

**Enquesta sobre generacions i participació.
2023**

L'enquesta

- Volem conèixer **com es produeix la participació ciutadana**, quines desigualtats hi estan associades, com canvien les formes de mobilització i participació entre les generacions i quines són les actituds de suport i afecció envers el sistema i les institucions.
- Aquesta enquesta continua la sèrie històrica de l'Enquesta de participació i política que havia impulsat l'Observatori Català de la Joventut de l'Agència Catalana de la Joventut els anys 2005, 2011 i 2017, i des del 2011 amb la participació de l'actual Direcció General de Bon Govern, Innovació i Qualitat Democràtiques. S'ha mantingut una bona part del qüestionari per facilitar la comparació. Tanmateix, cal tenir en compte els canvis en el mostreig i el mode d'administració.
- El **treball de camp** de l'enquesta es va realitzar entre el 2 de maig i el 29 de juliol de 2023.
- En aquest informe, presentem els **resultats principals**, així com alguns encreuaments d'algunes variables que considerem rellevants.
- Els resultats complets, les taules estadístiques, les microdades, així com el qüestionari amb les preguntes literals estan disponibles a ceo.gencat.cat des del moment de la publicació dels resultats.

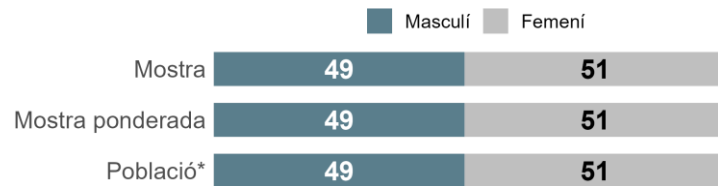
La mostra

Aquesta enquesta s'ha realitzat amb la **metodologia d'enquesta autoadministrada** (*push-to-web+paper*) a una mostra probabilística i nominal de la **població de 16 i més anys resident a Catalunya**.

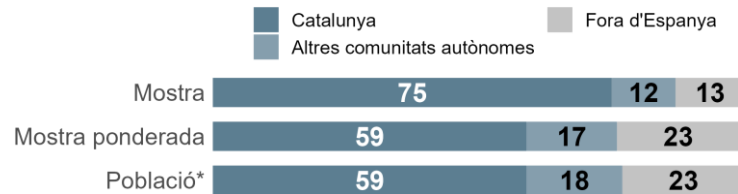
- Hem seleccionat una **mostra aleatòria** de 20.025 persones del registre de població de Catalunya, que han rebut una o diverses **cartes** al seu domicili d'empadronament. Una part de la mostra s'ha realitzat a panelistes i una altra part a una mostra de refresc. La mostra de refresc és probabilística en totes les fases de la selecció de les persones a entrevistar. Aquesta selecció l'ha realitzat l'Idescat a partir del disseny definit pel CEO.
- Les cartes incloïen **un enllaç i un codi QR** per respondre l'enquesta mitjançant l'ordinador, la tauleta o el telèfon intel·ligent. Aquelles persones que no havien respost en línia, van rebre el **qüestionari en paper** per ser completat i retornat amb un sobre de franqueig prepagat.
- Hem obtingut una mostra final per a aquest estudi de **6.520 persones**, **4.691** de les quals van respondre en línia (un 72,1%); **1800**, en paper (un 27,7%) i les **17** restants van requerir assistència telefònica (un 0,3%).
- Per ajustar la mostra a la població de referència, hem utilitzat **ponderacions** calculades mitjançant un algoritme d'ajustament proporcional iteratiu (*raking*), que incorpora les variables de sexe i edat, lloc de naixement, llengua primera, nivell d'estudis i tipologia de secció censal.

La mostra

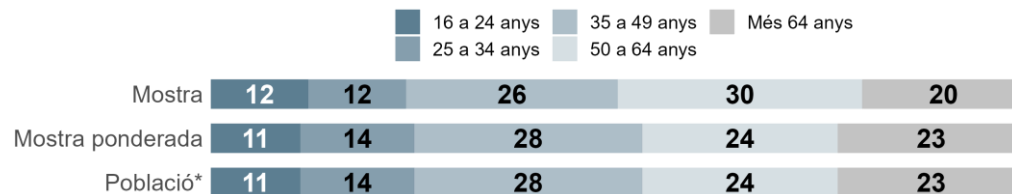
Sexe



Lloc de naixement



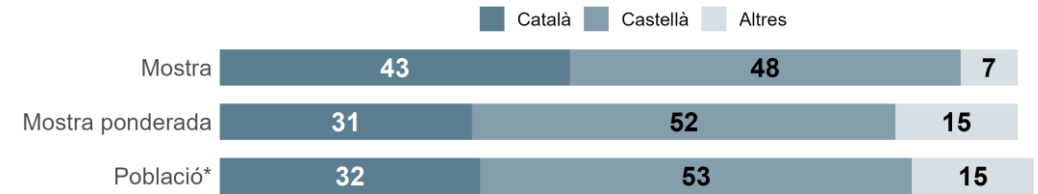
Edat



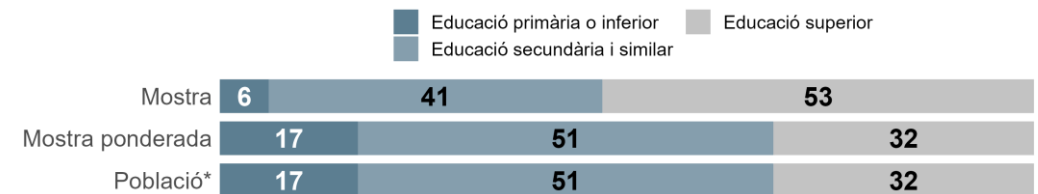
Les dades palesen un ajustament perfecte des del punt de vista del sexe de la persona enquestada.

En canvi, obtenim un certs desajustos en altres variables. Tanmateix, quan apliquem les ponderacions, aquestes diferències queden compensades.

Llengua primera



Nivell d'estudis

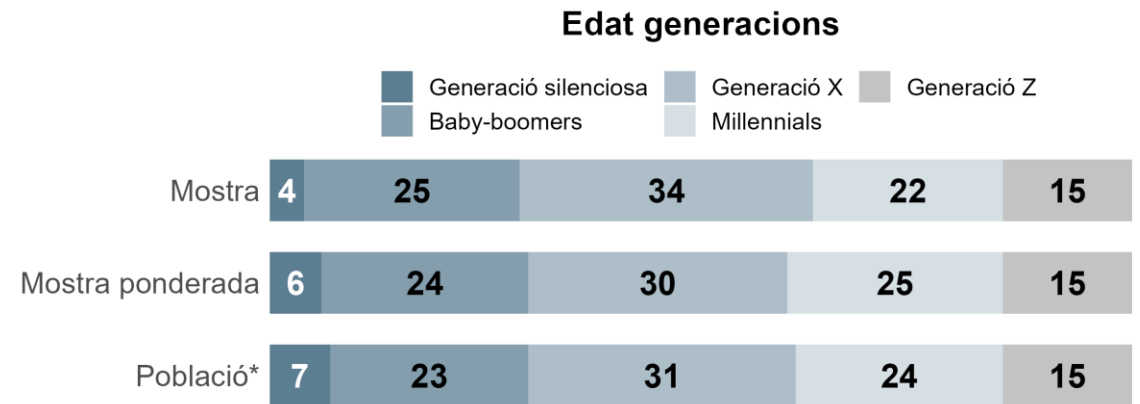


(*) Població de 16 anys i més, resident a Catalunya amb ciutadania.

Les generacions

En aquest estudi mostrem els resultats de la majoria de preguntes encreuats per generacions. Per fer-ho, hem emprat la següent definició de generacions:

- **Generació silenciosa**, nascuda entre 1928 i 1945 (tenen 78 anys i més el 2023).*
- **Baby-boomers**, nascuts entre 1946 i 1964 (entre 59 i 77 anys el 2023).
- **Generació X**, nascuda entre 1965 i 1980 (entre 43 i 58 anys).
- **Millennials o Mil·lennistes**, nascuts entre 1981 i 1996 (entre 27 i 42 anys).**
- **Generació Z**, nascuts entre 1997 i 2012 (entre 16 i 26 anys en la nostra mostra).



(*) Tanmateix, la Generació silenciosa presenta una taxa de resposta més baixa que les altres per raons vinculades a l'edat. I aquesta diferència s'agreuja entre les persones d'edats més avançades. Per això, tot i que hi apliquem ponderacions, cal analitzar els resultats amb una certa prudència.

(**) Emprem de manera preferent el terme Millennial per ser el més habitual i conegut

Continguts

1. Actituds davant la política
2. Ideologia i polarització política
3. Actituds i valors polítics
4. Participació i socialització política
5. Situació socioeconòmica



1 Actituds davant la política

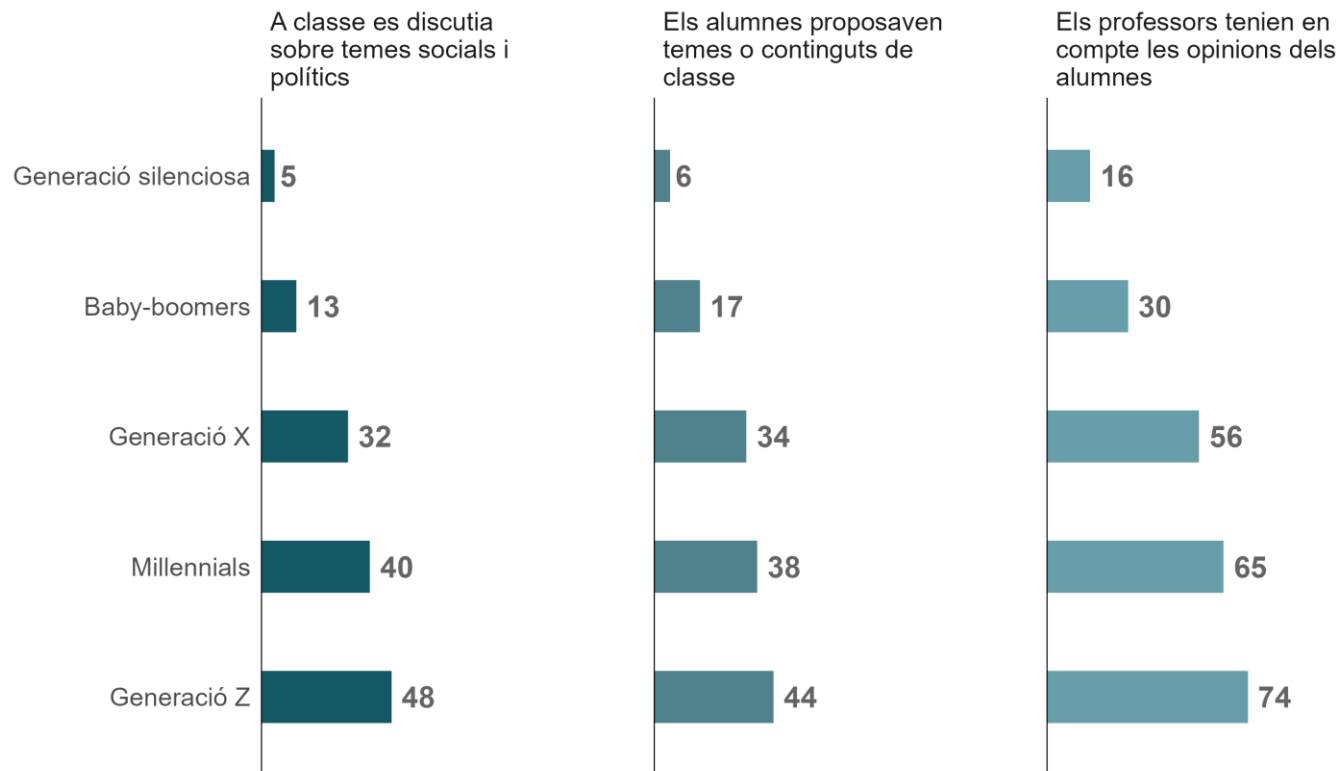


En aquest primer apartat, analitzem la socialització política durant la infància i l'adolescència, el tipus d'escola on les persones enquestades van estudiar, l'interès per la política, la percepció del grau i de comprensió d'informació política respecte els altres, les fonts d'informació política diària i l'ús de les xarxes socials.



Socialització política i participació a l'escola durant la infància i l'adolescència, per generació

Resultats expressats en percentatges. Sovint + de vegades



Cada cop més discussió i participació a l'escola

A mesura que la generació és més jove augmenta la freqüència de la socialització política. Per exemple, més del 40% dels Generació Z assenyala que sovint i de vegades es discutia sobre temes socials i polítics a classe, els alumnes proposaven temes o continguts de classe i els professors tenien en compte les opcions dels alumnes. En canvi, en la Generació silenciosa no arriba al 20%.



Tipus d'escola, per generació

Resultats expressats en percentatges



Escola pública

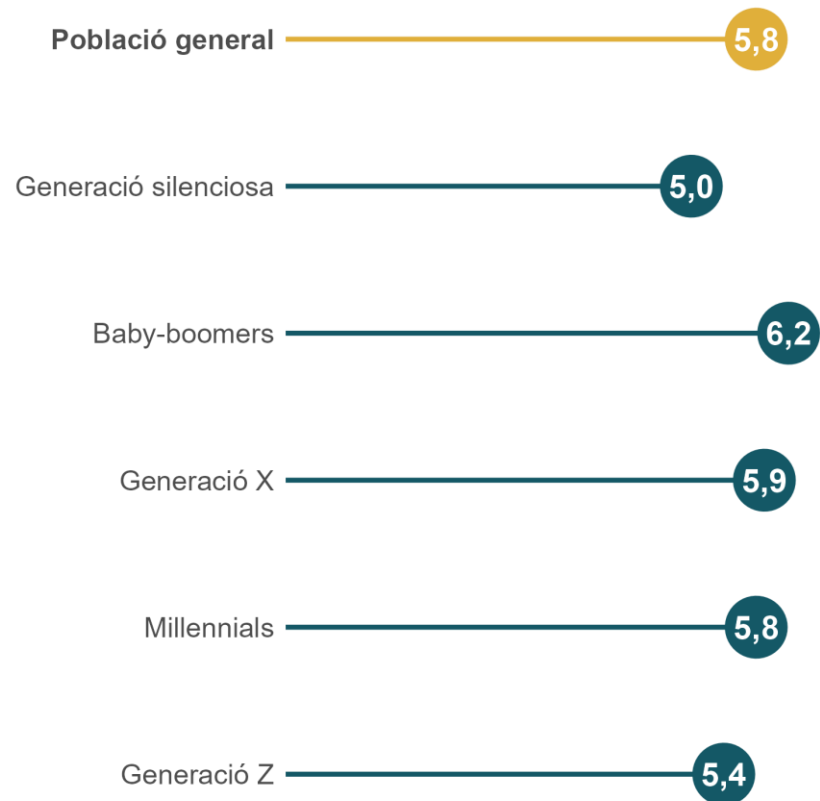
L'escola pública és majoritària en totes les generacions, i en el conjunt de la població. Tanmateix, la proporció és més elevada en les generacions més joves, i supera el 60% entre els Millennials i la Generació Z.

Mentre que en la Generació silenciosa i els Baby-boomers la segona opció més freqüent és l'escola privada religiosa, en les generacions X, Millennial i Z ho és la concertada religiosa (entre el 16 i el 21%).



Interès per la política, per generació

Resultats expressats en mitjanes



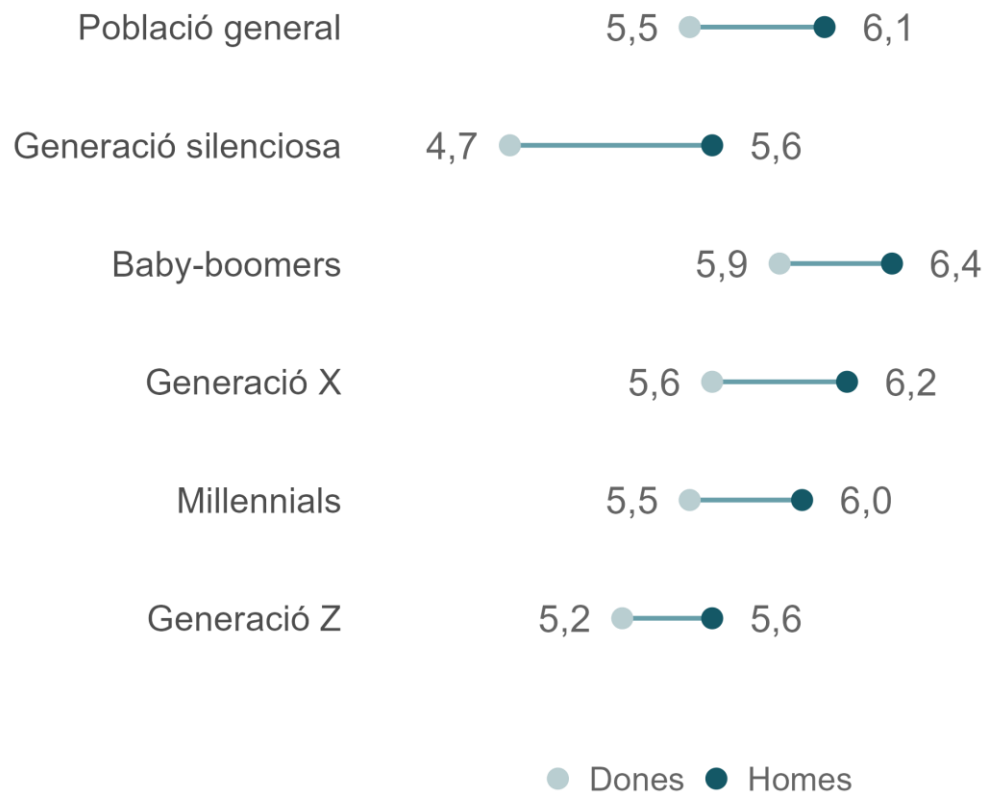
Baby-boomers, més interès

La Generació silenciosa és la que expressa un menor interès per la política. En canvi, la generació següent (Baby-boomers) és la més interessada de totes, amb una mitjana de 6,2 en una escala del 0 al 10. Per sota, l'interès va baixant progressivament fins al 5,4 de la generació més jove (Generació Z).



Interès per la política, per generació i sexe

Resultats expressats en mitjanes



Homes, més interès

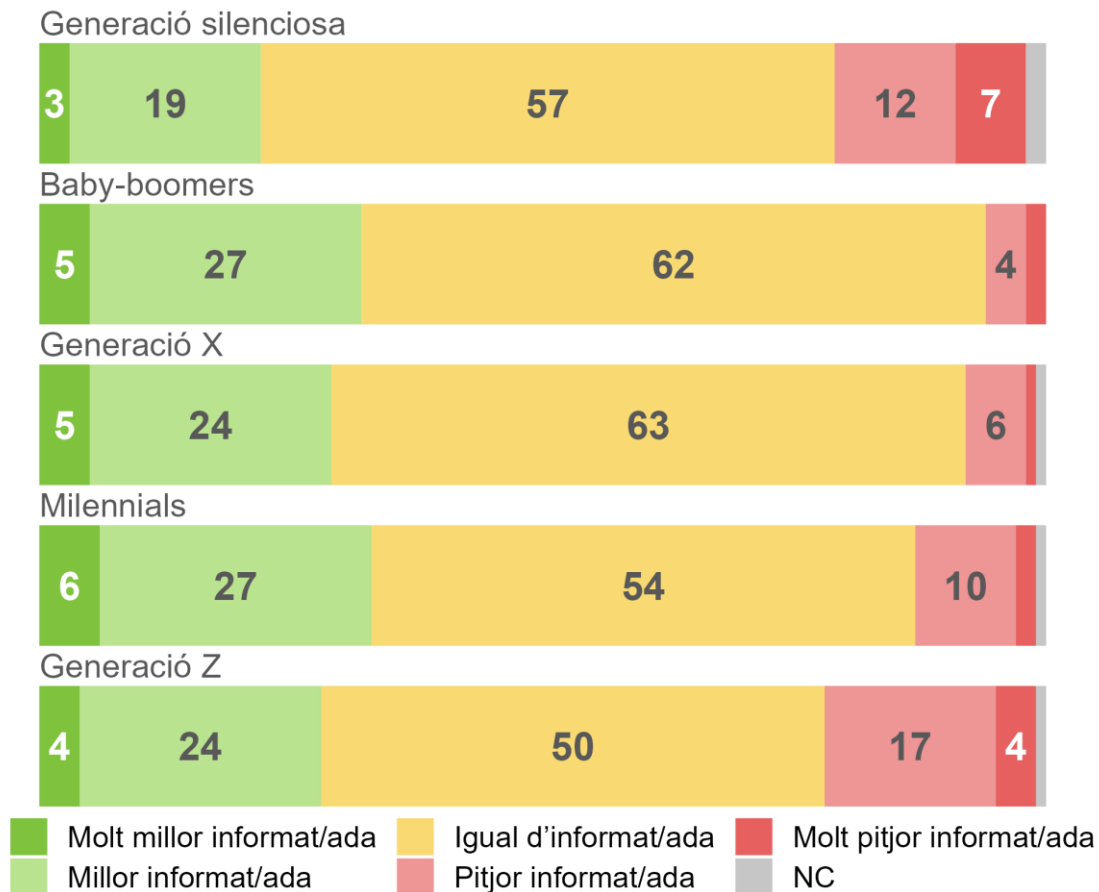
En totes les cohorts els homes presenten una mitjana d'interès per la política superior al de les dones. Els homes i les dones de la Generació silenciosa tenen un interès per la política més baix que la resta de cohorts, i és també en aquest grup en el qual la diferència entre homes i dones és més accentuada.

Les dones més grans són, amb diferència, el col·lectiu amb un interès més baix per la política, seguides de les dones de la generació més jove (Z) i dels homes de la Generació silenciosa.



Nivell subjectiu d'informació política, per generació

Resultats expressats en percentatges



Igual d'informats

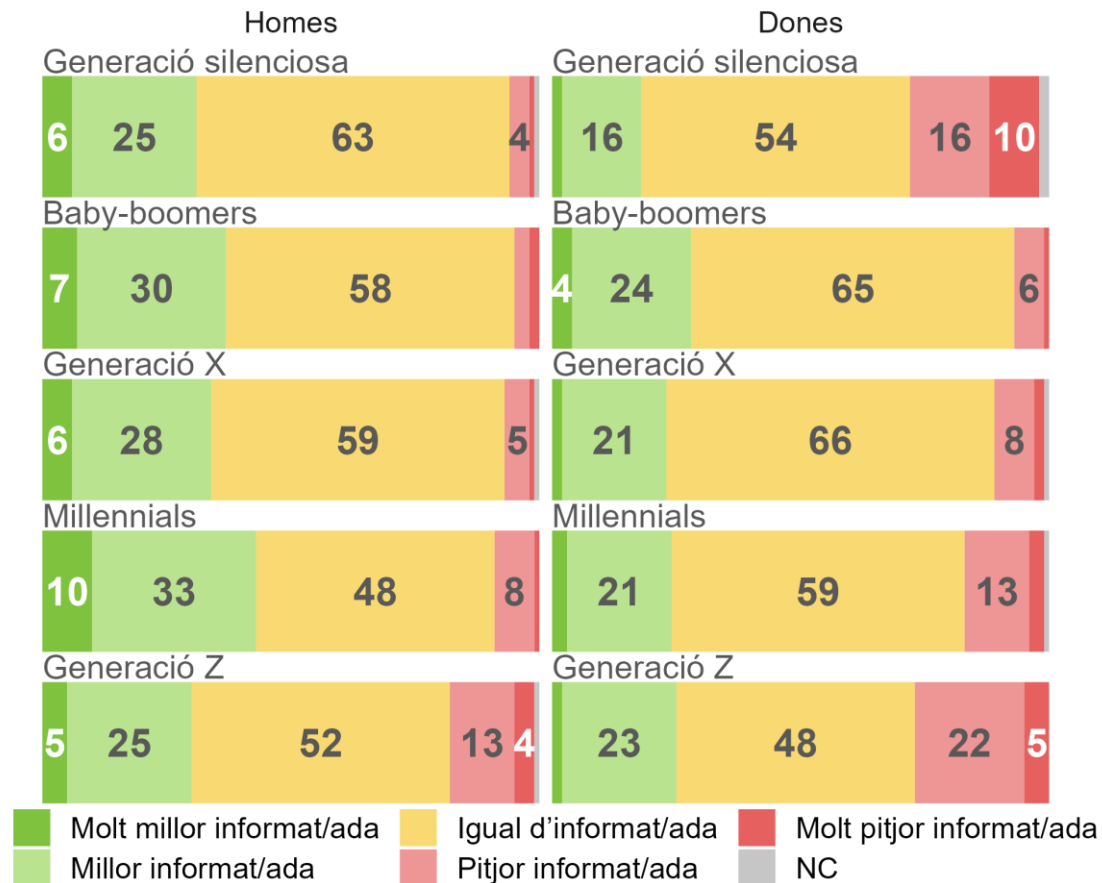
Quan demanem pels nivells subjectius d'informació política, trobem també el mateix patró que amb l'interès. Les generacions de més edat i més joves es perceben a si mateixes com a pitjor informades: al voltant d'un 20% considera que està pitjor informat que la majoria de la gent.

