

ESTUDIO INTERNACIONAL DE VALORES: VALORES Y ACTITUDES EN EUROPA ACERCA DE LA ESFERA PÚBLICA

Los europeos confían en el Estado y en sus grupos profesionales e instituciones, pero no en los políticos

- **Existe confianza generalizada** hacia los grupos profesionales vinculados al Estado (policías, jueces, militares y funcionarios), a excepción de la clase política, hacia la que los ciudadanos muestran una fuerte desafección y ubican, en casi todos los países, por debajo del umbral de confianza (media de 3,2 en una escala de 0 a 10 en España frente a 3,8 en el resto de los cuatro países)
- **La mayoría de los ciudadanos** expresa un alto nivel de identificación y orgullo de pertenencia al propio estado-nación y sus símbolos y reconoce de forma clara el valor del Estado de derecho como soporte de la democracia y elemento esencial de la convivencia
- **Los europeos** valoran a los partidos políticos como instituciones de la democracia representativa, pero tienen una visión crítica de los partidos tradicionales: el 55% en España, el 69% en Francia y el 75% en Italia creen que los mismos ya no les representan adecuadamente
- **Existe un amplio consenso** acerca de la responsabilidad del Estado en la provisión de funciones características del Estado de Bienestar (cobertura sanitaria, pensiones) y, de manera menos marcada, en la limitación de mecanismos de mercado como fijación de precios, salarios y beneficios empresariales. La población española destaca por una mayor preferencia de responsabilidad del Estado en todas las áreas (Estado del bienestar y mercado)
- **Los españoles** abogan por la igualdad de los ingresos con independencia de la cualificación: 49% frente al 29% de media en los otros cuatro países, donde la mayoría prefiere que existan diferencias en función del nivel de formación

- **El vínculo de los ciudadanos** con la esfera política (participación, seguimiento de los medios de comunicación) es mayor en países como Francia, Reino Unido y Alemania y más limitado en Italia y España
- **La televisión** es el medio principal a través del cual la mayoría de la población en los cinco países se informa acerca de la actualidad. Además, se confía más en la información proporcionada por los medios convencionales que en la que ofrecen agregadores y redes sociales, a las que los ciudadanos hacen principales responsables de la difusión de las 'fake news'
- **En todos los países**, los ciudadanos comparten la percepción de que existe un nivel alto de corrupción, particularmente en España (media de 8,4 en una escala de 0 a 10 frente a 6,7 en el resto de países)
- **La mayoría de la población** percibe como beneficiosa la pertenencia de su país a la Unión Europea, sobre todo en España e incluso, de forma significativa, en un país como Reino Unido, inmerso en el Brexit
- **Frente a una posible salida** del Reino Unido de la Unión Europea, los ciudadanos prevén consecuencias más negativas que positivas: más del 45% en todas las sociedades considera que ello provocará el deseo de otros países de salir de la UE, y más del 40% que debilitará la influencia de la UE en el mundo. En congruencia con dicha valoración, no creen que esa salida mejore la cooperación entre los demás países miembros ni tampoco que haga más fuerte a la UE
- **Los españoles**, que muestran una orientación más hacia la izquierda en el espectro político que los otros cuatro países analizados, son los que más apuestan por políticas de inmigración que permitan la entrada de personas condicionada a la existencia de puestos de trabajo (el 49% frente al 31% en el promedio europeo)

La Fundación BBVA ha presentado el primer módulo de su Estudio Europeo de Valores 2019. El trabajo considera valores y actitudes de la sociedad de cinco estados europeos (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España) respecto a los ámbitos público (política, economía, medios, confianza) y privado (religión, ética, ciencia, medio ambiente). Esta nota se refiere exclusivamente a la esfera pública.

El objeto del estudio es captar un amplio conjunto de preferencias, valores y creencias que

contribuyen a orientar la conducta individual en numerosas facetas de los ámbitos público y privado, así como las relaciones entre el comportamiento en ambos dominios.

Los valores funcionan como una especie de “GPS cognitivo, normativo y emocional” para la orientación en la toma de decisiones personales en cuestiones y contextos complejos acerca de los cuales los individuos cuentan con información escasa: ayudan a identificar “lo bueno” (lo que es valioso) y “lo correcto” (qué clase de comportamientos individuales e institucionales son obligatorios, permitidos o “prohibidos”). El mapa de los “intangibles” culturales -los valores y las actitudes- resultante es bastante estable en sus contornos principales, viéndose afectado o modificado en la población adulta como consecuencia de eventos de perfil excepcional (crisis) o de nuevas informaciones de singular relevancia, visibilidad y difusión. En el plano individual, el universo de valores interiorizado como propio es resistente a intentos de cambio vía persuasión por terceros o propaganda. El cambio en los valores y las actitudes tomados en conjunto es, por lo general, fruto de procesos fragmentarios y acumulativos.

