicto y Morán, 2002; Morán y Benedicto, 2000).

La *responsabilidad* de la Administraciones y de las Universidades hacia los andaluces, en general, y los estudiantes universitarios, en particular, para la construcción de una ciudadanía activa y el desarrollo de capital social es crucial, ofreciendo los medios, creando las oportunidades y animando redes, pactos y foros sobre voluntariado y participación de la sociedad civil en coordinación con el resto de agentes sociales (Centros directivos... 2004)

Referencias

- Almond, G. y S. Verba (1970). *La cultura cívica*. Madrid: FOESSA.
- Benedicto Millán, J. y M. L. Morán Calvo-Sotelo (2002). *La construcción de una ciudadanía activa entre los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud de España.
- Centros directivos de la Consejería de Asuntos Sociales (2004). *Pacto por el Bienestar Social desde Andalucía. Ideas para el debate*. Sevilla: Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía.
- INJUVE (2001). *Informe Juventud en España, 2000*. Madrid: Instituto de la Juventud (España).
- INJUVE (2002). *Asociarse los jóvenes ¿Para que? y los adultos*. Madrid: Instituto de la Juventud (España).
- INJUVE (2003). *Creencias y valores de los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud (España).
- Morán Calvo-Sotelo, M. L. y J. Benedicto Millán (2000). *Jóvenes ciudadanos: propuesta para el análisis de las culturas ciudadanas de la juventud*. Madrid: Instituto de la Juventud de España.
- Putnam, R. D. (2002). *Solo en la bolera. Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Galaxia Gutenberg - Círculo de lectores