En tot cas, en general, el gruix de la població tendeix a veure's com a igual d'informat/ada de política que la majoria.



Nivell subjectiu d'informació política, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Els homes es perceben com a millor informats

En general, els homes tendeixen a mostrar-se més confiats dels seus nivells d'informació política. En tots els grups, els percentatges d'homes que es perceben com a millor informats superen als de les dones.

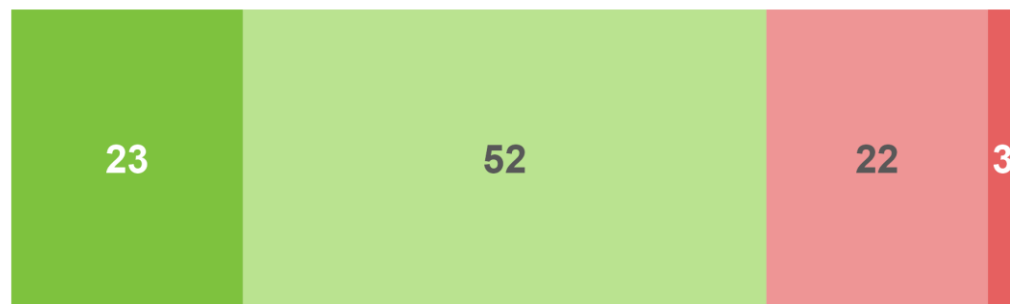
Precisament, en aquesta gràfica destaca el fet que les dones més grans i més joves són els grups amb uns nivells més baixos d'informació política subjectiva.



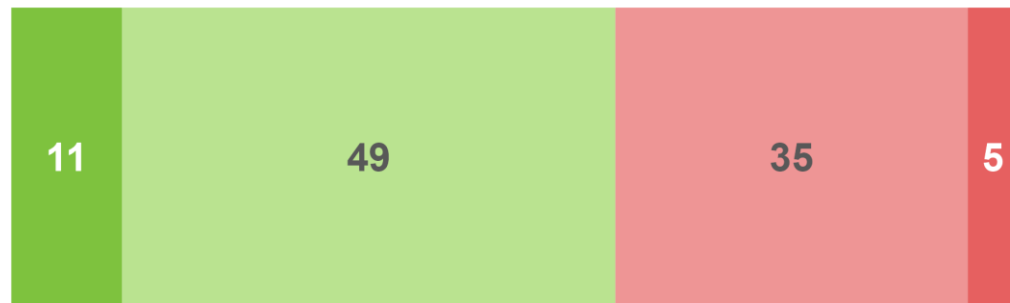
Comprensió dels temes polítics, per sexe

Resultats expressats en percentatges

Homes



Dones



Molt Bastant Poc Gens NS/NC

Homes, més eficàcia política subjectiva

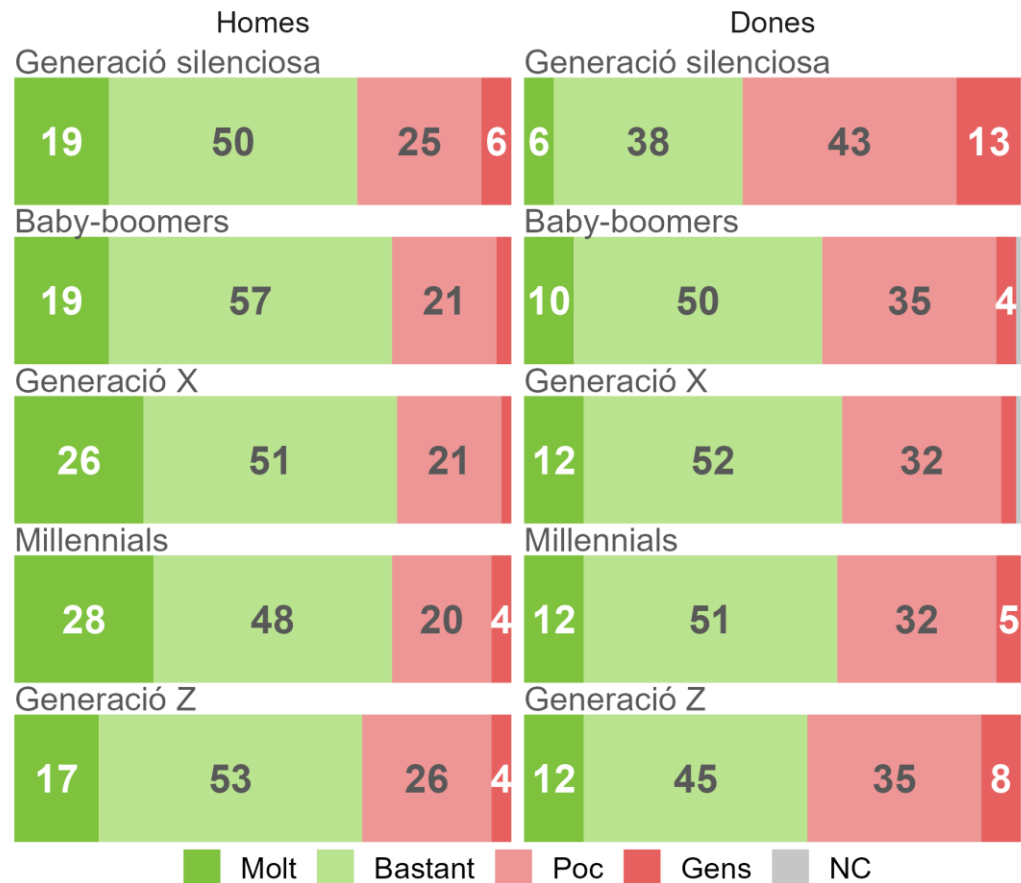
Els homes expressen també un nivell més elevat d'eficàcia política (subjectiva) que les dones: tres de cada quatre homes se sent molt o bastant capacitats per entendre els temes polítics, i només un 25% es considera poc o gens capacitats.

Per contra, entre les dones el percentatge que es sent molt o bastant capacitada per entendre la política baixa fins al 60%, i el 40% restant es sent poc o gens capacitada.



Comprensió dels temes polítics, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Diferències entre homes i dones grans

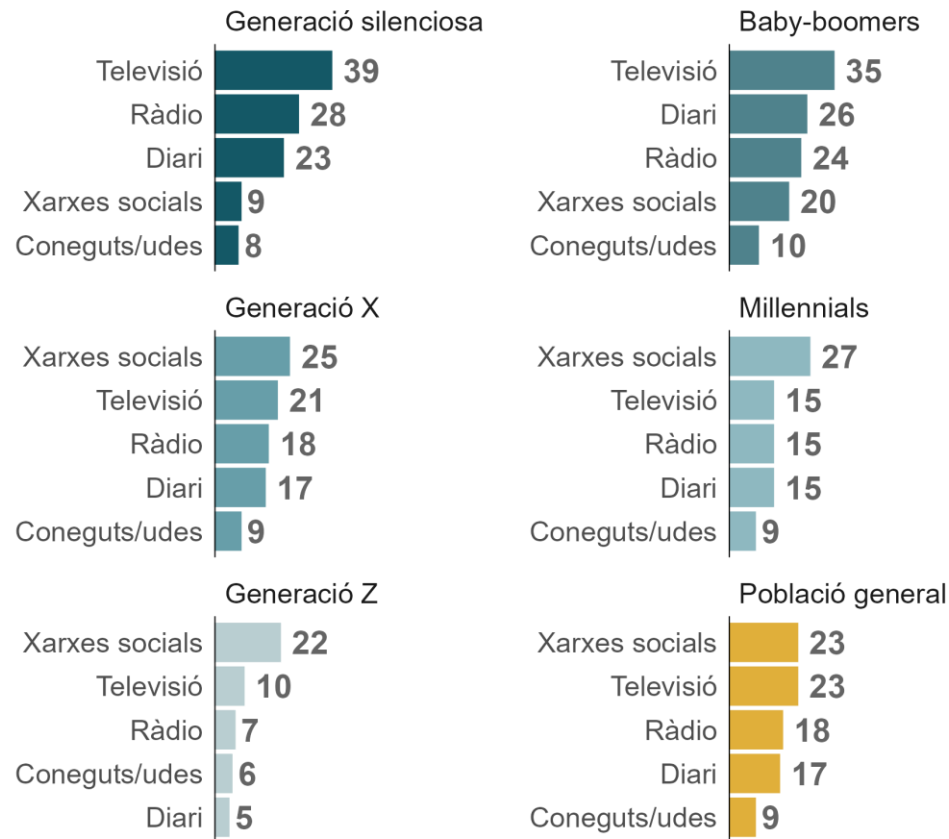
Les diferències entre homes i dones pel que fa a la percepció de la comprensió dels temes polítics es reproduïxen en totes les cohorts.

Amb tot, aquesta diversitat és més accentuada en la generació més gran. En aquest cas, el 56% de les dones creu que està poc o gens capacitada per entendre els temes polítics, i només un 31% dels homes té la mateixa percepció.



Fonts d'informació política diària, per generació

Resultats expressats en percentatges



Televisió i xarxes socials

Si en les persones enquestades de la Generació silenciosa i els Baby-boomers la televisió és la principal font d'informació política diària, en la Generació X, els Millennials i la Generació Z ho són les xarxes socials.

Amb tot, els de la Generació Z són els que menys s'informen diàriament a través de les xarxes socials, la televisió, la ràdio, el diari i amistats i coneguts/udes.

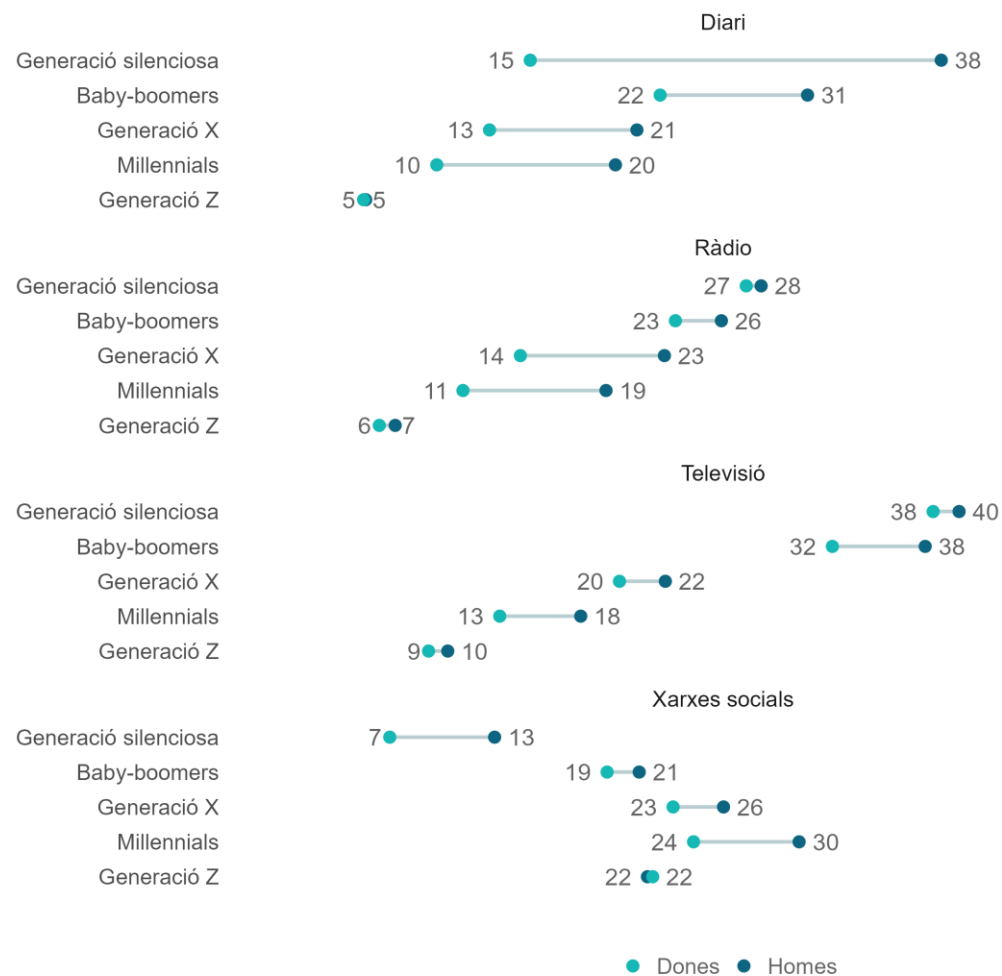


P 26. Em podria indicar amb quina freqüència llegeix la secció política al diari (paper o per internet); veu notícies o programes sobre qüestions polítiques a la televisió; escolta notícies o programes sobre qüestions polítiques a la ràdio; utilitza les xarxes socials per obtenir notícies o informació sobre qüestions polítiques (Facebook, Twitter, etc); parla amb amistats, familiars i coneguts sobre qüestions polítiques?



Fonts d'informació política diària, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Homes, freqüència diària

Independentment del tipus de font d'informació, els homes presenten, en totes les generacions, un major grau d'informació política diària en els diferents mitjans.

Tanmateix, en la Generació Z la freqüència d'informació política és força més baixa que en les altres generacions, i les diferències entre homes i dones es dissipen.

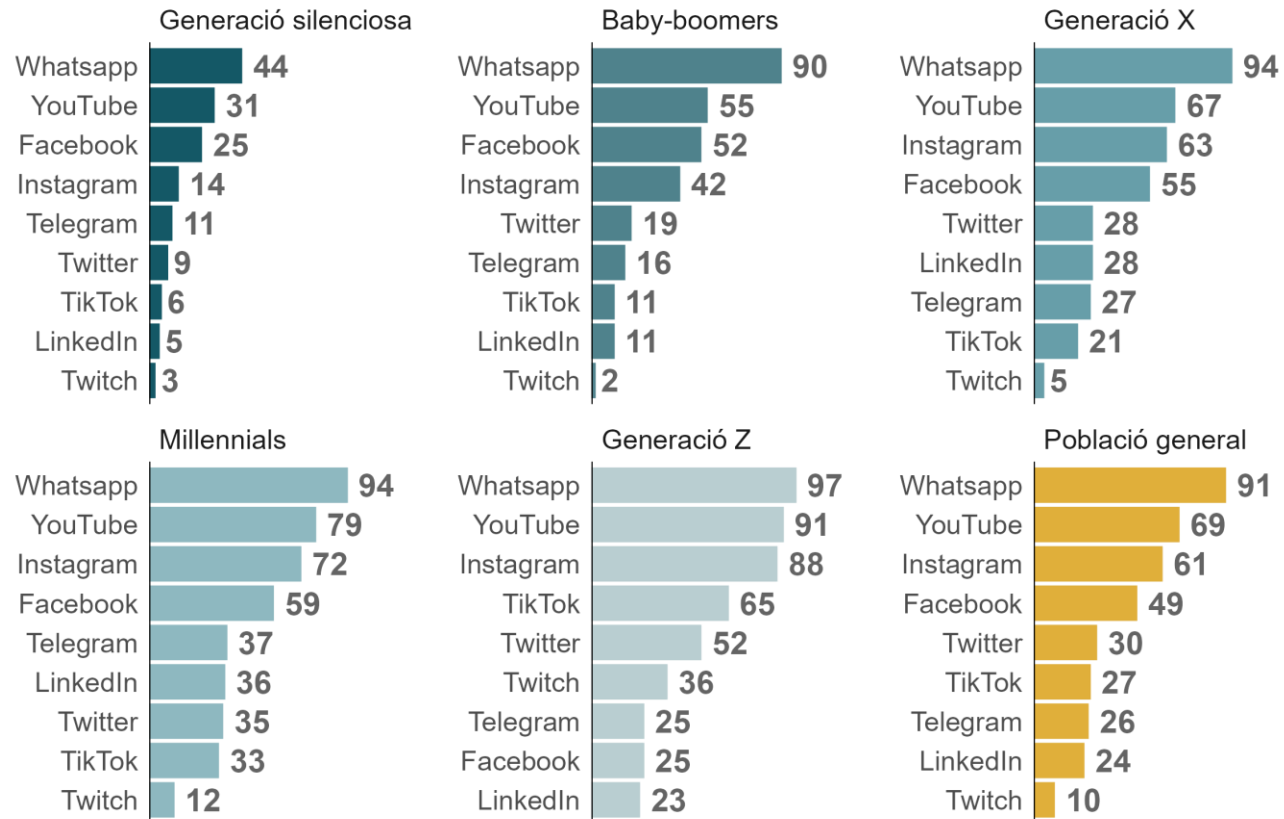


P 26. Em podria indicar amb quina freqüència llegeix la secció política al diari (paper o per internet); veu notícies o programes sobre qüestions polítiques a la televisió; escolta notícies o programes sobre qüestions polítiques a la ràdio; utilitza les xarxes socials per obtenir notícies o informació sobre qüestions polítiques (Facebook, Twitter, etc); parla amb amigats, familiars i coneguts sobre qüestions polítiques?



Ús de les xarxes socials per al seu ús personal, per generació

Resultats expressats en percentatges



Facebook i instagram

Tot i que amb diferències, Whatsapp i YouTube són les xarxes socials més emprades per totes les generacions. Facebook és la tercera xarxa social més utilitzada per a ús personal en la Generació silenciosa i els Baby-boomers, mentre que Instagram ho és per a la Generació X, els Millennials i la Generació Z.





2 Ideologia i polarització política

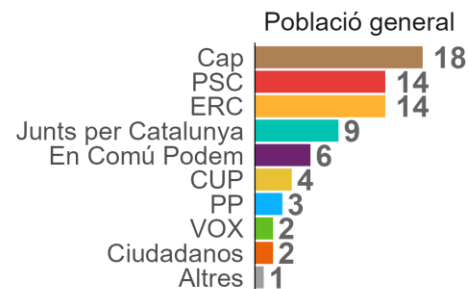
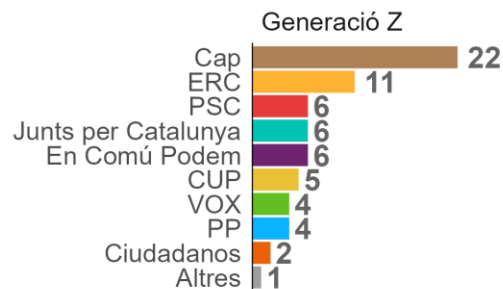
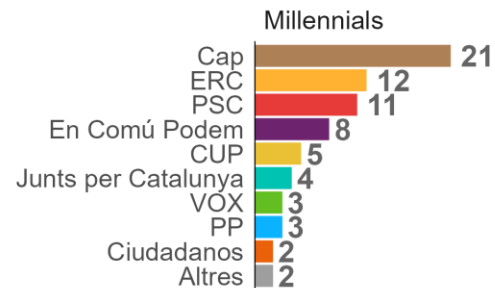
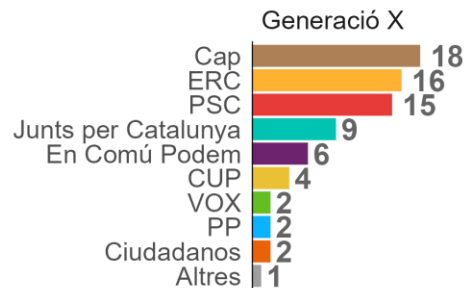


En aquest segon bloc, hem incorporat preguntes per estudiar la simpatia i antipatia cap als diferents partits polítics, l'autoubicació en l'eix esquerra-dreta, els sentiments que genera el canvi climàtic, les preferències respecte les relacions Catalunya-Espanya i el grau de simpatia i antipatia cap a diferents col·lectius. Aquestes preguntes permeten una anàlisi sobre el grau de polarització política i afectiva dins la societat catalana.



Simpatia de partit, per generació

Resultats expressats en percentatges



Desafecció amb els partits creixent

Pel que fa a la simpatia de partit entre les diferents generacions, s'observa una creixent desafecció respecte als partits polítics. El percentatge de persones enquestades que no s'identifica amb cap partit va creixent entre les generacions més joves.

Mentre que només el 13% dels Baby-boomers declaren no sentir simpatia per cap partit; el percentatge és del 21%, en els Millennials i del 22%, en la Generació Z.

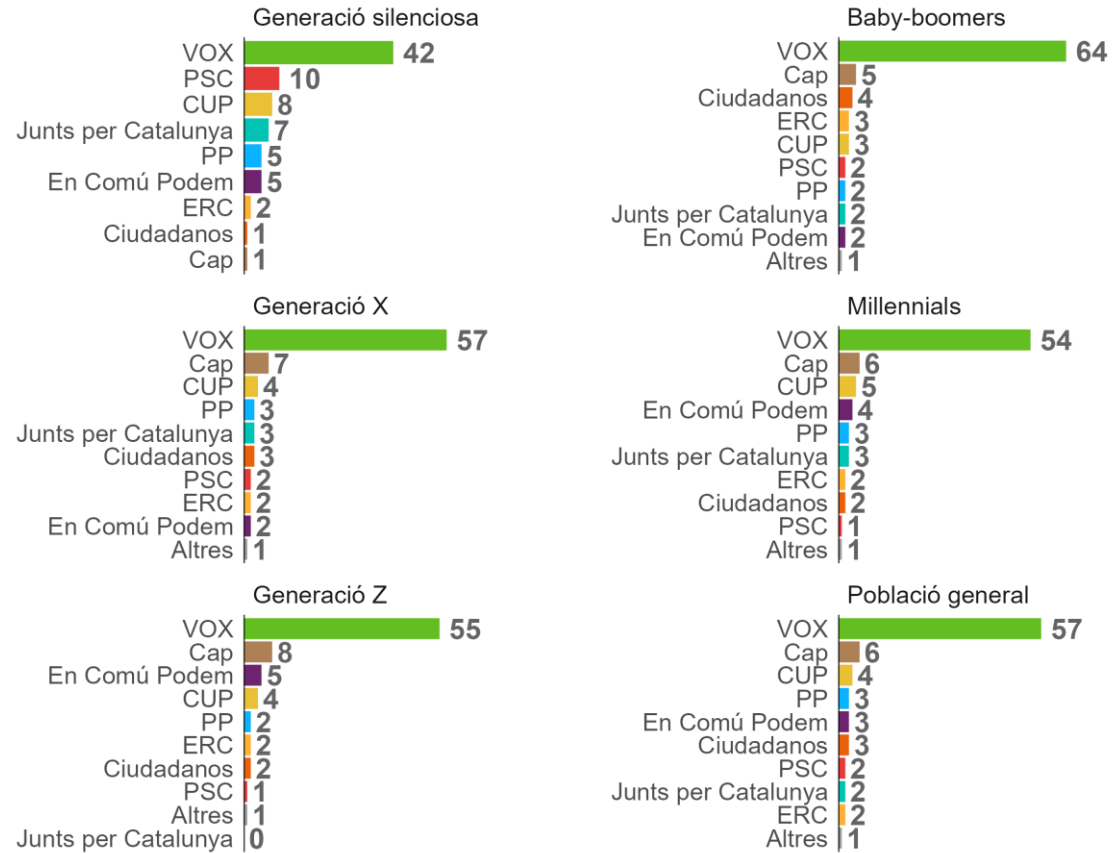
ERC és el partit amb més simpaties entre la Generació Z i el PSC, entre les generacions més grans.





Antipatia de partit, per generació

Resultats expressats en percentatges



VOX

Quan demanem el partit pel qual les persones enquestades senten més antipatia, la resposta majoritària en totes les generacions és sempre la mateixa: VOX.