El análisis comparado de estos valores y actitudes que se realiza en el estudio identifica los puntos en común y las diferencias entre esas cinco sociedades, así como en el seno de cada una de ellas, atendiendo a factores sociodemográficos y culturales: la edad, el género, el nivel de estudios y el autopoicionamiento ideológico. Los resultados reflejan consensos transversales, expresión de la cultura política de los europeos. Del mismo modo, también se muestran divergencias en torno a algunos valores, actitudes y percepciones, así como en modelos de participación en la esfera pública.

Principales resultados

La autoidentificación ideológica es una matriz general que captura un gran eje de la visión del mundo social de los individuos e influye en las percepciones, actitudes y conductas en la esfera privada y especialmente en la pública. La mayoría de los españoles se sitúa en el centro izquierda, con un segmento de los que se ubican más a la izquierda que dobla al mismo grupo en los demás países.

Los europeos muestran un interés medio-bajo sobre los temas políticos, con un modesto nivel de participación y de seguimiento de la información. Algo que contrasta con un alto nivel de expectativa sobre el papel y funciones del Estado, las clásicas del Estado de bienestar, y también algunas ligadas al mercado, como precios, salarios y beneficios. En este punto, España se distingue del resto de países al optar, aunque por poca distancia, por la igualdad retributiva incluso entre quienes tienen distinto nivel formativo.

En relación a las distintas opciones de política económica, la mayoría en todos los países está a favor de recurrir a ajustes en el gasto si con ello se evita el desequilibrio de las cuentas públicas. En España este acuerdo es compartido también por el segmento de los que se autopoicionan en la izquierda (58%), a distancia de quienes se sitúan en el centro (71%) y sobre todo de la derecha (82%).

Predomina en todos los países la confianza tanto en las principales instituciones como en gran parte de los colectivos profesionales, entre los que destacan médicos, maestros, científicos e ingenieros.

Esa confianza se extiende también a los profesionales vinculados a la administración pública—policías, jueces, militares y funcionarios—, pero no así a las élites políticas, encargadas de dirigir el aparato administrativo.

Los ciudadanos tienen la percepción de que existe un nivel alto o muy alto de corrupción en su país, especialmente acentuada en los casos de España e Italia. En el otro extremo se sitúa Alemania, donde esa percepción es débil.

A la hora de informarse acerca de la actualidad, los europeos siguen confiando mayoritariamente en los medios convencionales, sobre todo en la televisión, salvo en el segmento de los jóvenes entre 18 y 24 años, que recurre a las redes sociales como primera opción.

La mayoría de los ciudadanos expresa un alto nivel de identificación y orgullo de pertenencia al propio estado-nación y sus símbolos y reconoce de forma clara el valor del Estado de derecho como soporte de la democracia y elemento esencial de la convivencia.

La pertenencia a la Unión Europea es valorada como positiva de forma mayoritaria, sobre todo en España, e incluso de forma significativa en un país como Reino Unido, inmerso en el proceso del *Brexit*.

Entre los factores que determinan el voto, los españoles reconocen de manera especialmente destacada el programa y la ideología, por encima de las competencias profesionales en general, con la excepción de la capacidad de gestionar la economía, a la que dan gran importancia.

El cambio climático, el terrorismo, un ciberataque y la inmigración son considerados como problemas serios para el país, con valores que en España van del 8,6 del cambio climático al 6,7 de la inmigración.

Información técnica

El Estudio Europeo de Valores de la Fundación BBVA examina un amplio conjunto de valores y actitudes de la población adulta de 5 países europeos: Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y España. La información empírica se ha obtenido a través de una encuesta a una muestra representativa de 1.500 personas de 18 y más años en cada uno de los cinco países más poblados de la Unión Europea.

El trabajo de campo ha sido realizado por Ipsos entre abril y julio de 2019. El diseño del cuestionario y el análisis de los datos obtenidos se han llevado a cabo por el Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Fundación BBVA.

CONTACTO:

Departamento de Comunicación y Relaciones Institucionales

Tel. 91 374 52 10 / 91 374 81 73 / 91 537 37 69

comunicacion@fbbva.es

Para información adicional sobre la Fundación BBVA, puede visitar:

<https://www.fbbva.es/>