

Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía

José Ruiz Valerio*

García Luengo, O.. (2006). *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*. México: FONTAMARA-EGAP.

Es una verdad indiscutida: los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la vida de las democracias contemporáneas. Percatados de este papel, investigadores provenientes de distintas disciplinas sociales se dedicaron a estudiar dicha influencia, con especial ahínco a partir de la década de los sesenta del siglo XX. No obstante, desde entonces, se mantienen con notable vigencia las mismas interrogantes: ¿cuál es la responsabilidad de los medios sobre el desarrollo de la vida política? ¿Qué papel juegan los medios en la democracia contemporánea? ¿Existe una relación causal clara entre el papel desempeñado por los medios y las actitudes, habilidades y valores de la ciudadanía democrática?

En la búsqueda de una respuesta a estas cuestiones, una parte de los estudiosos del tema destaca que, tras los sucesos de Vietnam y de *Watergate*, entre finales de la década de los sesenta y principios de los setenta del pasado siglo, la prensa norteamericana se transformó de manera radical, asumiendo posiciones pesimistas y de confrontación respecto de los actores y los procesos que definen la vida política. Por lo tanto, las audiencias, cada vez más numerosas, consumen y asimilan esa negatividad, la que se traduce en actitudes asimismo negativas, cínicas, desafectas respecto de la vida política y sus protagonistas. Esto es, alienación política.

Tal es la premisa básica sobre la que se construye la “Teoría del malestar mediático” (*media malaise*). Como resultado final, estas prácticas de los medios, productoras de actitudes cívicas desafectas, amenazan la cohesión de la sociedad civil a través del desinterés sobre los asuntos públicos. Para designar a este fenómeno se utilizan términos tales como: desafección, alienación, videomalestar, entre otros.

Entre los autores que se adhieren a dicha visión podemos mencionar a Kurt Lang y Gladis Lang, Robert Dahl, Paul Weaver, Michael Robinson, Robert Putnam y Marcus Maurer.

Asociados con esta visión, se suelen destacar una serie de hechos tales como son la liberalización del sector de las telecomunicaciones y el avance de las nuevas tecnologías informativas, lo que provocó la proliferación de canales de televisión, con capitales privados, orientados a competir con los canales públicos en las preferencias de las audiencias. Dichos canales privados, generan un cambio en los contenidos informativos dado su esfuerzo por “apropiarse” de las audiencias, cada vez más difíciles de seducir. En este contexto,

[...] la evolución hacia planteamientos más amarillistas, sensacionalistas, espectaculares y negativos, se ha interpretado como uno de los principales causantes de los sentimientos de alejamiento de los ciudadanos con respecto al proceso político en general. (García Luengo, 2009: 12).

Sin embargo, como queda en evidencia por el origen y el contexto de los investigadores que abonan esta perspectiva, los resultados de la misma poseen validez en buena medida sólo para el caso de los Estados Unidos, sus medios y sus modalidades comunicativas.

A pesar de ello, desde la década de 1990 comenzaron a surgir una serie de estudios en respuesta a aquellos que postulan el malestar mediático. Estos nuevos trabajos no sólo desafían, sino que cuestionan de lleno la validez de algunos de los resultados anteriores. Estos trabajos, agrupados bajo la denominación de “Teorías de la movilización política”, aunque

* Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública (EGAP). jfrv@itesm.mx

no aniquilan las aportaciones anteriores, sirven para matizarlas, siendo, en ocasiones, los matices más contundentes que los trazos originales.

Entre sus postulados centrales, estas nuevas investigaciones sostienen que los medios generan un impacto sobre la ciudadanía, pero que dicho impacto es positivo, por lo que los medios no tienen responsabilidad en la falta de compromiso cívico de los ciudadanos. No sólo eso, sino que incluso los medios tienen la capacidad de potenciar la movilización, el entendimiento y el compromiso político de la ciudadanía. No obstante, debemos distinguir entre diferentes soportes informativos (televisión, prensa, radio, Internet) y distintos tipos de programación (de entretenimiento o informativa). En este sentido, el caso de la televisión contrasta con el de los periódicos de información (y las teorías del *videomalestar* atendían principalmente a la televisión), en cuanto a sus efectos sobre los niveles de conocimiento y compromiso. A su vez, resulta clara también la diferencia entre la exposición a diferentes contenidos, ya se refieran a los de carácter informativo (noticias) y los de entretenimientos. Entonces,

[...] el colectivo de consumidores habituales de informativos televisivos y de lectores regulares de prensa informativa se muestra más proclive a estar bien informado, interesado y comprometido con la vida política. Por el contrario, los ciudadanos que se exponen a programas sensacionalistas más orientados al entretenimiento suelen presentar altas cotas de desafección, cinismo y alienación política. (García Luengo, 2009: 56-57)

Entre los autores que aportan a esta visión podemos citar a Christina Holtz-Bacha (quién estudia el caso de Alemania Occidental), Kenneth Newton (para el caso de Gran Bretaña) y Pippa Norris (que aborda comparativamente la evidencia de Estados Unidos y Europa Occidental), con su teoría del “círculo virtuoso”¹. Éste viene a resolver un problema metodológico central a ambas visiones: el orden de la causalidad difícil de establecer a partir de las herramientas metodológicas utilizadas.

Como queda en evidencia, las teorías del malestar mediático se contraponen con las de la “movilización política”. Éste es el debate en el que se inserta el libro de Óscar García Luengo, cuyo objetivo central es

[...] documentar la naturaleza real de la implicación que tienen los medios de comunicación en la extensión de los senti-

mientos de apatía, desinterés, indiferencia y desafección para con lo político, que presentan crecientemente desde hace unas décadas los ciudadanos de los países del entorno occidental. (García Luengo, 2009: 14).