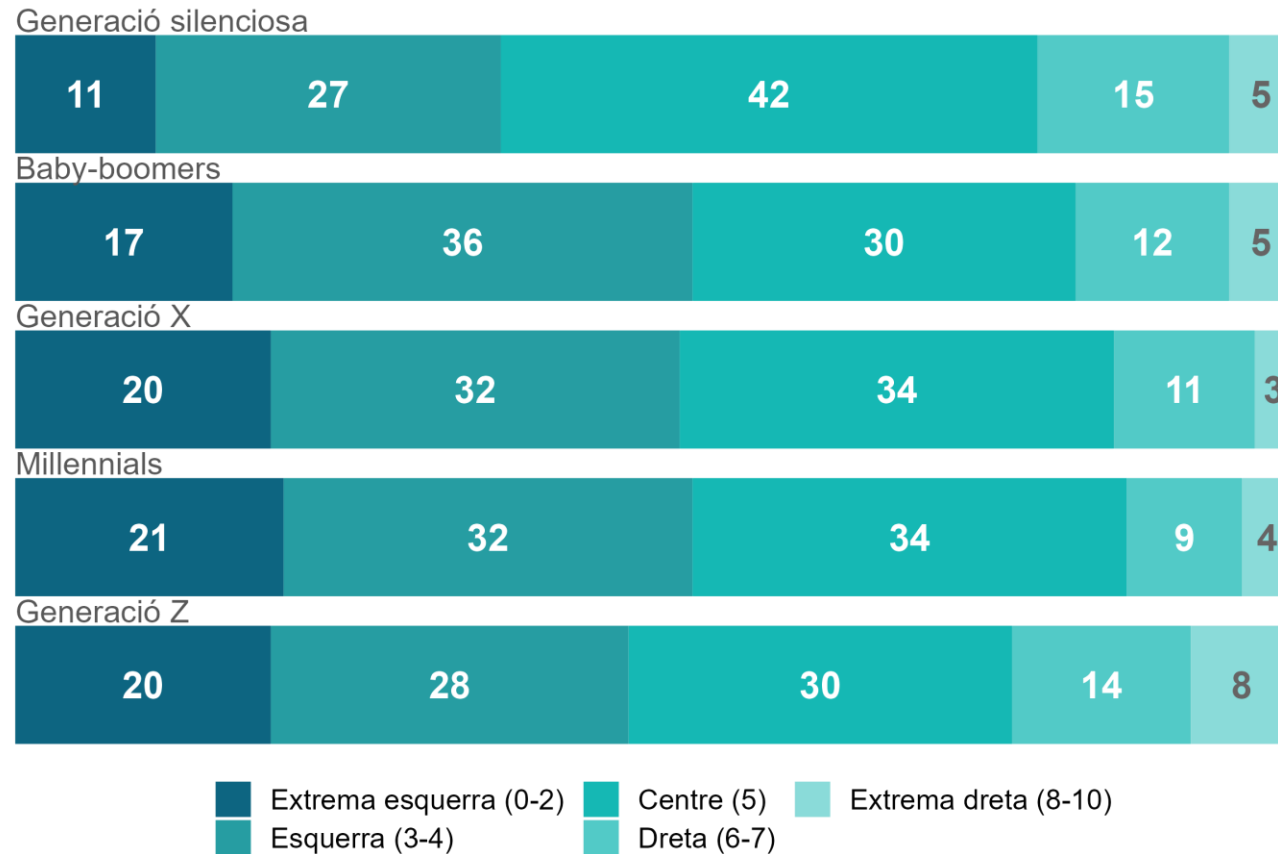
Només en la Generació silenciosa hi ha una mica més de dispersió en les respostes: un 42% diu VOX; un 10%, el PSC i un 8%, la CUP.





Autubicació en l'eix esquerra-dreta, per generació

Resultats expressats en percentatges



Baby-boomers, esquerra

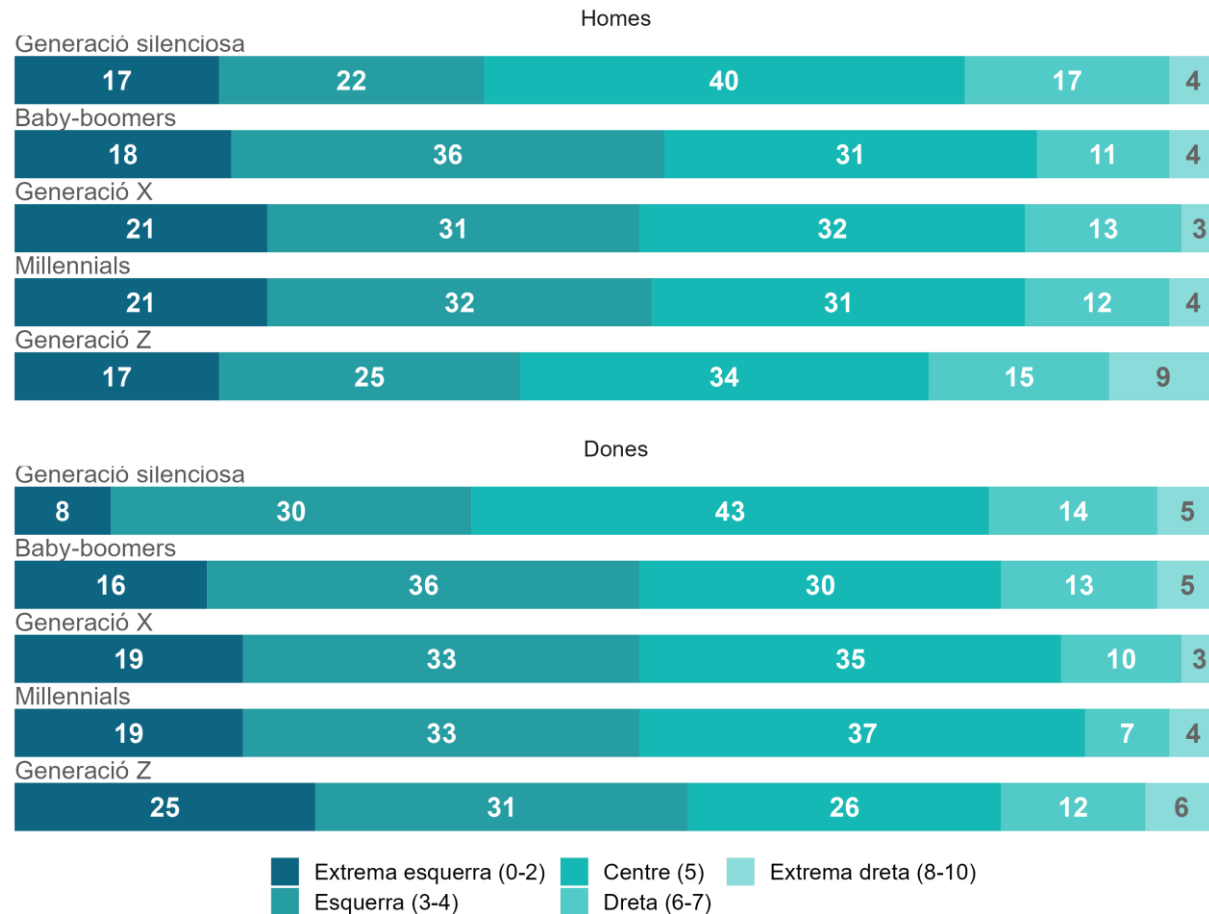
Els Baby-boomers són la cohort que se situa més cap a l'esquerra, per bé que la diferència amb la Generació X i els Millennials és petita.

Per contra, tant la generació més gran (Generació silenciosa) com, en menor mesura, la més jove (Generació Z) s'ubiquen més en posicions de centre i dreta. S'observa un repunt de posicions d'extrema dreta en la Generació Z.



Autubicació en l'eix esquerra-dreta, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Homes de la generació Z

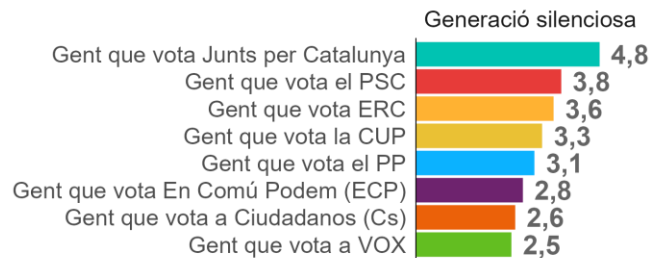
Si analitzem les dades d'ideologia per generació i sexe observem com el repunt de les posicions de dreta i extrema dreta en la Generació Z es concentra, especialment, entre els homes d'aquesta franja d'edat.

De fet, són el grup en el qual hi ha un percentatge més gran que s'ubica entre el 8 i el 10 de l'escala (un 9%), mentre que entre les noies d'aquesta generació baixa al 6% i en les altres cohorts no supera el 5% en cap cas.



Grau de simpatia als votants de cada partit, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Els votants d'ERC

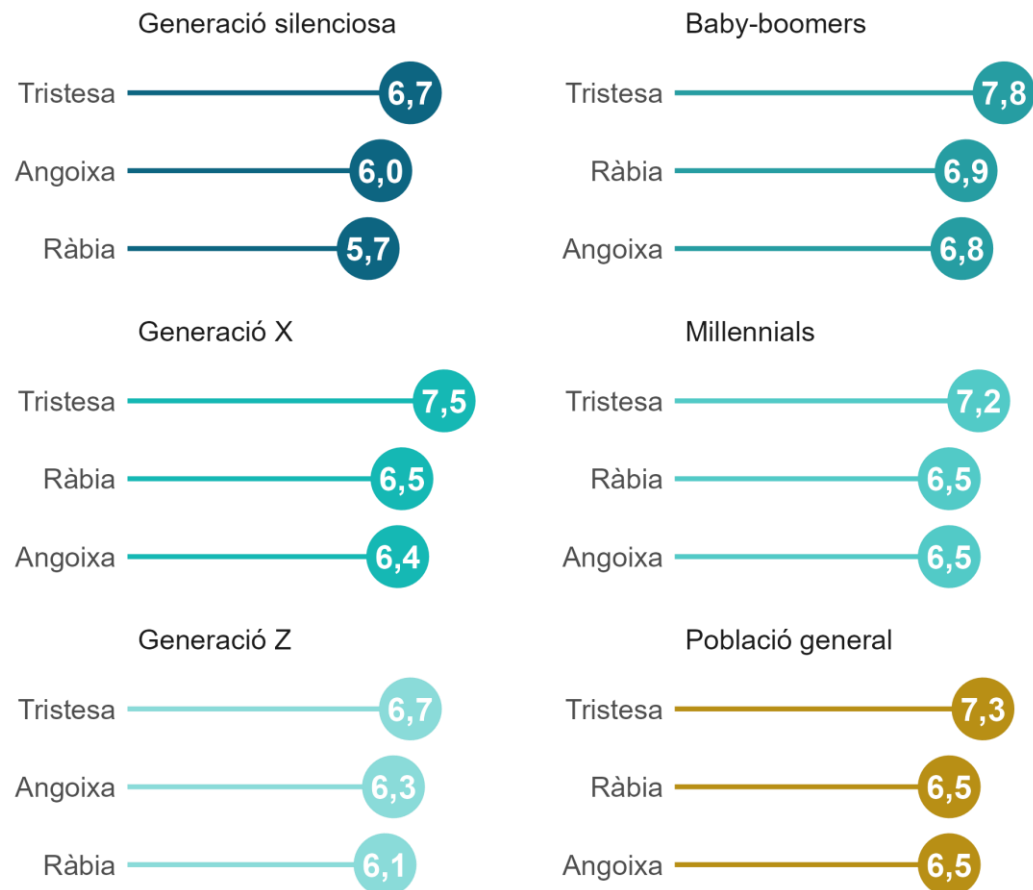
Quan demanem per la simpatia envers la gent que vota cada partit, observem com els votants de VOX, Ciudadanos i PP són els col·lectius que desperten més antipatia, mentre que els votants d'ERC i el PSC susciten més simpatia.

Pel que fa a la Generació silenciosa, la gent que vota Junts és el grup que rep més simpatia.



Sentiments davant el canvi climàtic, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Tristesa

Independentment de la generació de pertinença, el canvi climàtic genera, especialment, un sentiment de tristesa.

Aquest sentiment és més acusat entre els Baby-Boomers i la Generació X. Els Baby-boomers, de fet, són la generació que expressa reaccions emocionals més intenses davant el canvi climàtic.

En general, la ràbia i l'angoixa són sentiments menys intensos que la tristesa, i les mitjanes són molt semblants entre si en totes les generacions.



Sentiments davant el canvi climàtic, per generació i sexe

Resultats expressats en mitjanes

	Homes					Dones				
	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z
Angoixa	6,1	6,4	6,1	6,1	5,5	5,9	7,1	6,7	6,8	7,2
Ràbia	5,6	6,8	6,4	6,3	5,5	5,7	6,9	6,7	6,6	6,8
Tristesa	6,8	7,5	7,3	7,1	6,1	6,7	8,0	7,7	7,4	7,4

Dones

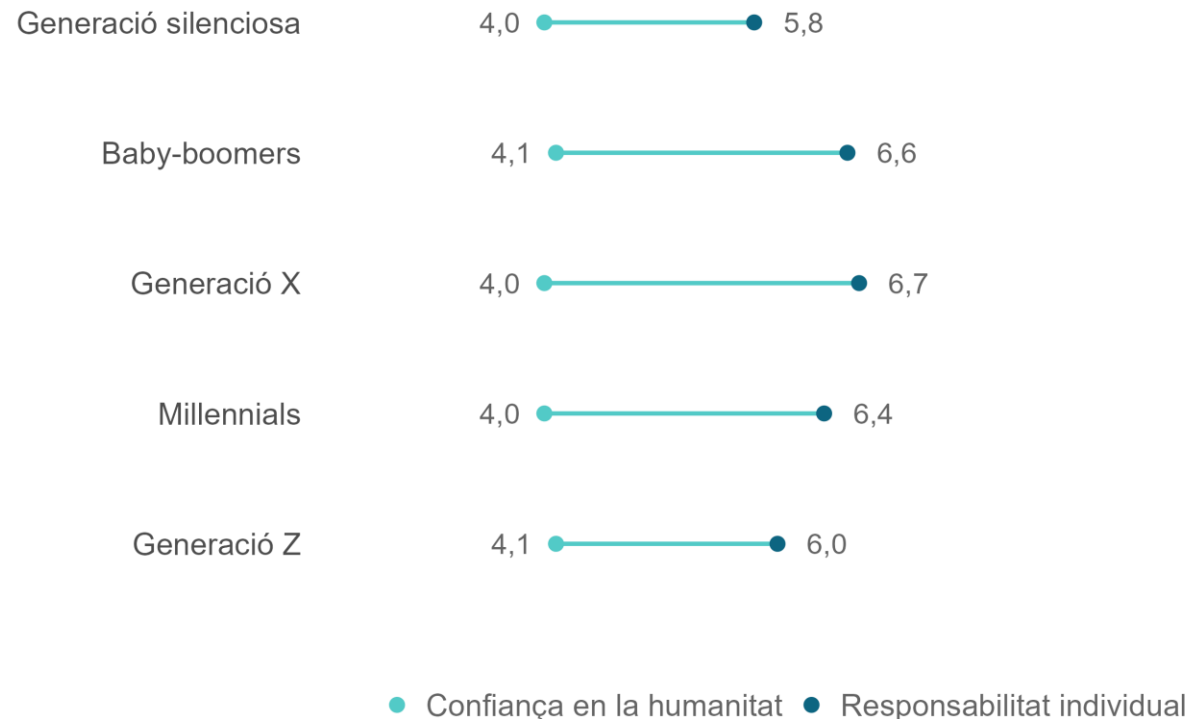
Les dones de totes les cohorts tendeixen a experimentar amb més intensitat els sentiments d'angoixa i tristesa davant del canvi climàtic.

Les diferències més importants es troben entre els homes i les dones de la generació més jove (Z): ells expressen menys sentiments negatius pel canvi climàtic, mentre que elles manifesten amb més intensitat l'angoixa, la ràbia i la tristesa.



Responsabilitat individual i confiança en la humanitat davant el canvi climàtic, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Baby-boomers i Generació X

La confiança en què la humanitat pugui revertir els efectes del canvi climàtic es situa al voltant d'un 4 en una escala del 0 al 10. No hi ha diferències significatives entre les generacions.

Per contra, quan es demana pel sentiment de responsabilitat individual, sí que emergeixen diferències. Tant els més grans (Generació silenciosa), com els més joves (Generació Z) se'n senten menys responsables.

En canvi, els Baby-boomers i la Generació X expressen sentiments més intensos de responsabilitat individual.

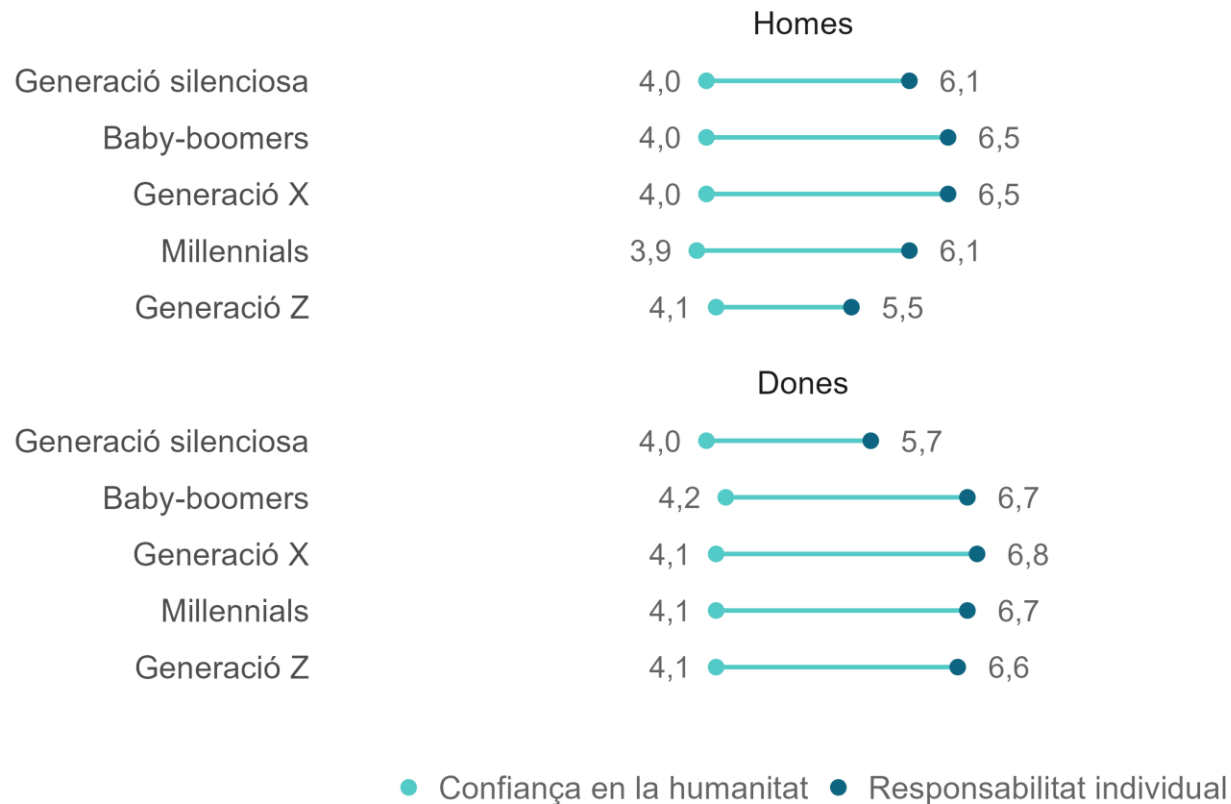


P 50. En una escala del 0 al 10, fins a quin punt sent que és responsabilitat seva tractar de reduir el canvi climàtic? P 51. En una escala del 0 al 10, quanta confiança té en què la humanitat pugui evitar els efectes més devastadors del canvi climàtic?



Responsabilitat i confiança en la humanitat respecte el canvi climàtic, per generació i sexe

Resultats expressats en mitjanes



Homes de la generació Z

No s'observen diferències entre generacions ni sexes pel que fa al grau de confiança en què la humanitat pugui afrontar els efectes del canvi climàtic.

Amb tot, les dones -i especialment les més joves- expressen un major grau de responsabilitat individual que els homes de la seva generació: ells s'ubiquen de mitjana en un 5,5 i elles en un 6,6.

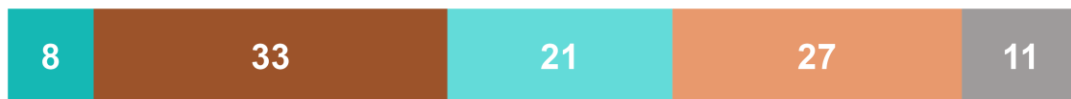
De fet, els homes de la Generació Z són el col·lectiu que expressa uns nivells més baixos de responsabilitat individual respecte el canvi climàtic.



Preferència per la relació Catalunya-Espanya, per generació

Resultats expressats en percentatges

Generació silenciosa



Baby-boomers



Generació X



Millennials



Generació Z



■ Una regió d'Espanya
 ■ Un estat dins una Espanya federal
 ■ NS/NC
■ Una comunitat autònoma d'Espanya
 ■ Un estat independent

Més independentisme entre els Baby-boomers i la Generació X

La preferència per la independència és l'opció majoritària en els Baby-boomers i la Generació X, mentre que en la Generació silenciosa i en les generacions més joves hi ha un percentatge lleugerament més gran de partidaris de l'autonomia.

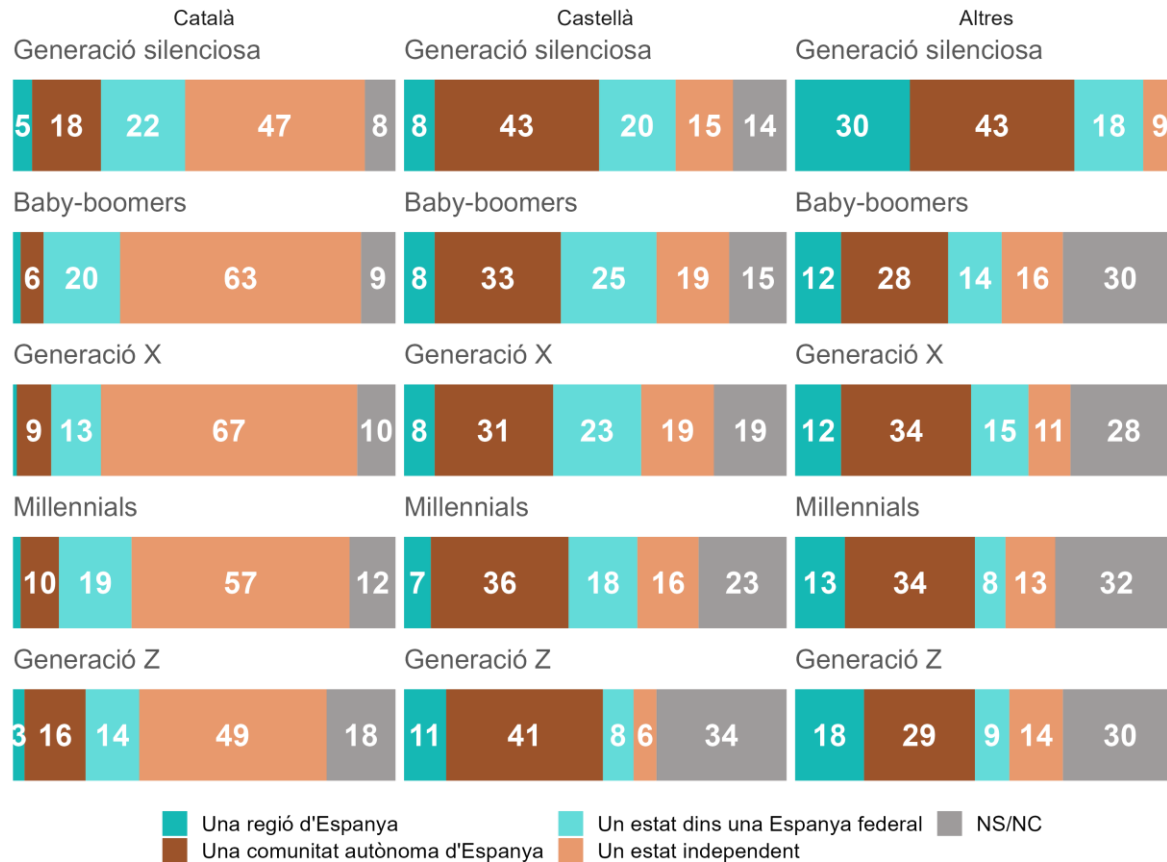
El federalisme és també més popular en les generacions més grans, especialment els Baby-boomers.

En tot cas, el patró més marcat és el creixement de l'opció no sap/no contesta entre les generacions més joves: el percentatge de persones que no expressa una actitud clara passa de l'11% en la Generació silenciosa al 28% en la Generació Z.



Preferència per la relació Catalunya-Espanya, per generació i llengua primera

Resultats expressats en percentatges



Catalanoparlants, estat independent

Més del 45% dels catalanoparlants de les diferents cohorts creuen que Catalunya hauria de ser un estat independent. Amb tot, la generació de més edat (Generació silenciosa) i la més jove (Generació Z) són menys partidàries d'aquest model territorial.

Entre els castellanoparlants, l'opció preferida és la comunitat autònoma que rep un major suport en la Generació silenciosa i Z. Cal precisar que la generació més jove és la cohort que aglutina un percentatge més elevat en l'opció no sap o no contesta independentment de quina sigui la llengua primera.

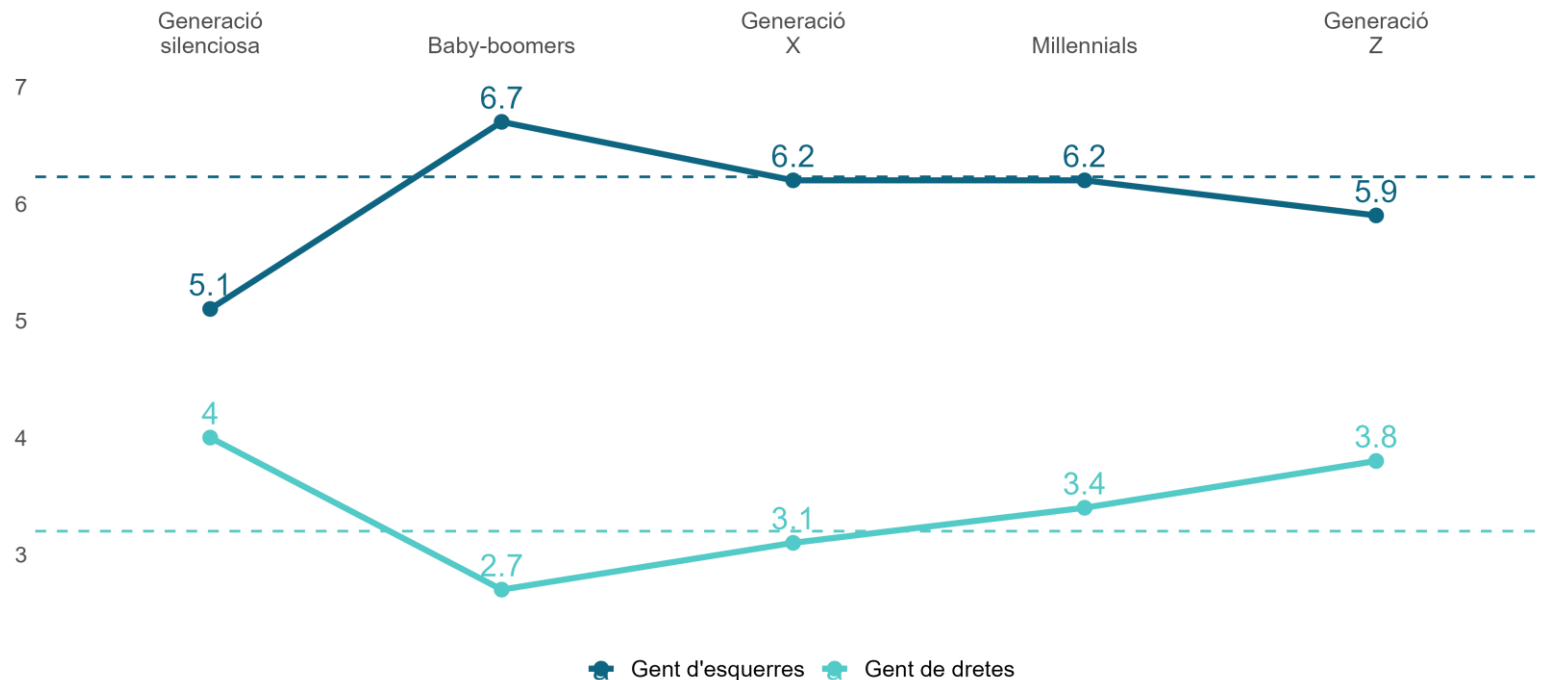
Entre aquells que parlen una altra llengua diferent de la catalana i la castellana, les opcions majoritàries són la comunitat autònoma i el no sap o no contesta.





Grau de simpatia a gent d'esquerres i dretes, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Baby-boomers, gent d'esquerres

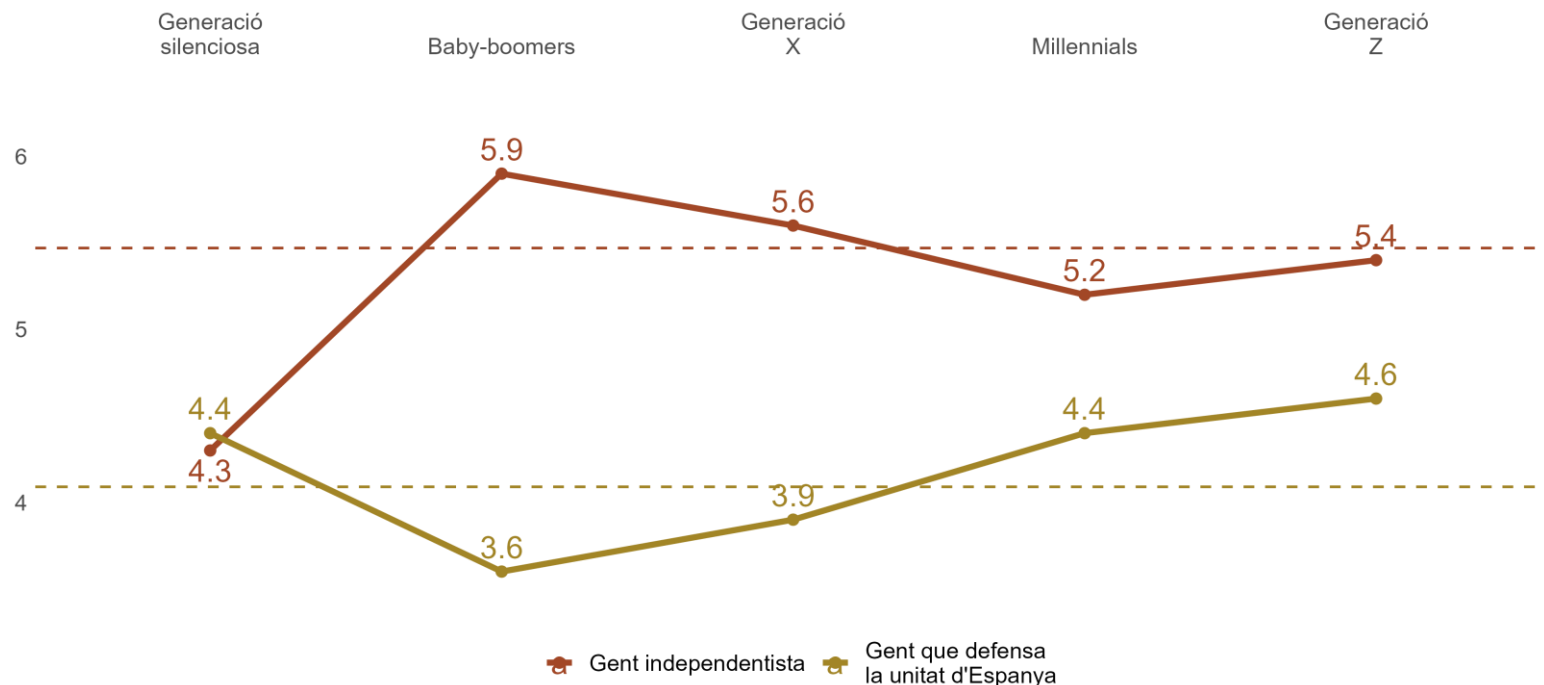
La gent d'esquerres desperta més simpatia que la gent de dretes en totes les cohorts.

La diferència és especialment acusada entre els Baby-boomers, i més petita en la Generació silenciosa i en la Generació Z.



Grau de simpatia a gent independentista i no independentista, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Baby-boomers, gent d'esquerres

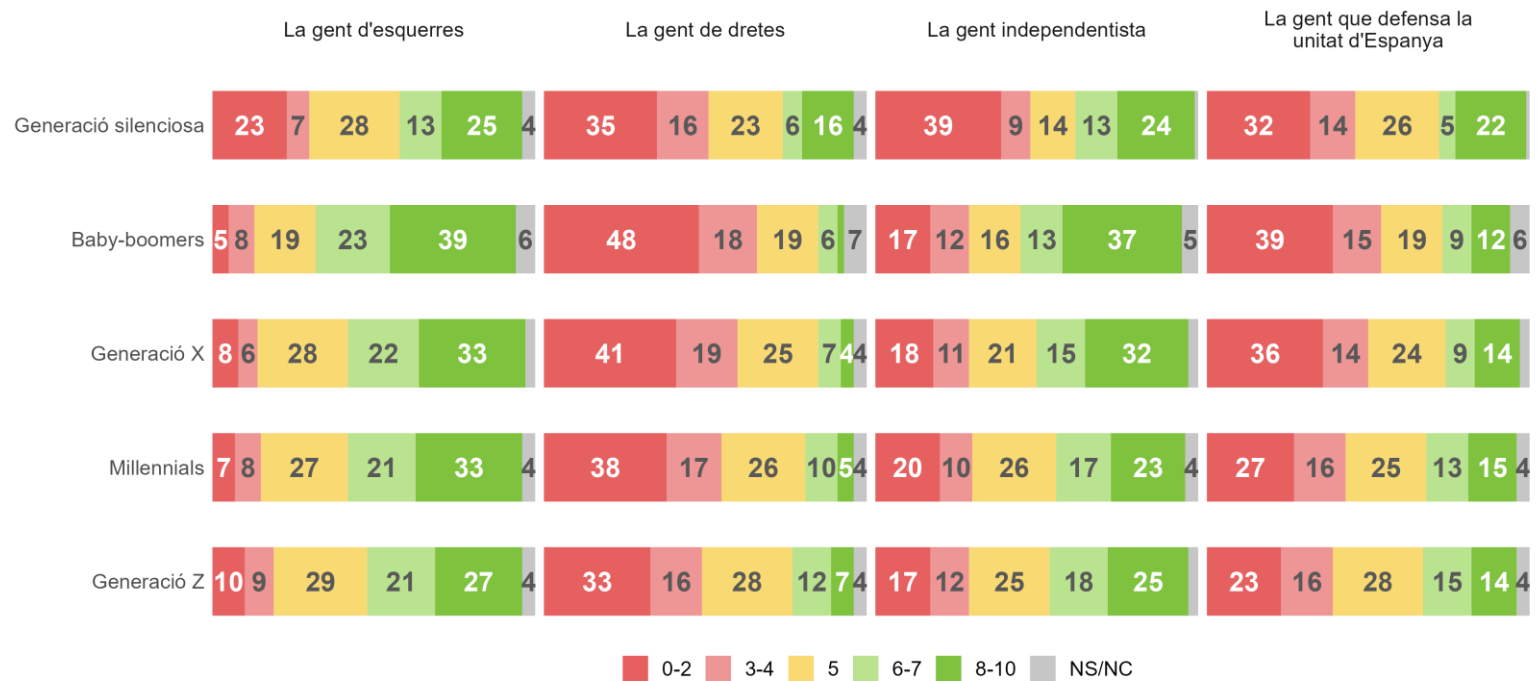
Pel que fa a l'eix nacional, trobem també que la gent independentista genera més simpatia que la partidària de la unitat d'Espanya en totes les generacions tret de la generació més gran.

Les diferències, de nou, són especialment acusades entre els Baby-boomers, i es matisen en els Millennials i la Generació Z.



Grau de simpatia a diferents col·lectius, per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions

Els Baby-boomers són la cohort que té més simpatia envers la gent d'esquerres i independentista, mentre que la Generació silenciosa és la que simpatitza més amb la gent de dretes i els que defensen la unitat d'Espanya.



P 44. A vostè personalment, quins sentiments de simpatia o antipatia li generen cadascun dels següents grups en una escala del 0 al 10? Base: han respost l'enquesta en línia



Grau de simpatia a diferents col·lectius, per generació i sexe

Resultats expressats en mitjanes

	Homes					Dones				
	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z
Gent d'esquerres	5,2	6,6	6,2	6,1	5,6	5,1	6,7	6,3	6,4	6,2
Gent de dretes	3,5	3,1	3,3	3,6	4,2	4,2	2,4	2,9	3,1	3,2
Gent independentista	5,6	5,8	5,6	5,2	5,1	3,8	5,9	5,6	5,2	5,6
Gent que defensa la unitat d'Espanya	4,2	3,7	4,0	4,4	4,9	4,5	3,6	3,8	4,4	4,2

Homes i dones

Les dones de totes les generacions tret de la silenciosa expressen més antipatia que els homes cap a la gent de dretes. La diferència és especialment acusada en la Generació Z.

Pel que fa a la dimensió nacional, trobem contrastos en la generació més gran i la més jove. Mentre les dones de la Generació silenciosa expressen molta més antipatia cap als independentistes que la resta de grups, els homes de la Generació Z són el col·lectiu que veu els partidaris de la unitat d'Espanya amb més bons ulls.



P 44. A vostè personalment, quins sentiments de simpatia o antipatia li generen cadascun dels següents grups en una escala del 0 al 10? Base: han respost l'enquesta en línia



3 Actituds i valors polítics

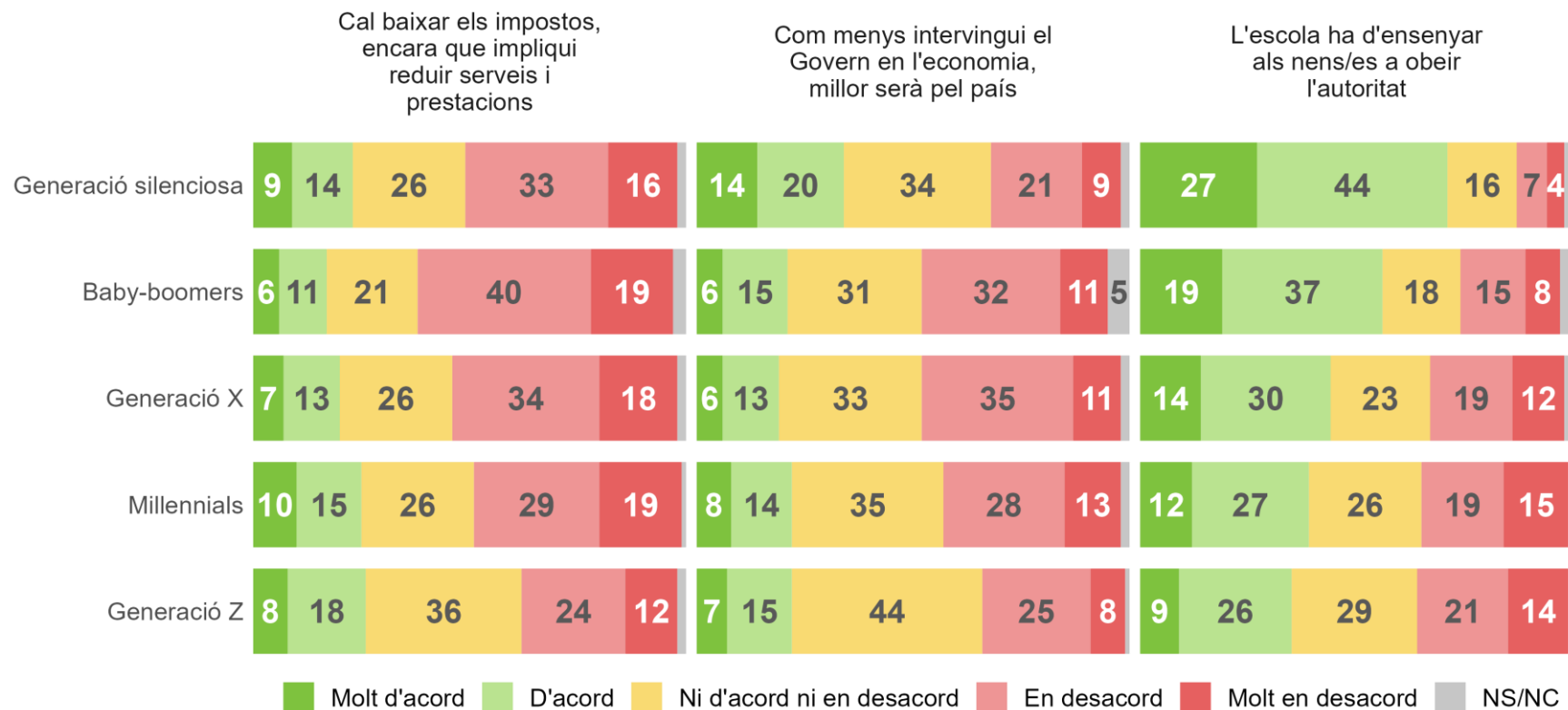


En aquest tercer bloc, aprofundim en la personalitat dels catalans; les actituds sociopolítiques; la percepció de la meritocràcia; la necessitat del caos; el posicionament davant la gestació subrogada; la percepció del grau d'influència de la població en el Govern; l'actitud dels partits a les demandes de la ciutadania; el populisme i, finalment, el grau de confiança en les institucions.



Actituds sociopolítiques (I), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions

En la dimensió econòmica, trobem que les generacions més joves, i especialment la Generació Z, són més partidàries de baixar impostos encara que impliqui reduir els serveis i les prestacions, i també tendeixen a defensar menys l'intervencionisme del govern en l'economia. En això es troben amb la generació més gran (la Generació silenciosa).

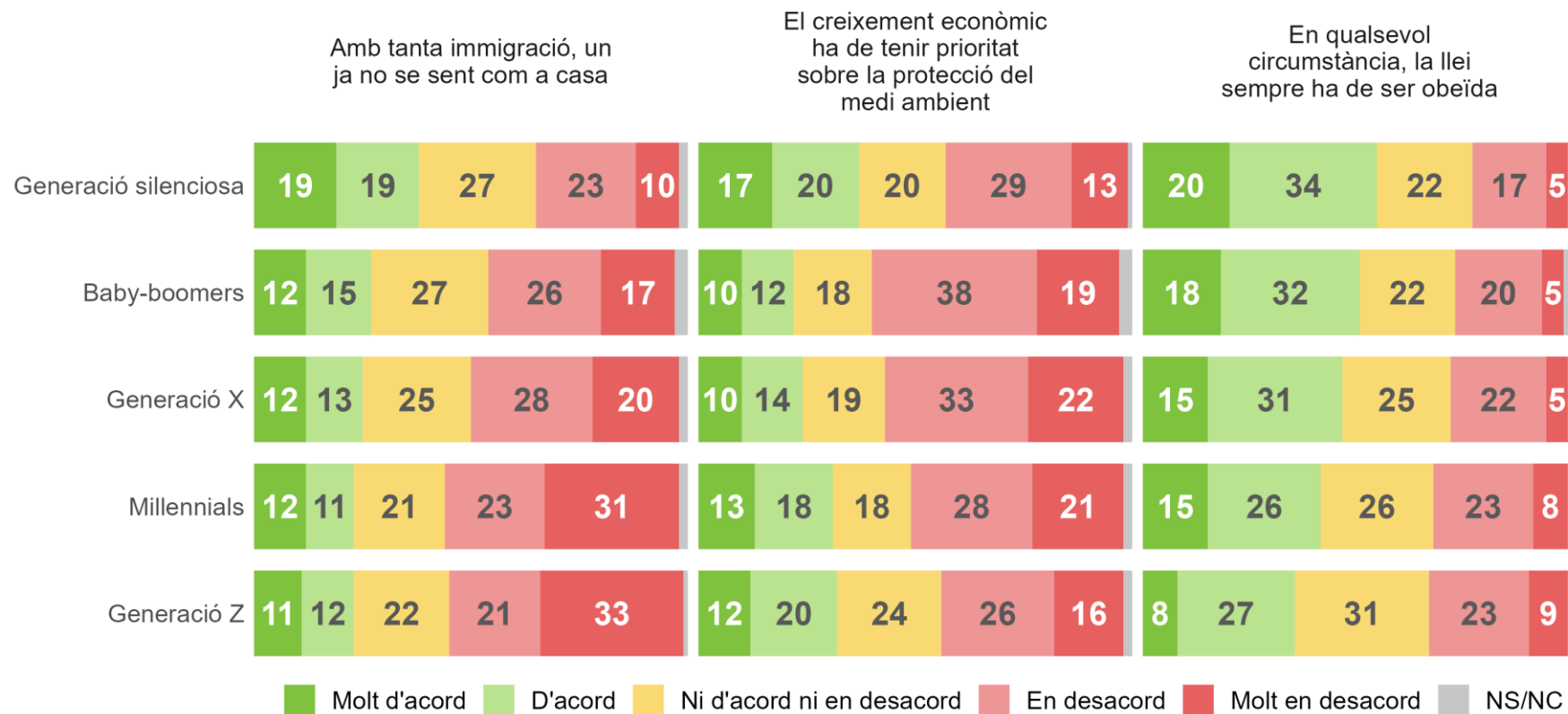
Pel que fa a l'educació, les cohorts més joves estan més en desacord que l'escola ha d'ensenyar als nens/es a obeir l'autoritat.





Actituds sociopolítiques (II), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions

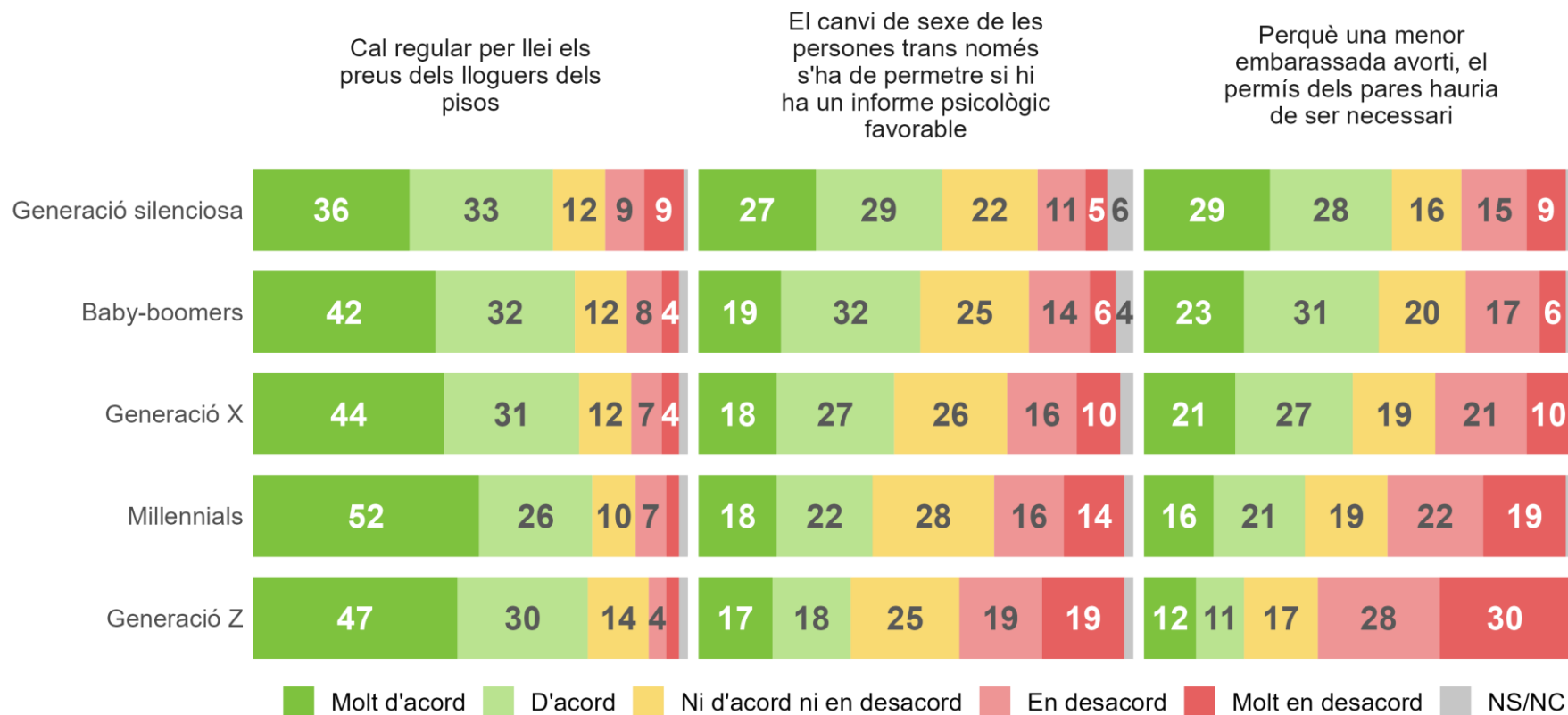
Les generacions més joves tendeixen a tenir actituds més obertes envers la immigració i menys rígides pel que fa a l'obediència estricta de la llei.

En la qüestió del creixement econòmic versus la protecció del medi ambient trobem una certa coincidència entre la generació més gran i les més joves en posicions més favorables al creixement econòmic.



Actituds sociopolítiques (III), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions

Si en la dimensió econòmica hi ha una certa tendència dels joves a ubicar-se més a la dreta, en la dimensió cultural no passa el mateix.

Les generacions més joves són més partidàries de la regulació dels preus dels lloguers, de la llibertat de l'avortament de les menors embarassades, i del dret al canvi de sexe de les persones trans sense que calguin informes psicològics

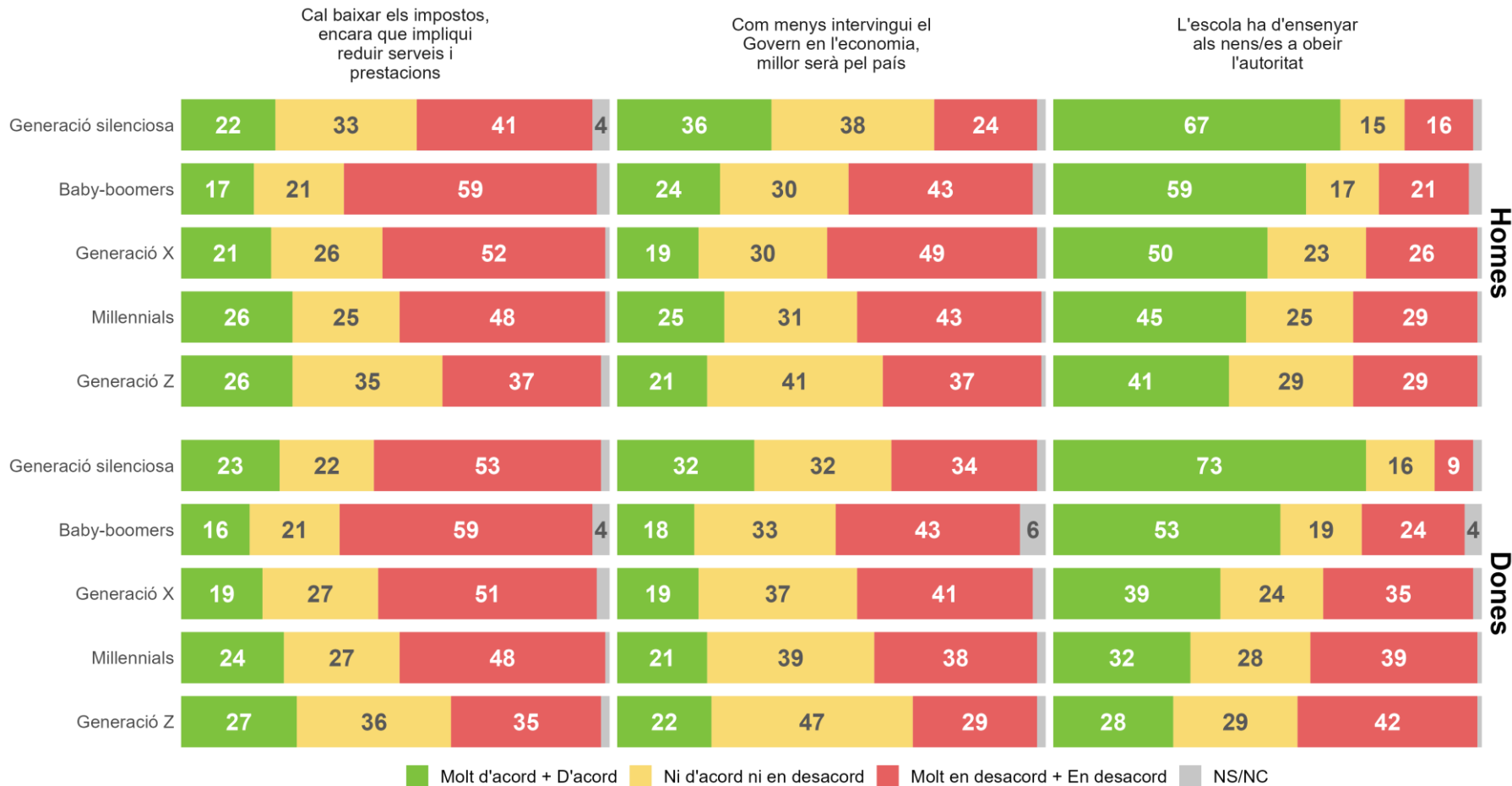


P 39. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb les següents afirmacions?



Actituds sociopolítiques (I), per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Generacions i sexe

Des del punt de vista econòmic, trobem que els homes i les dones de les generacions més joves són més partidaris de reduir la fiscalitat, encara que impliqui reduir els serveis i les prestacions. Els de la generació més gran (la Generació silenciosa) i especialment els homes són més favorables a la no intervenció del Govern en l'economia.

Pel que fa a l'educació, les dones de les cohorts més joves estan més en desacord amb què l'escola ha d'ensenyar als nens/es a obeir l'autoritat.

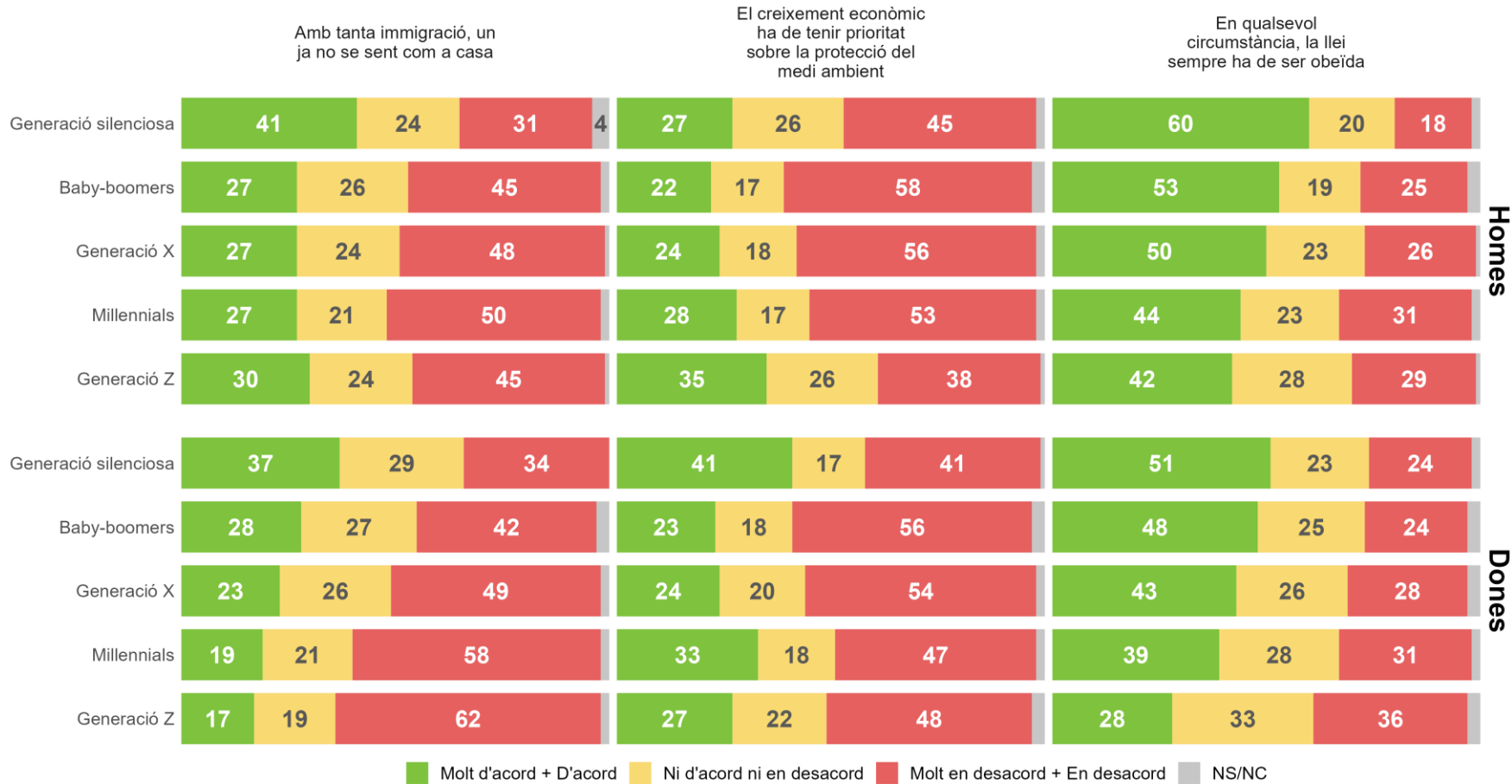


P 39. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb les següents afirmacions?



Actituds sociopolítiques (II), per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Generacions i sexe

Els homes de les generacions més grans i especialment els de la Generació Z veuen la immigració com un problema. Per la seva banda, les dones de la Generació silenciosa són més favorables a tenir en compte la protecció del medi ambient en el creixement econòmic.

Finalment, els homes de les diferents cohorts i especialment els de la Generació Z són, en general, més partidaris d'acatar la llei en qualsevol circumstància que les dones.

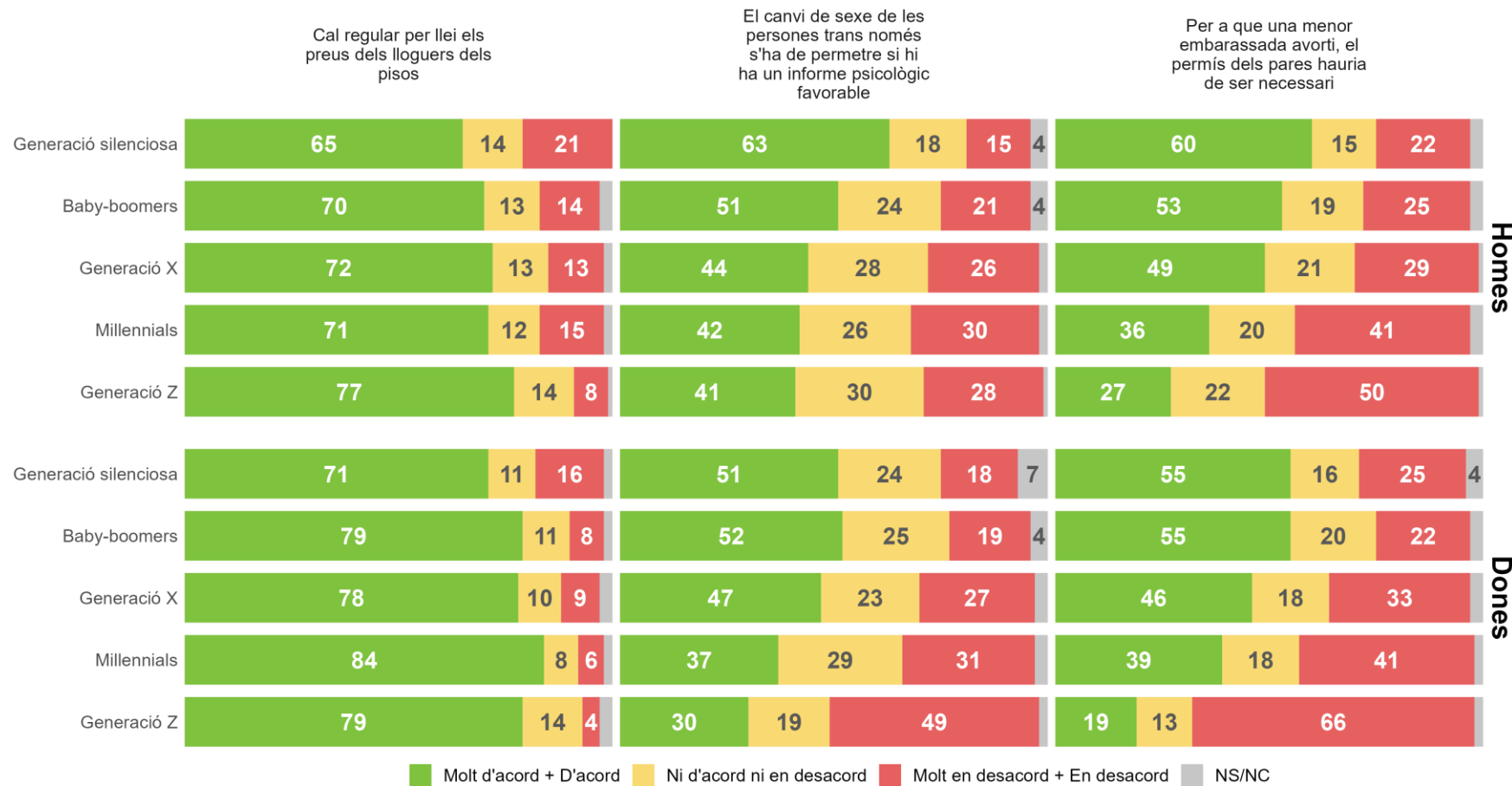


P 39. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb les següents afirmacions?



Actituds sociopolítiques (III), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions i sexe

Les dones són més favorables a la regulació per llei dels preus dels lloguers dels pisos.

Les dones més joves són més partidàries del dret al canvi de sexe de les persones trans sense que calgui informes psicològics i a la llibertat de l'avortament de les menors embarassades.



P 39. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb les següents afirmacions?



Percepció sobre la meritocràcia, per generació

Resultats expressats en percentatges

Generació silenciosa



Baby-boomers



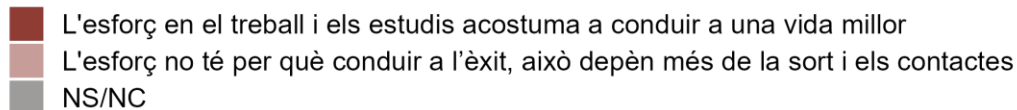
Generació X



Millennials



Generació Z



L'esforç en el treball vida millor

Totes les generacions creuen, majoritàriament, que l'esforç en el treball i els estudis acostuma a conduir a una vida millor. Amb tot, aquesta idea assoleix un nivell d'acceptació més gran en la Generació silenciosa i els Baby-boomers.

En les cohorts més joves, el nivell d'acord tendeix a retrocedir, i creix el suport a la idea que l'esforç no té per què conduir a l'èxit, i que això depèn més de la sort i dels contactes. Més d'un 40% dels Millennials i la Generació Z es mostren escèptics amb la idea que vincula l'esforç amb l'èxit a la vida.



Necessitat del caos, per generació

Resultats expressats en percentatges. Grau d'acord i molt d'acord



Caos i generació

Hem incorporat a l'enquesta tres ítems orientats a mesurar el tret psicològic de la "necessitat de caos", que la recerca ha associat a diversos comportaments com la difusió de rumors i informació hostil a les xarxes.

N'hi ha dos que mostren un clar patró generacional. La necessitat del caos i la fantasia d'un desastre natural que esborri la majoria de la humanitat són més freqüents entre les generacions més joves.

Per contra, el pensament de "cremar totes les institucions polítiques i socials" és més transversal, i és compartit per dos de cada deu enquestats de la Generació silenciosa i els Millennials, però només un 10% dels Baby-boomers.

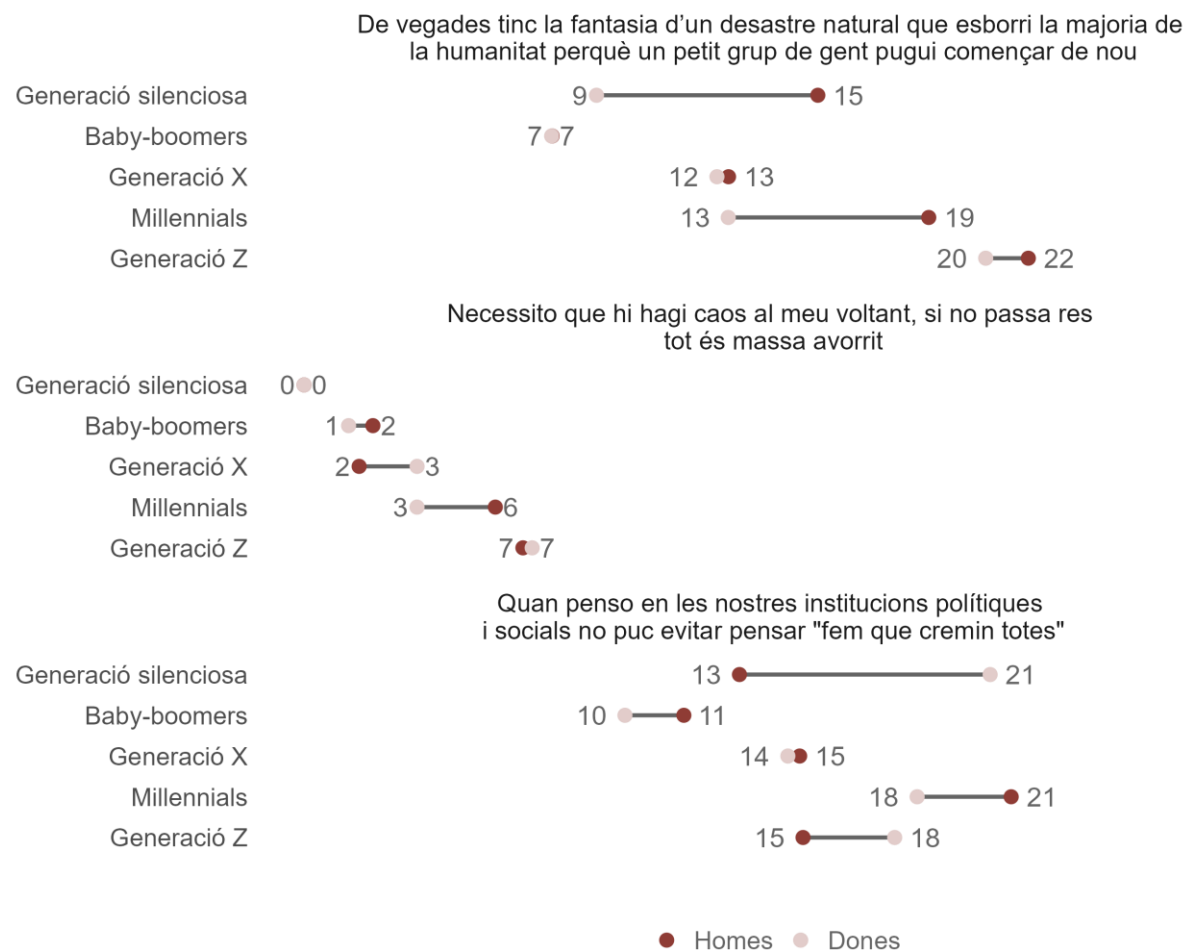


P 61. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb cadascuna de les següents afirmacions: "Quan penso en les nostres institucions polítiques i socials no puc evitar pensar "fem que cremin totes"; "de vegades tinc la fantasia d'un desastre natural que esborri la majoria de la humanitat perquè un petit grup de gent pugui començar de nou"; "necessito que hi hagi caos al meu voltant, si no passa res tot és massa avorrit" Base: han respost l'enquesta en línia



Necessitat del caos, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges. Grau d'acord i molt d'acord



Homes, més necessitat caos

La fantasia d'un desastre natural que esborri la majoria de la humanitat és més accentuada en els homes i molt especialment entre els de la Generació silenciosa i els Millennials.

El pensament de "cremar totes les institucions" és més acusat en les dones de la Generació silenciosa i en els homes Millennials.

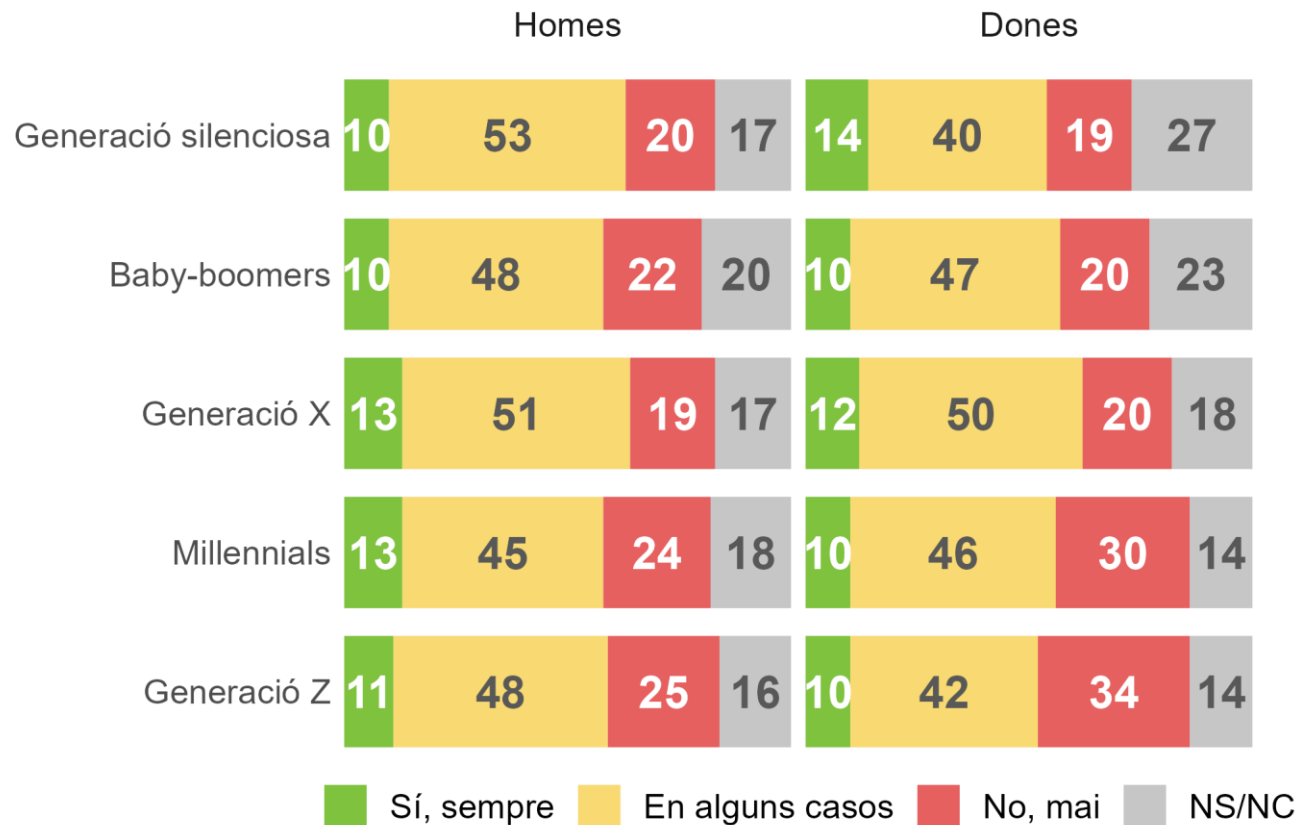


P 61. Fins a quin punt està d'acord o en desacord amb cadascuna de les següents afirmacions: "Quan penso en les nostres institucions polítiques i socials no puc evitar pensar "fem que cremin totes"; "de vegades tinc la fantasia d'un desastre natural que esborri la majoria de la humanitat perquè un petit grup de gent pugui començar de nou"; "necessito que hi hagi caos al meu voltant, si no passa res tot és massa avorrit" Base: han respost l'enquesta en línia



Posicionament davant la gestació subrogada, per generació i sexe

Resultats expressats en percentatges



Dones joves s'hi oposen més

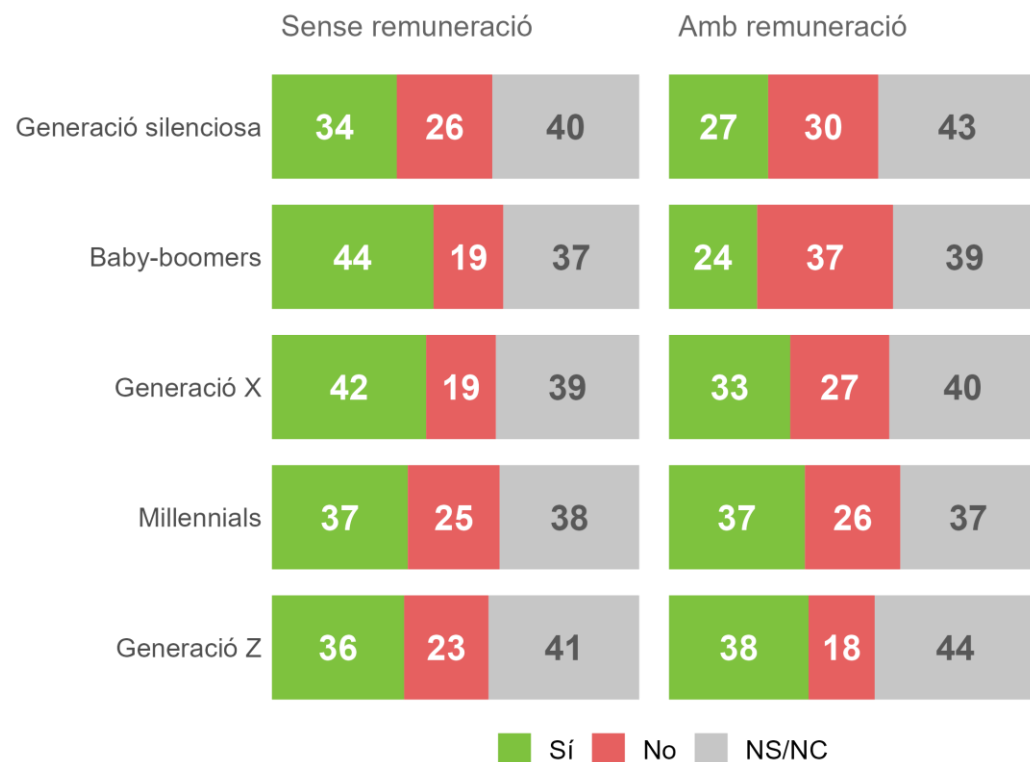
Les dones de les generacions més joves (Millennials i Generació Z) són els grups que estan més en contra de permetre la gestació subrogada. Tot i que l'opció majoritària sempre és la de permetre-la en alguns casos, fins al 34% de les dones joves s'hi oposa, en front d'un 25% dels homes de la seva generació.

Per contra, en les generacions X, Baby-boomer i silenciosa és on trobem els nivells més baixos d'oposició, i les diferències entre homes i dones són pràcticament inexistent.



Posicionament davant la gestació subrogada amb o sense remuneració, per generació

Resultats expressats en percentatges



Silenciosa o Baby-boomers, sense remuneració

Entre els que creuen que la gestació subrogada s'hauria de permetre en alguns casos, és més popular la idea de permetre-la quan no és una activitat remunerada. Això és especialment més evident en el cas de les generacions més grans.

Per contra, en la Generació Z i els Millennials, no hi ha diferències i, si de cas, la gestació subrogada remunerada és lleugerament més popular.

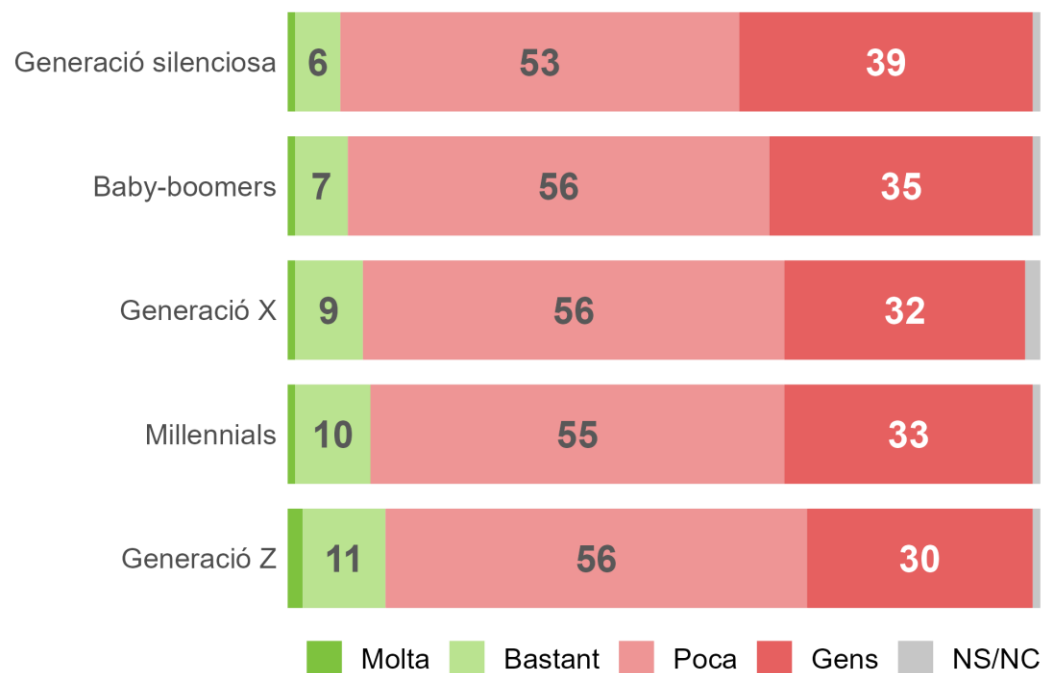


P 41. Creu que s'hauria de permetre la gestació subrogada (ventres de lloguer) quan sigui altruista, sense remuneració per la dona que gesta la criatura? P 42. I quan la dona que gesta la criatura rep una remuneració econòmica? Creu que s'hauria de permetre la gestació subrogada? Base: han respost els que han indicat en línia que s'ha de permetre la gestació subrogada en alguns casos i tots els enquestats que han contestat en paper



Percepció del grau d'influència de la població en el Govern, per generació

Resultats expressats en percentatges



Poca o gens influència

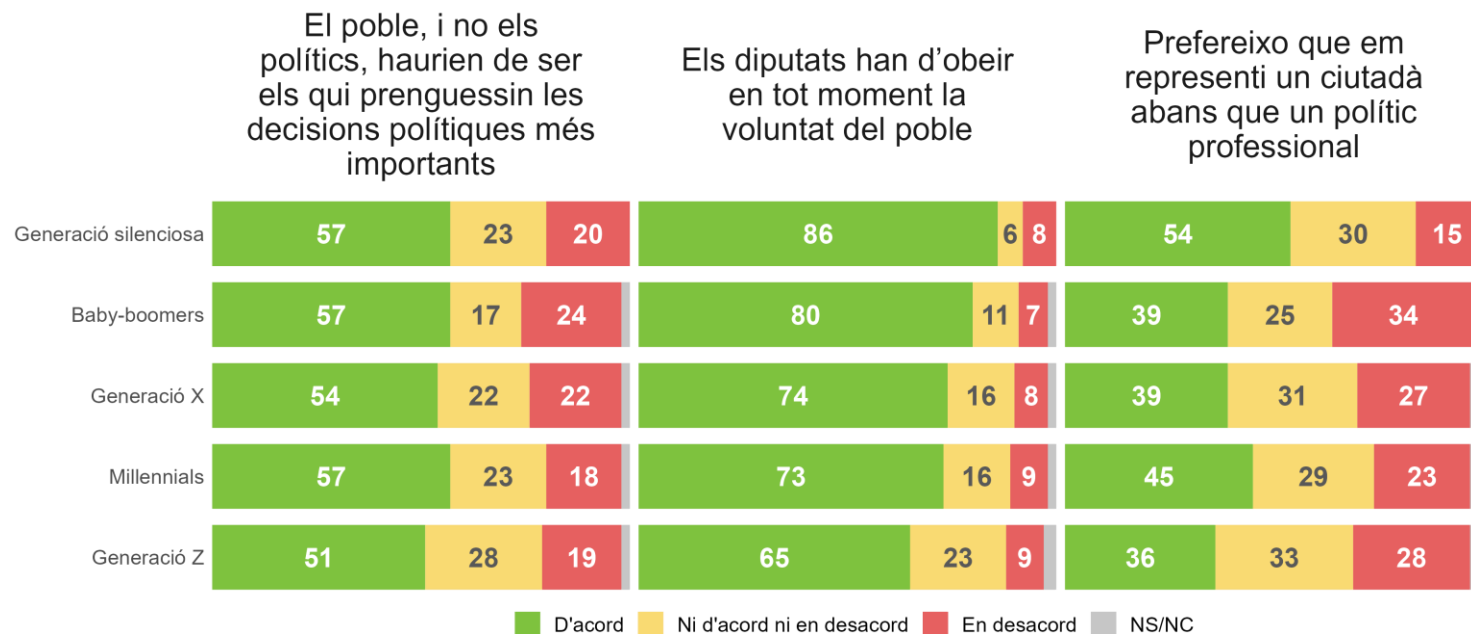
La percepció d'eficàcia política externa (influència de la gent com vostè en el Govern) és molt baixa en totes les generacions.

En tots els casos el percentatge d'enquestats que creu que la gent com ells té poca o gens influència en el Govern s'acosta o supera el 90%.



Actituds populistes (I), per generació

Resultats expressats en percentatges



Acord majoritari

L'enquesta inclou també indicadors emprats internacionalment per mesurar les actituds populistes. En tots els casos, trobem un acord majoritari que és el poble i no els polítics qui hauria de prendre les decisions més importants, que els diputats han d'oobeir sempre la voluntat del poble i la preferència per ser representats per ciutadans i no per polítics professionals.

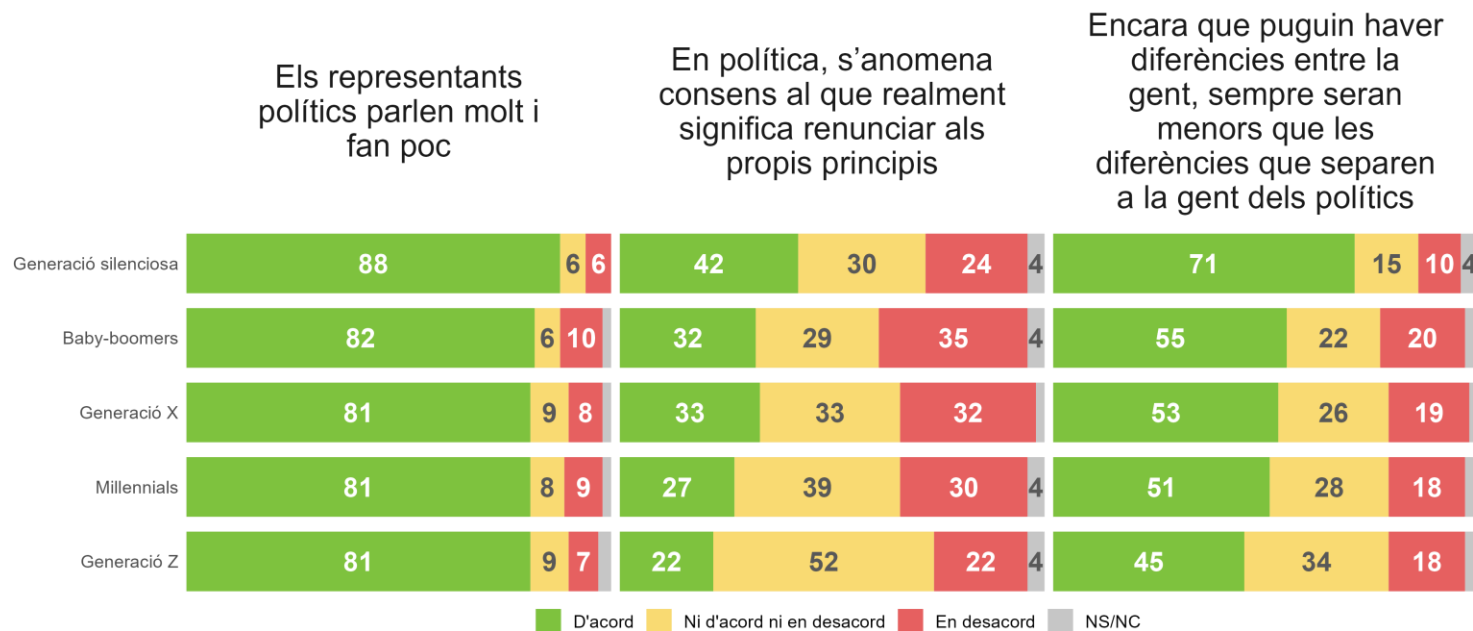
Les diferències entre les cohorts són modestes, tot i que en les més joves hi ha més posicions ambivalents, sobretot en la idea que els diputats han d'oobeir sempre la voluntat del poble.





Actituds populistes (II), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generació silenciosa

L'acord amb les altres actituds populistes és també majoritari i força transversal entre les generacions. Més del 80% pensa que els representants polítics parlen molt i fan poc, i que encara que puguin haver diferències entre la gent, sempre seran menors que les diferències que separen a la gent dels polítics. Aquest ítem és especialment compartit per la Generació silenciosa.

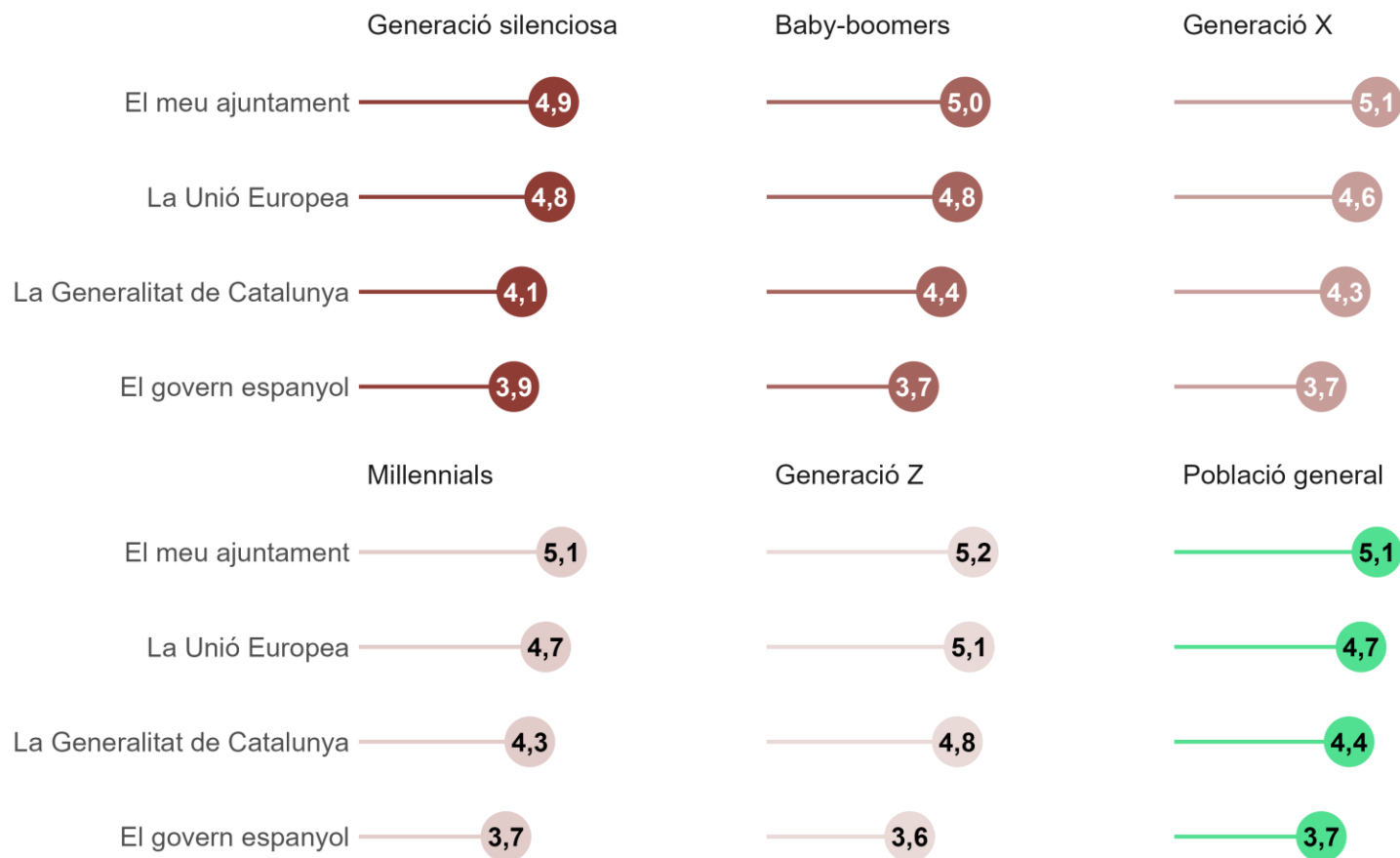
Per contra, la idea que el consens en realitat implica la renúncia als principis genera més divisió, i posicions ambivalents, sobretot, en les generacions més joves.





Confiança en les institucions, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Sense diferències

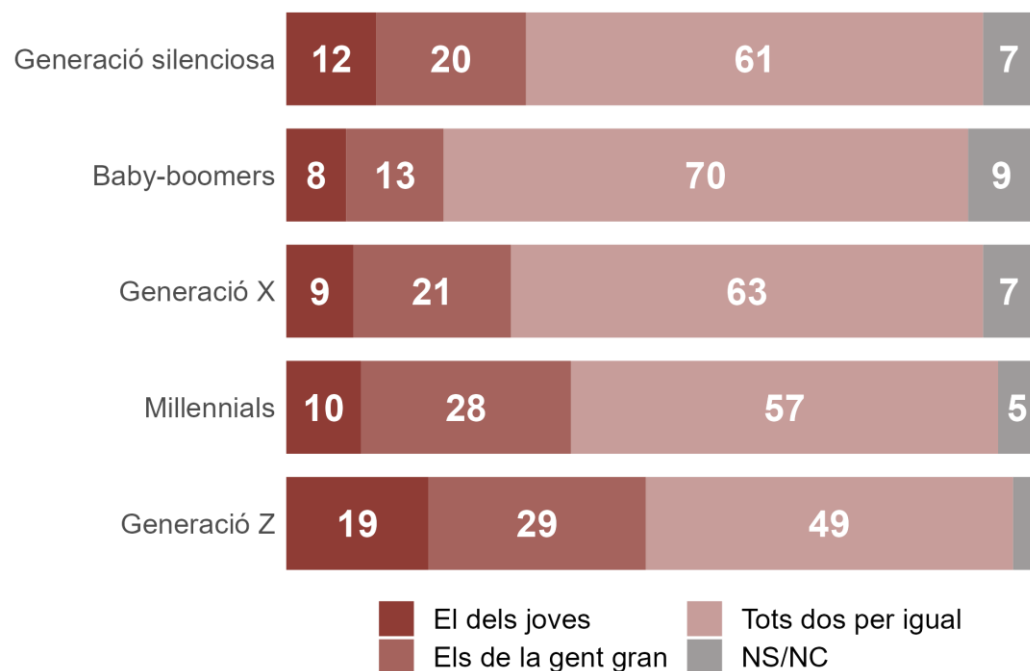
Els ajuntaments són les institucions que susciten uns nivells més elevats de confiança, amb mitjanes que es situen al voltant del 5 en una escala del 0 al 10. En segon terme, hi ha la Unió Europea, amb uns nivells de confiança que oscil·len entre el 4,6 i el 5,1. Després hi ha la Generalitat, entre el 4,1 i el 4,8 i, en darrer terme, el Govern espanyol que està per sota del 4 en totes les cohorts.

No s'observen diferències molt grans en els nivells de confiança institucional de les diverses generacions.



Representació d'interessos de joves i gent gran, per generació

Resultats expressats en percentatges



Ambdós per igual

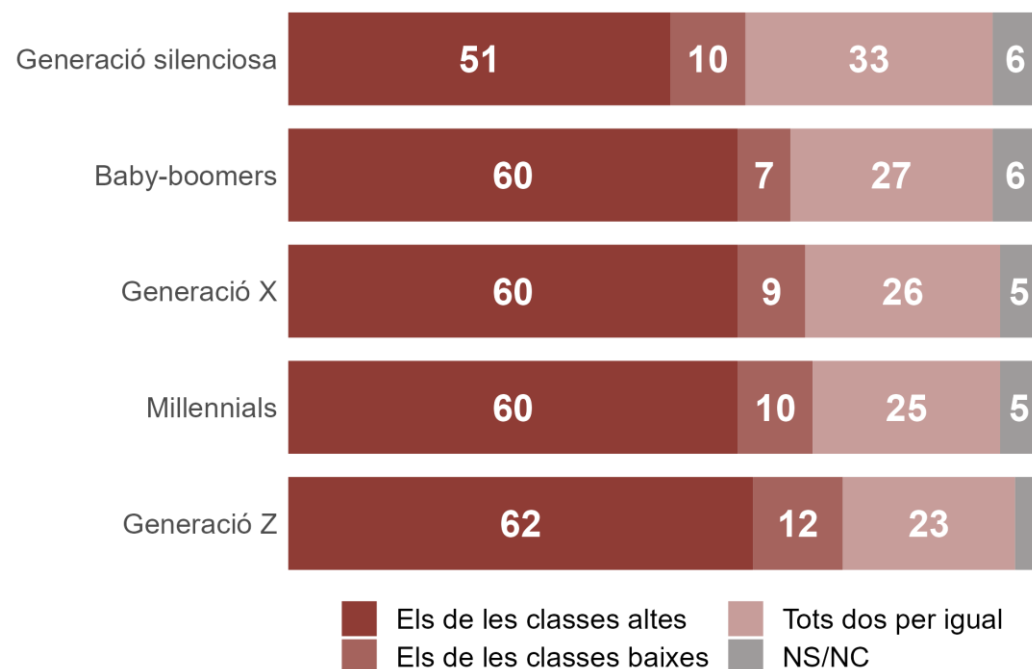
Amb algunes diferències percentuals, totes les generacions creuen que els governs i les lleis defensen per igual els interessos i les necessitats dels joves i la gent gran.

No obstant això, gairebé un terç dels Millennials i els de la Generació Z pensen que es prioritza els interessos i necessitats de la gent gran.



Representació d'interessos de classes altes i baixes, per generació

Resultats expressats en percentatges



Classes altes

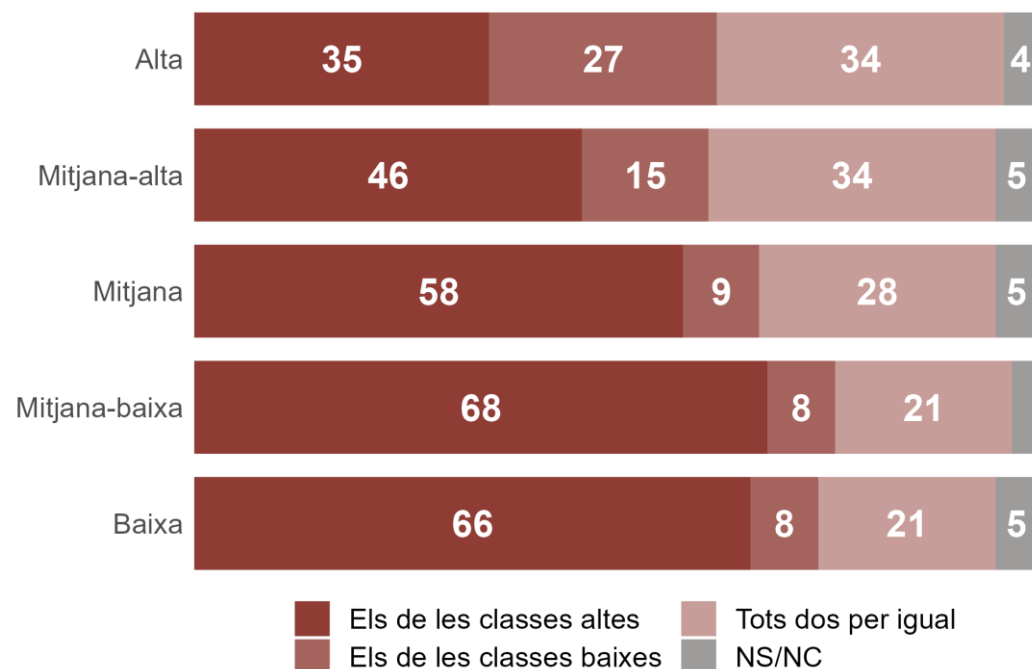
Més de la meitat de les persones enquestades creu que els governs i les lleis defensen els interessos i les necessitats de les classes socials altes. Amb tot, aquesta percepció és més àmplia en les generacions més joves.

Per contra, la idea que els governs i les lleis defensen les classes altes i baixes per igual tendeix a disminuir en les cohorts més joves: passa del 33% en la Generació silenciosa al 23% de la Generació Z.



Representació d'interessos de classes altes i baixes, per classe social subjectiva

Resultats expressats en percentatges



Biaix de classe en la representació

La percepció majoritària és que els governs i les lleis defensen més els interessos de les classes altes. Només entre les persones que s'autodefineixen com a pertanyents a la classe alta predomina més la idea que els interessos de totes les classes estan igualment representats.

La idea que els governs i les lleis defensen millor els interessos de les classes altes augmenta a mesura que la classe social subjectiva de pertinença de la persona enquestada s'aproxima a la classe baixa.

Per contra, la percepció que es defensa millor els interessos de les classes socials baixes o ambdós per igual augmenta a mesura que la persona enquestada pertany a una classe social més acomodada.



Personalitat dels catalans, per generació

Resultats expressats en mitjanes

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Afabilitat	4,5	4,2	4,2	4,6	4,8	4,4
Estabilitat emocional	5,1	4,6	4,5	4,6	4,9	4,6
Extraversió	5,7	5,7	5,6	5,4	5,0	5,5
Obertura	5,3	6,2	6,3	6,4	6,4	6,3
Responsabilitat	6,7	6,8	7,0	6,7	5,6	6,6

Els joves més afabilitat i obertura a l'experiència

Tot i que no observem diferències molt grans en els trets de la personalitat entre les cohorts, sí que hi ha un cert patró. Les generacions més joves tenen puntuacions més altes en l'afabilitat i l'obertura a l'experiència, mentre que puntuen més baix en l'extraversió i la responsabilitat.



4 Participació i socialització política



En aquest quart apartat, preguntem per la utilitat de la protesta social; la participació dels pares en qüestions polítiques; la pertinença a associacions o grups; la participació en activitats de protesta en el darrer any; l'ús habitual i la freqüència de les accions de protesta en la vida quotidiana; el grau d'implicació i l'interès en les mobilitzacions dels darrers anys i, finalment, la satisfacció amb el funcionament de la nostra democràcia.



Utilitat de la protesta social, per generació

Resultats expressats en percentatges

Generació silenciosa



Baby-boomers



Generació X



Millennials



Generació Z



- La protesta social és eficaç perquè els representants polítics rectifiquin o canviïn
- La protesta social és inútil i no serveix perquè els representants polítics rectifiquin o canviïn
- NS/NC

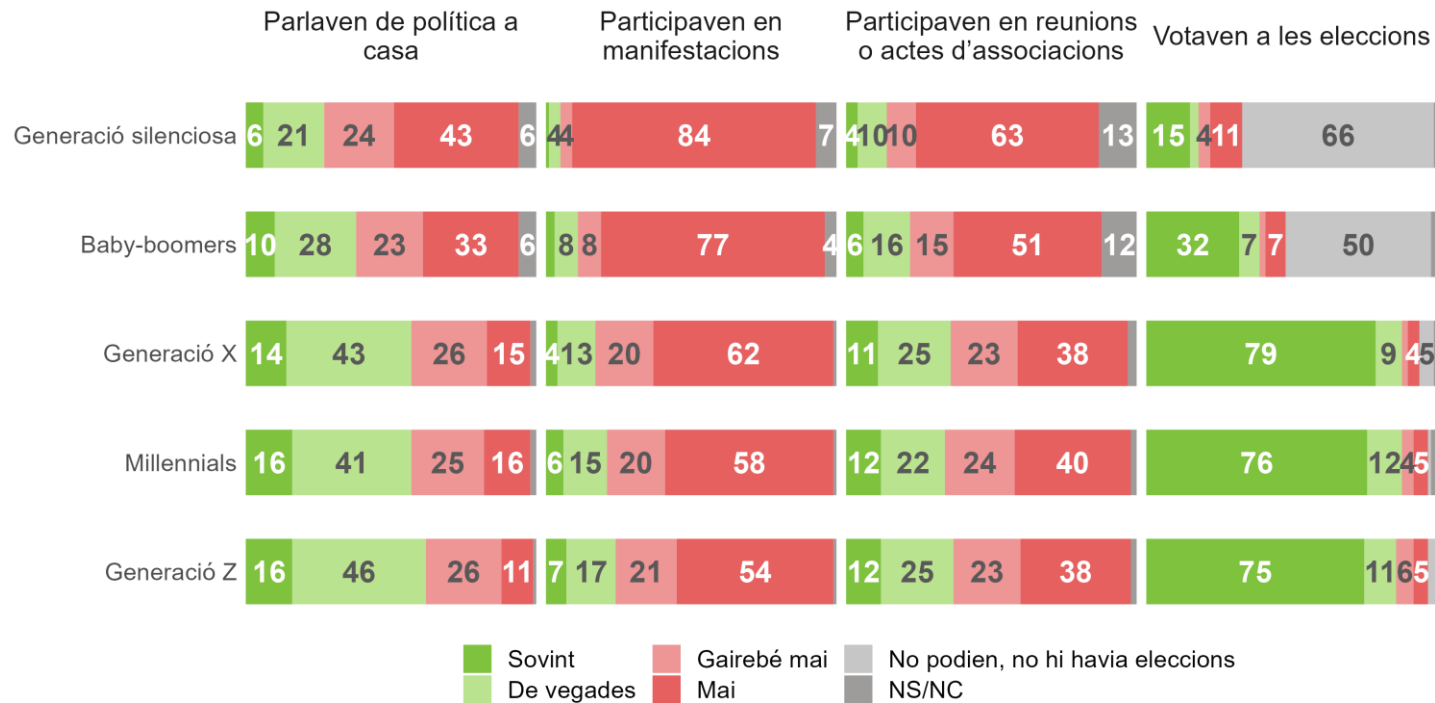
Eficàcia de la protesta

A la societat catalana predomina la idea que la protesta és un instrument eficaç per fer que els representants polítics rectifiquin o canviïn de postura. En general, aquesta opinió és compartida per més d'un 70% de les persones de totes les generacions amb l'excepció de la generació més gran, la silenciosa. En aquest grup només un 57% hi està d'acord, i un 36% creu que la protesta és inútil.



Participació política dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



Silenciosa i Baby-boomers

Per tal de conèixer l'entorn de socialització política dels catalans i les catalanes, hem demanat fins a quin punt els seus pares participaven en política.

Els pares de les cohorts més grans eren els menys participatius: parlaven menys de política a casa, participaven menys en manifestacions o actes d'entitats, i no votaven a les eleccions perquè no n'hi havia.



Pertinença a associacions o grups, per generació

Resultats expressats en percentatges. Sí, actualment hi pertanyo.



Baby-boomers i Generació X

Els Baby-boomers i la Generació X són les cohorts més participatives: al voltant del 50% pertany a alguna associació.

Per contra, entre els Millennials i la Generació Z les taxes d'associacionisme són uns 10 punts més baixes. El grup menys participatiu, de tota manera, és el de la generació més gran: un terç de la Generació silenciosa pertany a alguna entitat i els dos terços restants, no.



Pertinença a associacions o grups, per generació

Resultats expressats en percentatges. Sí, actualment hi pertanyo.

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Educació en el lleure	4	3	3	3	10	4
Un partit polític, sindicat o organització estudiantil	3	8	10	8	3	7
Religiosa o parroquial	5	5	6	5	4	5
Club esportiu	10	18	24	19	26	21
Grup ecologista, defensa del territori o de protecció dels animals	3	4	5	7	4	5
ONG o ajuda desfavorits	19	22	17	11	5	15
Cultural o d'oci	14	23	16	12	12	16

Poca pertinença

Els clubs esportius són la principal forma d'associacionisme en el conjunt de la població, i especialment en les generacions més joves. Només entre els Baby-boomers predominen les entitats culturals i entre la Generació silenciosa, les ONGs.

Les organitzacions sindicals o polítiques tenen percentatges d'afiliació molt més baixos, especialment entre els més joves i els més grans.



Participació política en el darrer any, per generació

Resultats expressats en percentatges. Ha realitzat alguna d'aquestes activitats

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Firmar per alguna causa, problema o petició	20	39	41	40	31	37
Anar a un acte amb connotacions o continguts polítics o reivindicatius	11	22	21	19	23	20
Participar en una manifestació o concentració	6	22	19	19	24	20
Contactar amb polítics per expressar-los les seves opinions	9	12	11	10	4	10
Participar en activitats il·legals de protesta	1	1	1	1	2	1
Portar xapes, insígnies, samarretes o adhesius amb un missatge reivindicatiu o polític	8	14	13	13	17	14

Baby-boomers i Generació Z

Quan es demana si en el darrer any la persona enquestada ha realitzat alguna activitat de participació política, la més esmentada és la signatura per alguna causa, problema o petició. Els Baby-boomers, els de la Generació X i els Millennials són els que més han utilitzat aquesta via de participació.

En general, els Baby-boomers i la Generació Z presenten un nivell de participació en activitats de protesta més elevat, especialment en manifestacions i concentracions.



Ús habitual de les accions del consum polític, per generació

Resultats expressats en percentatges. Accions realitzades habitualment

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Comprar productes per raons socials, polítiques, mediambientals o ètiques	8	16	18	20	13	17
Fer boicot o deixar de comprar algun producte o marca comercial per raons socials, polítiques, mediambientals o ètiques	12	14	14	15	12	13
Decidir què menjar o què no menjar per raons socials, polítiques, mediambientals o ètiques	8	10	13	17	11	13

Consum polític

Els Millennials són el grup que utilitza més el consum com a eina de participació política. Així, són la generació que més compra o deixa de comprar productes per raons sociopolítiques, mediambientals o ètiques.

El grup que menys recorre al consum com a instrument polític és la Generació silenciosa.



Interès per les mobilitzacions dels últims anys, per generació

Resultats expressats en percentatges. M'ha interessat molt o bastant

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
El procés independentista	45	51	47	37	35	44
Mobilitzacions feministes	24	50	46	43	46	45
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	45	64	55	49	48	54
Mobilitzacions pels drets laborals	43	61	64	62	54	60
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	39	52	54	55	49	52

Baby-boomers

Els Baby-boomers mostren molt o bastant interès en la major part de les mobilitzacions dels últims anys.

Per la seva banda, els Millennials i la Generació Z presenten un menor interès pel procés independentista i la Generació silenciosa, per les mobilitzacions feministes i pel dret a l'habitatge.

Amb tot, les mobilitzacions pels drets laborals generen un major interès en totes les cohorts.



Interès per les mobilitzacions dels últims anys, per generació

Resultats expressats en percentatges. M'ha interessat molt o bastant

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Homes						
El procés independentista	50	51	49	43	36	46
Mobilitzacions feministes	26	46	42	38	29	39
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	51	59	55	49	43	53
Mobilitzacions pels drets laborals	51	61	65	64	50	61
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	41	50	55	55	48	52
Dones						
El procés independentista	43	52	45	31	35	42
Mobilitzacions feministes	24	53	50	49	65	51
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	42	68	54	49	53	55
Mobilitzacions pels drets laborals	39	61	63	59	59	59
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	37	55	54	56	51	53

Mobilització feminista

En la generació més jove, els homes tenen menys interès que les dones en totes les mobilitzacions tret de la sobiranista, mentre que en la generació més gran les diferències són les contràries: les dones tenen menys interès que els homes.

Les dones mostren molt més interès que els homes en les mobilitzacions feministes (+12 punts). Aquesta diferència és especialment acusada en la Generació Z (+36 punts), ja que les noies d'aquest grup expressen l'interès màxim mentre que els nois un dels més baixos (només per sobre del dels homes de la generació silenciosa).



P 31. En els últims anys, hi ha hagut mobilitzacions per diversos temes o causes. Respecte a cadascuna d'aquestes, ens podria dir si s'hi ha interessat?



Implicació en les mobilitzacions (I) dels darrers anys, per generació

Resultats expressats en percentatges. Ha participat i/o s'ha implicat d'alguna manera en les mobilitzacions

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
El procés independentista	25	47	40	32	32	38
Mobilitzacions feministes	5	25	23	27	35	25
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	11	26	19	19	22	21
Mobilitzacions pels drets laborals	9	34	31	29	18	28
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	10	23	18	19	13	18

Procés independentista

Els Baby-boomers són la cohort més participativa en contrast amb la Generació silenciosa.

La mobilització que ha generat una major participació i implicació és la relacionada amb el procés independentista.



Implicació en les mobilitzacions (I) dels darrers anys, per generació

Resultats expressats en percentatges. Ha participat i/o s'ha implicat d'alguna manera en les mobilitzacions

	Generació silenciosa	Baby-boomers	Generació X	Millennials	Generació Z	Població general
Homes						
El procés independentista	37	45	42	35	33	39
Mobilitzacions feministes	7	18	20	17	21	18
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	14	25	20	15	17	20
Mobilitzacions pels drets laborals	13	36	34	30	15	30
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	14	19	18	20	11	18
Dones						
El procés independentista	20	48	38	29	31	36
Mobilitzacions feministes	4	32	27	36	50	32
Mobilitzacions contra la crisi climàtica	9	28	18	22	27	22
Mobilitzacions pels drets laborals	8	31	28	28	22	26
Mobilitzacions pel dret a l'habitatge	8	26	17	17	15	18

Silenciosa i Generació Z

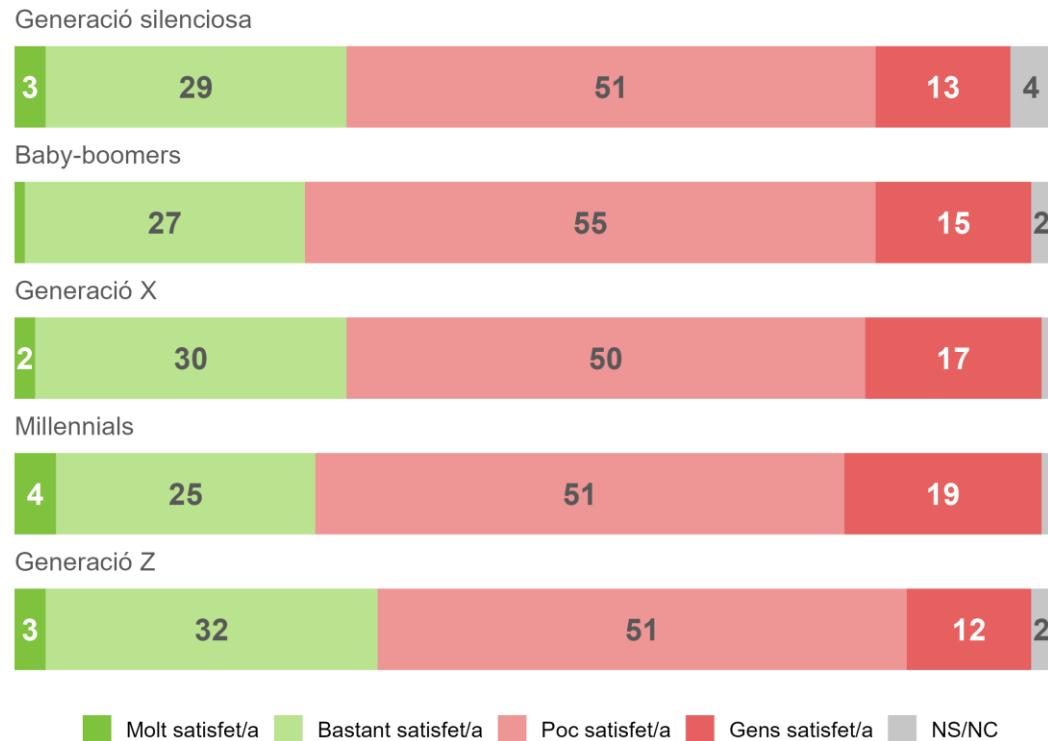
De nou, observem com hi ha diferències importants entre els homes i les dones en la participació en mobilitzacions en les generacions més grans (a favor dels homes) i més joves (a favor de les dones).

En les generacions intermèdies (la del Baby-boom, X i Millennial) les diferències són més modestes, tret de les mobilitzacions feministes en les quals la participació de les dones és molt superior a la dels homes.



Satisfacció amb el funcionament de la democràcia, per generació

Resultats expressats en percentatges



Insatisfacció amb la democràcia

En general, totes les generacions estan poc o gens satisfetes amb el funcionament de la nostra democràcia. No hi ha diferències molt importants entre les diferents cohorts.

El percentatge de gent que es declara molt o bastant satisfeta oscil·la entre el 28% dels Baby-boomers i el 35% de la Generació Z.



5 Situació socioeconòmica

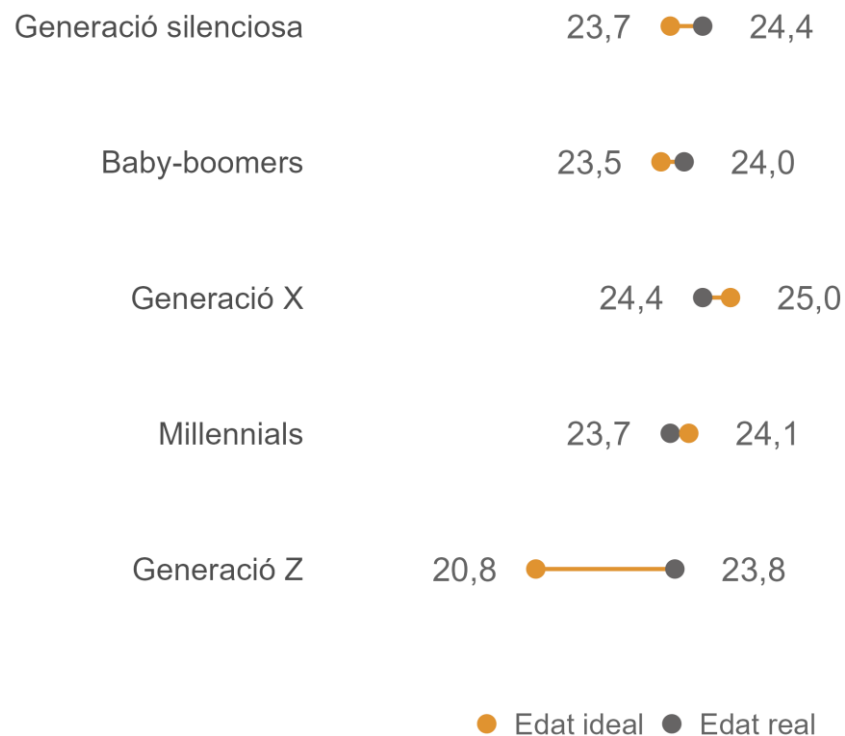


En aquest darrer apartat, analitzem l'edat d'emancipació real i ideal de la persona enquestada, la valoració de la seva situació actual respecte la dels pares, la comparativa de la seva situació amb la dels pares, les perspectives de futur en relació amb els pares, la formació acadèmica de la persona enquestada i la dels seus pares i, finalment, la ubicació en la classe social.



Edat real i ideal d'emancipació de casa dels pares, per generació

Resultats expressats en mitjanes



Edat ideal Generació Z, 21 anys

Quan es demana a quina edat van marxar de casa dels seus pares i a quina edat creuen que és més convenient emancipar-se es detecta una similitud en les opcions de resposta de totes les cohorts, tret de la més jove. Així, la Generació Z afirma que va marxar amb gairebé 24 anys i que l'edat ideal seria de gairebé 21 anys. En la resta de cohorts, l'edat ideal se situa en els 24 anys.

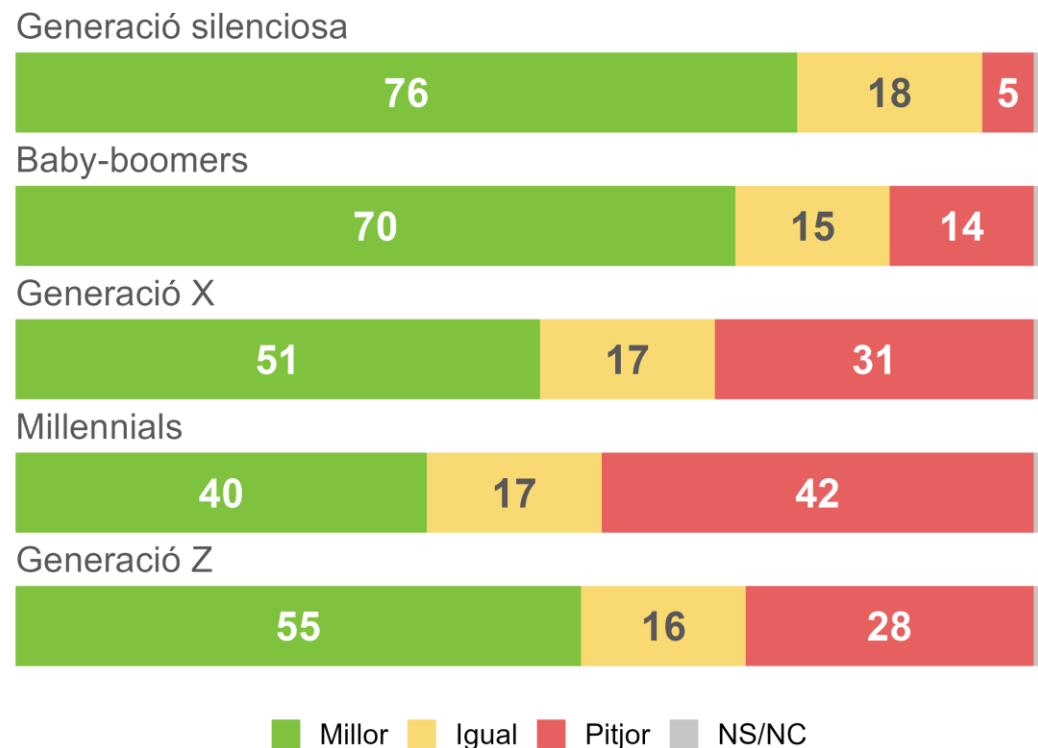


P 68. Quina edat tenia vostè quan va marxar a viure fora de casa dels seus pares per darrera vegada? Base: s'han emancipat de casa dels pares P 69. En general, a quina edat creu és més convenient marxar de casa dels pares per viure pel seu compte?



Valoració de la seva situació actual respecte la dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



Millennials, pitjor que els seus pares

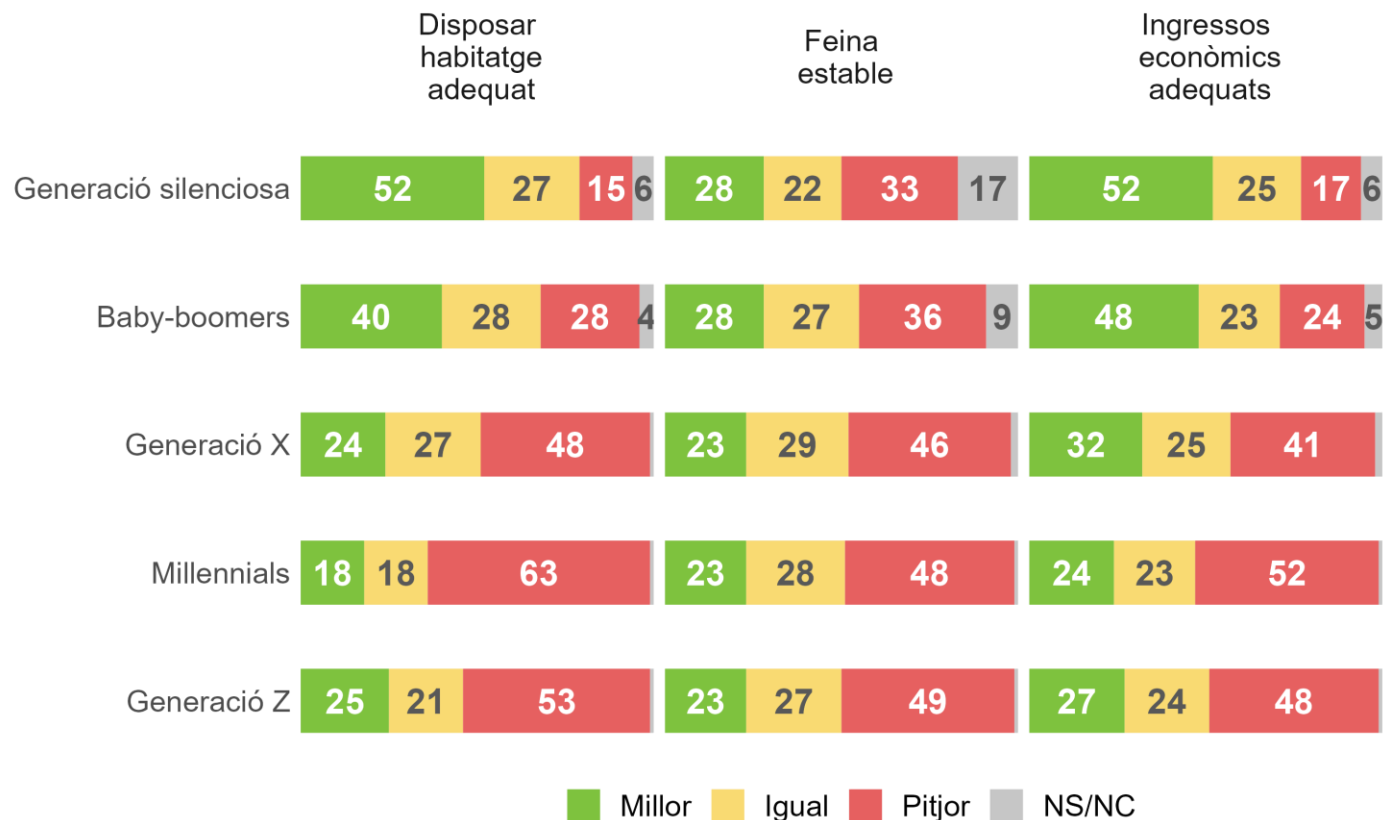
Les generacions de més edat creuen que en relació amb els seus pares la seva situació és millor. Aquesta visió és, també, majoritària en la Generació X i Z.

Tanmateix, entre els Millennials s'imposa la visió contrària: un 42% creu que viu pitjor que els seus pares a la seva edat, un 17% creu que la seva situació és equiparable i un 40% que és millor a la dels seus pares.



Comparativa de la seva situació amb la dels pares (I), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generacions joves, pitjor

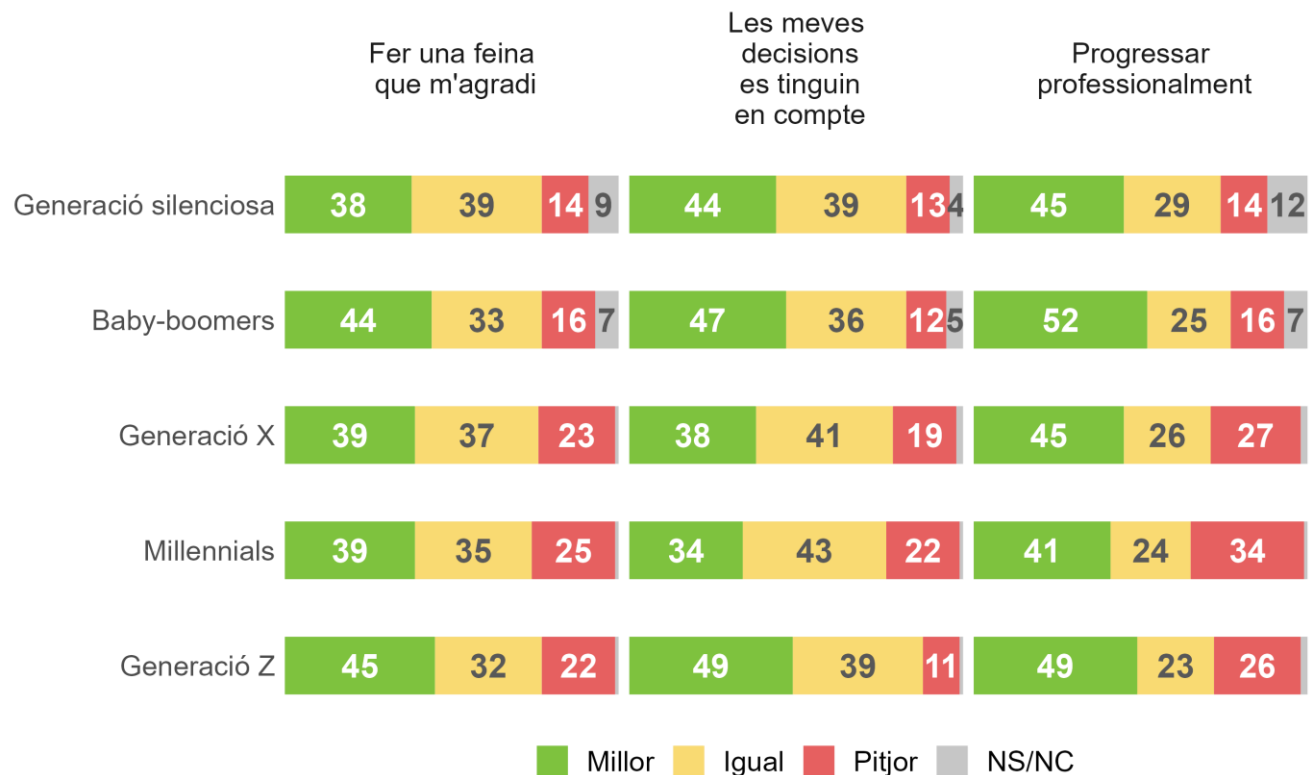
En qüestions materials, s'imposa un cert pessimisme generacional en les franges més joves.

La Generació X, els Millennials i la Generació Z pensen que estan pitjor que els seus pares pel que fa a l'habitatge, la feina estable i els ingressos econòmics adequats.



Comparativa de la seva situació amb la dels pares (II), per generació

Resultats expressats en percentatges



Baby-boomers i Generació Z

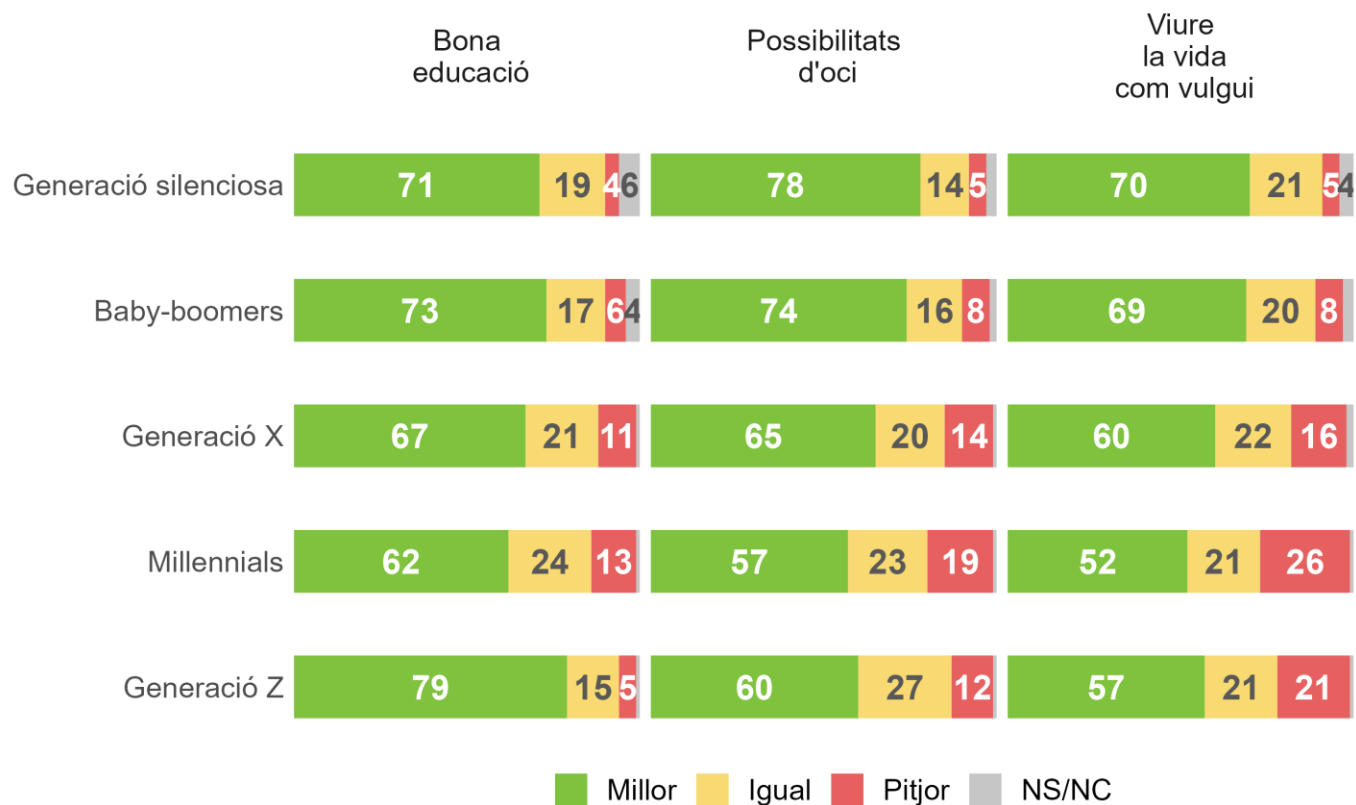
La percepció positiva de la pròpia situació respecte la dels pares és més transversal en qüestions no estrictament materials.

Els Baby-boomers i la Generació Z pensen que les possibilitats de fer una feina que els agradi, que les seves decisions es tinguin en compte i de progressar professionalment són millors que les que tenien o van tenir els seus pares a la seva edat



Comparativa de la seva situació amb la dels pares (III), per generació

Resultats expressats en percentatges



Generació Z

La percepció de la millora intergeneracional en l'accés a l'educació de qualitat, l'oci i la llibertat de viure la vida com vols són molt majoritàries en totes les cohorts.

A mesura que la generació és més jove augmenta una mica la percepció que, respecte als seus pares, les possibilitats d'oci i de viure la vida com volen són pitjors, especialment en el cas dels Millennials.



Perspectives de futur respecte als pares, per generació

Resultats expressats en percentatges

Generació silenciosa



Baby-boomers



Generació X



Millennials



Generació Z



■ Millor ■ Igual ■ Pitjor ■ NS/NC

Millennials i Generació X, pitjor

Quan demanem per les perspectives de benestar futur en relació amb els seus pares, s'imposa un cert pessimisme, sobretot entre la Generació X i molt especialment entre els Millennials.

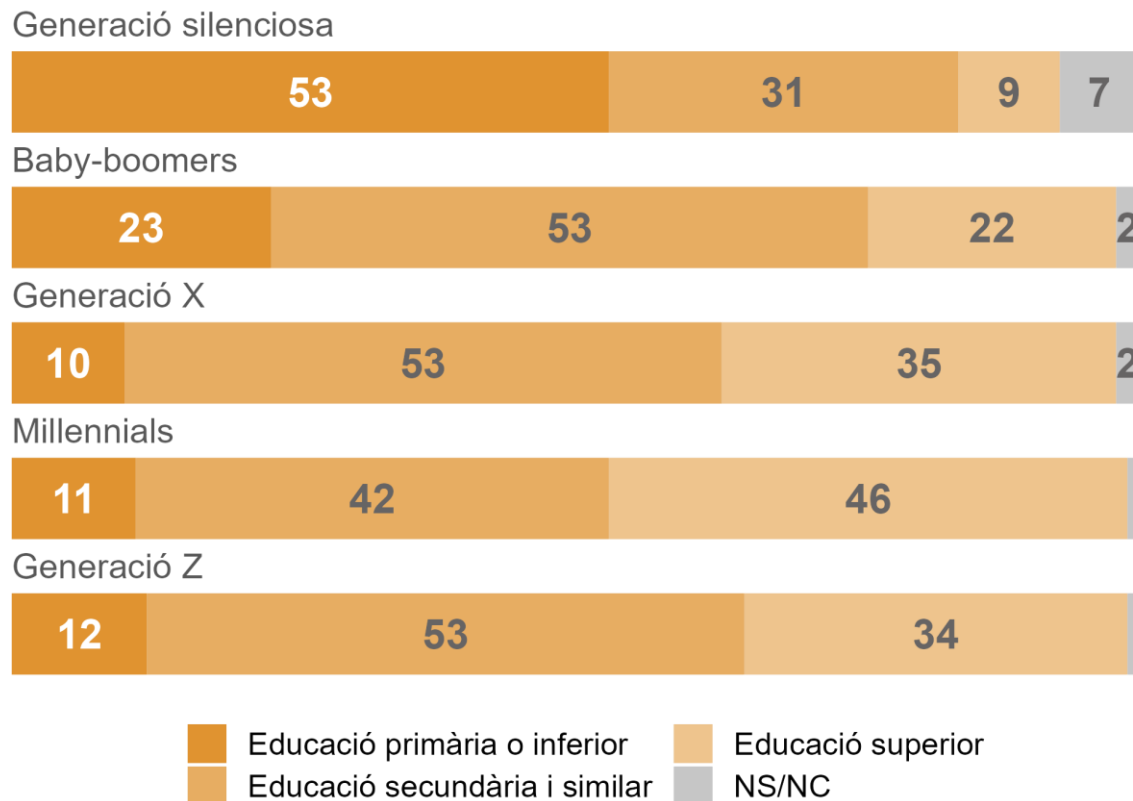
Un 45% d'aquesta generació creu que acabaran vivint pitjor que els seus pares. Aquesta percepció és compartida per un 39% de la Generació X i un 30% de la Generació Z.

En canvi, els Baby-boomers i la Generació silenciosa tenen la percepció que acabaran vivint millor que els seus pares.



Formació acadèmica finalitzada per aquelles persones que no estudien, per generació

Resultats expressats en percentatges



Més formació, joves

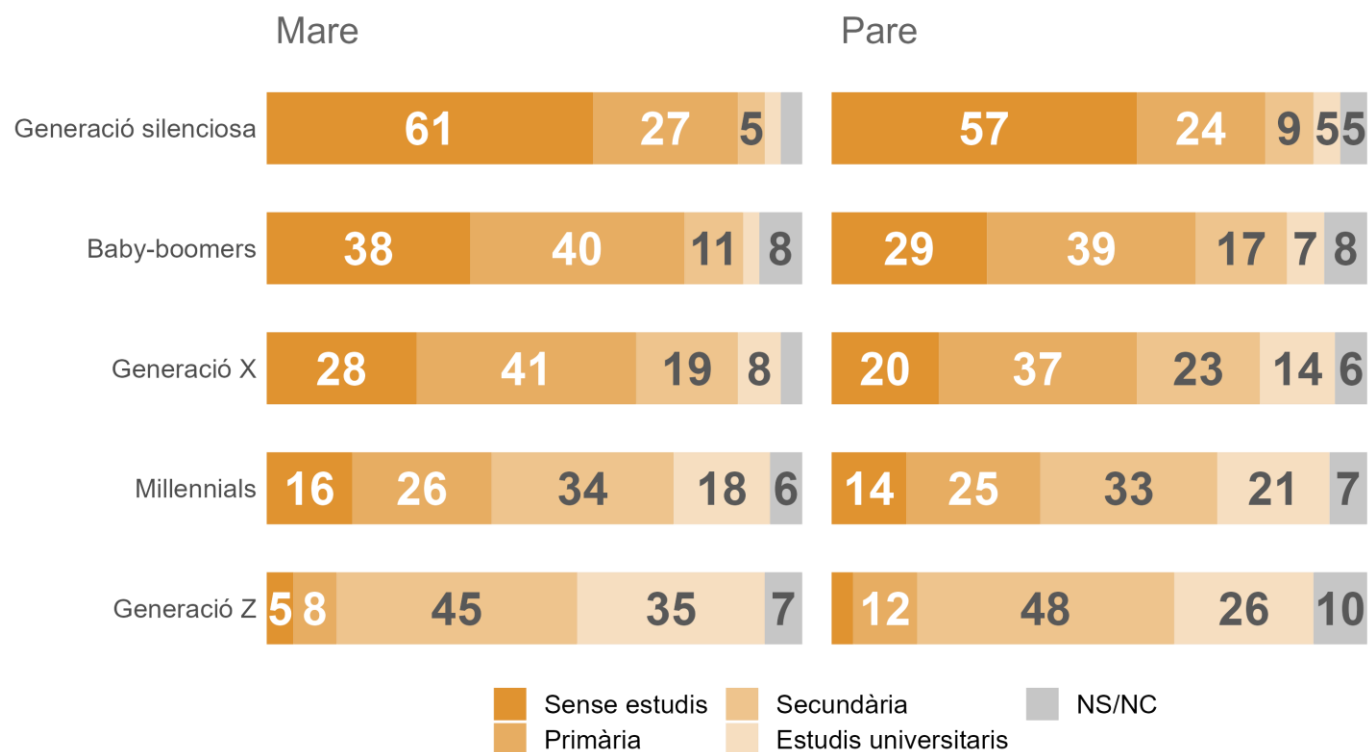
Les cohorts més joves disposen de més estudis secundaris i universitaris que la Generació silenciosa.

Si la meitat de la Generació silenciosa disposa d'estudis primaris o inferiors, en els Baby-boomers, la Generació X i Z predominen els secundaris o similars i en els Millennials, els universitaris.



Formació acadèmica finalitzada dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



Millennials, formació similar pares i mares

En les generacions de més edat, les mares disposen d'un nivell de formació inferior a la dels pares.

Amb tot, els pares i mares dels Millennials presenten uns nivells de formació similar.

I en el cas dels de la Generació Z, la situació es capgira: el percentatge de mares amb estudis superiors supera al dels pares.



Formació acadèmica finalitzada respecte la dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



Extensió educació

Els membres de la Generació silenciosa presenten un nivell d'estudis similar al dels seus pares.

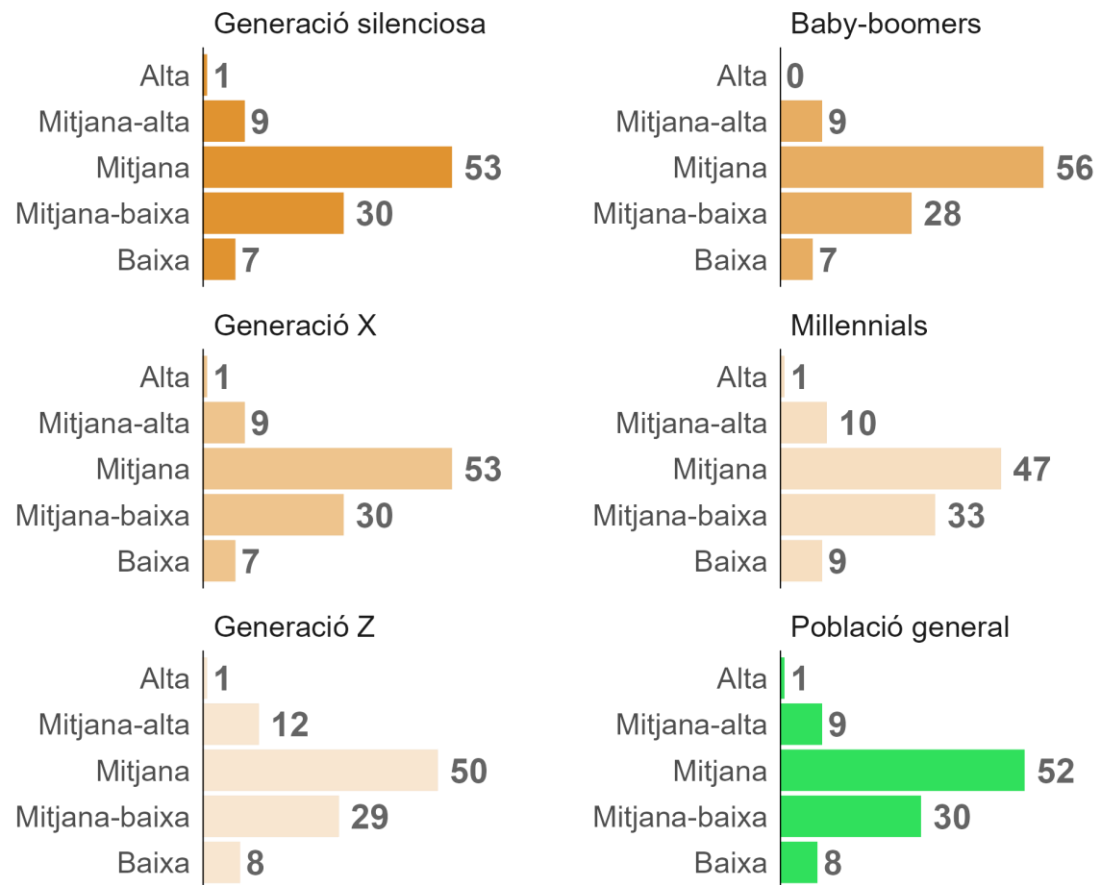
En canvi, el gran salt en el nivell educatiu es produeix a les generacions següents: els Baby-boomers i la Generació X tenen un nivell formatiu majoritàriament superior al dels seus pares.

Entre els Millennials, s'observa també una tendència majoritària a incrementar el nivell d'estudis, però amb menor intensitat.



Autoubicació en la classe social, per generació

Resultats expressats en percentatges



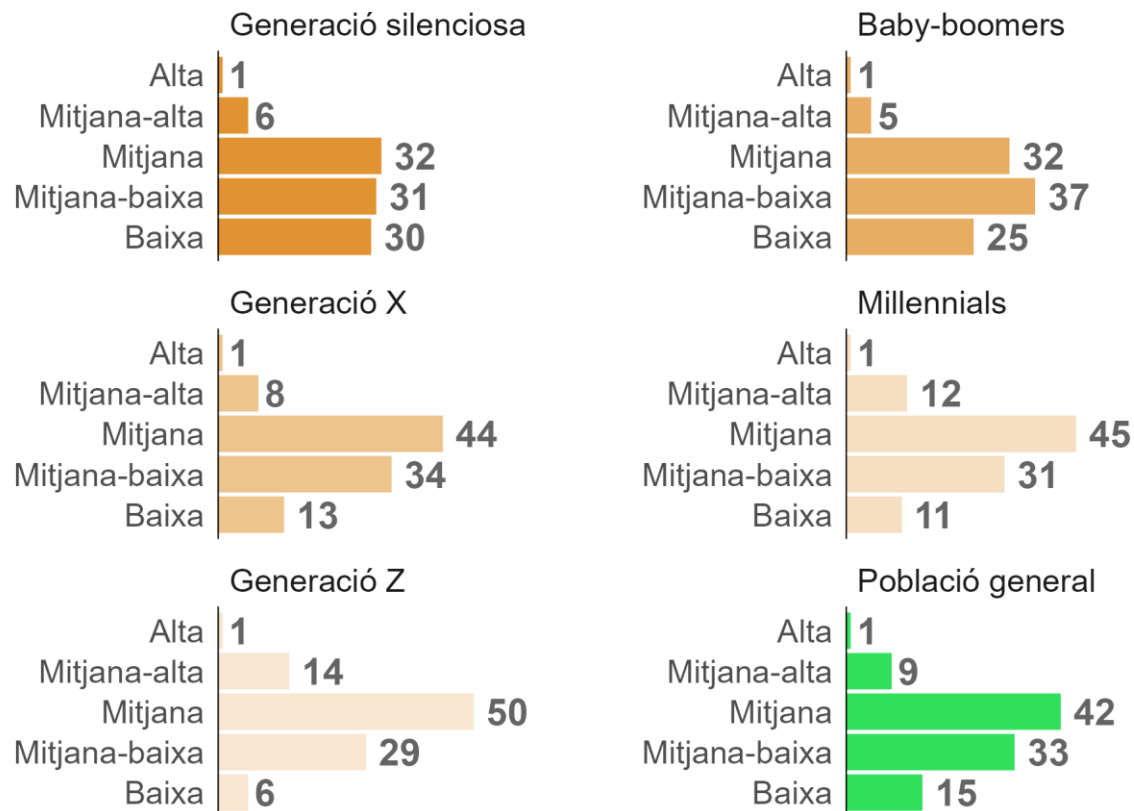
Classe mitjana

Totes les cohorts se situen majoritàriament a la classe mitjana.



Ubicació de la classe social dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



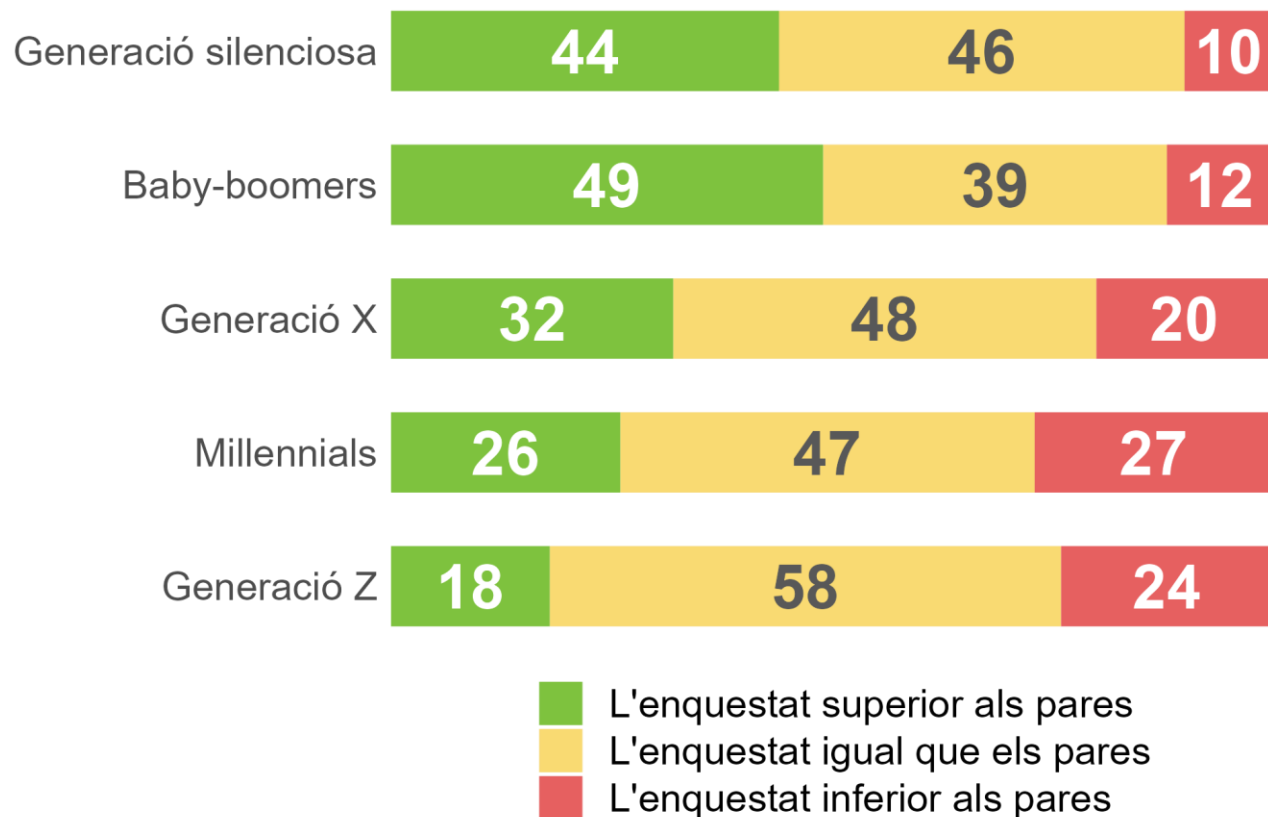
Mitjana, més joves

La proporció de pares que pertanyen o pertanyien a la classe social mitjana és més elevada en les generacions més joves. De fet, es detecta com la proporció va augmentant d'una cohort a una altra. En canvi, la baixa tendeix a retrocedir.



Ubicació de la classe social pròpia respecte la dels pares, per generació

Resultats expressats en percentatges



Percepció de mobilitat social

La percepció de la mobilitat social ascendent és majoritària en la generació dels Baby-boomers. La meitat dels Baby-boomers creu que pertany a una classe social més alta que la dels seus pares, un 39% creu que s'ha quedat igual i un 12% que ha empitjorat.

En el cas de la generació anterior el percentatge que percep que ha millorat la seva posició social respecte la dels pares és del 44%, en front d'un 46% que no percep mobilitat.

Per contra, en les generacions més joves, la gent que s'ubica en una posició social superior a la dels seus pares és minoritària: un 32% de la Generació X; un 26%, dels Millennials i un 18%, de la Generació Z.



ceo.gencat.cat