De tal forma, el texto contrasta información de Europa, en general, y de España, en particular.

A partir de este objetivo, se desarrolla la investigación en torno a la validación de dos hipótesis centrales. La primera señala que la liberalización del mercado de la comunicación provocó un aumento de la oferta y de la competencia en el área. El proceso generó un negativismo creciente en los contenidos, no sólo en los referidos a la información política, sino también en la de contenidos generales (*infoentretenimiento*), como parte de una estrategia diseñada para atraer audiencias cada vez más numerosas. La segunda propone que la exposición a los medios de comunicación, en general, alimenta el alejamiento (desafección) de los ciudadanos respecto de la política. A partir de cada una de las hipótesis, se desprende una serie de preguntas de investigación, las que sirven para guiar el trabajo.

A fin de poner a prueba sus hipótesis, García Luengo recurre a un tratamiento metodológico combinado. En primer lugar, para comprobar el grado de negatividad de la información ofrecida en la televisión y en la prensa española, durante los 15 días previos a la jornada de reflexión, que antecedió a las elecciones del año 2004, utiliza el análisis de contenido. Luego, para calibrar los impactos del uso de los medios sobre la desafección política, recurre a un análisis cuantitativo.

El concepto central del trabajo, el de desafección política, es visto como el descontento con el modo en que funcionan algunas partes del sistema político, o con ciertas políticas públicas, sin que esto suponga una situación crítica hacia la legitimidad del propio sistema (García Luengo, 2009: 73). Para medir la desafección política, García Luengo parte del análisis de tres dimensiones vinculadas con la cultura política, entendida como un conjunto de orientaciones afectivas, cognitivas y conductuales asociadas con el sistema y los objetos políticos. La cuarta dimensión, clásica en estos estudios, es la capacidad evaluativa, que, en este caso, se deja fuera del análisis, puesto que la desafección política se manifiesta en los registros decrecientes justamente en las dimensiones afectivas, cognitiva y conductual, conjugadas con altos niveles de satisfacción democrática (dimensión evaluativa).

1 Sintéticamente, aquellos expuestos de forma consistente a los informativos y a las campañas electorales están mejor documentados políticamente, confían más en el sistema político y son electoralmente más participativos. A su vez, su compromiso político los lleva a “consumir” más información política.

Dentro de la dimensión afectiva, utiliza como indicadores al interés hacia lo político, a la confianza hacia las instituciones políticas y a la eficacia política, entendida como la sensación que poseen los ciudadanos de acercar sus prioridades hacia las instancias políticas de forma efectiva. La dimensión cognitiva se aborda a través del entendimiento que manifiestan los ciudadanos hacia lo político. La dimensión conductual se estudia a través de la participación político-electoral, el grado de activismo político y la militancia socio-política.

Una vez analizadas las dimensiones de la desafección, el autor se adentra en analizar las características del proceso de liberalización del sector de las comunicaciones y la creciente competencia que se dan entre los medios públicos y privados de información. A continuación, aborda la negatividad de los mensajes emitidos por la televisión y la prensa escrita. De tal forma, se comprueba efectivamente que la información política ofrecida tanto por los canales de televisión más importantes como por los principales periódicos nacionales, en el caso español, es mayoritariamente negativa:

En general, tanto en relación a la televisión como a la prensa, existen altos niveles de conflictividad y negativismo en la información política, como también un cierto protagonismo de aquellas noticias que hacen mención expresa a las controversias de campaña. (García Luengo, 2009: 168).

Sin embargo, la secuencia en el proceso de desafección propuesta por los teóricos del *videomalestar* (liberalización del mercado informativo, lucha por las audiencias, creciente negativismo en la cobertura informativa y, como resultado, un incremento de la desafección política) no es la misma en todos los casos, norteamericano y europeos, por lo que los matices, en este apartado, se hacen imprescindibles en la medida en que la experiencia de los países europeos no se ajustan necesariamente a la de Estados Unidos. En particular, España no es la excepción en cuanto a la negatividad creciente de la información política, pero con su propia idiosincrasia y su propio ritmo.

A continuación, para medir la relación que existe entre las dimensiones que definen a la desafección política y la exposición mediática, García Luengo propone un análisis cuantitativo utilizando como soporte, para el caso español, las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) entre 1997 y 2002. A su vez, para comparar los resultados españoles con los de 21 países del entorno europeo, recurre a la Encuesta Social Europea (ESS), realizada en 2002-2003. Entonces, primero calcula los coeficientes de correlación entre las variables estudiadas, para, luego, efectuar regresiones

lineales con la intención de calibrar el peso específico que las variables independientes y otras dimensiones predictivas (edad, sexo y nivel de instrucción), puedan tener sobre el comportamiento de la variable dependiente. Aquí reside el verdadero punto fuerte del trabajo, ya que la evidencia aportada ofrece un apoyo casi sistemático a las teorías de la movilización política. Brevemente, los contenidos generales, tanto en televisión como en prensa, se relacionan con altos niveles de desafección política, mientras que la exposición a contenidos estrictamente políticos se vincula con personas políticamente movilizadas. De tal forma, el consumo de información tiene un impacto innegable en la explicación de la varianza de los indicadores de desafección política.

No obstante, mientras que en el caso español la movilización se encuentra estimulada por la lectura de periódicos, luego por el consumo de televisión, el de radio y, por último, de internet, en el contexto europeo, "sorprendentemente internet es el que más peso ha contenido en términos generales en los modelos de regresión..." (García Luengo, 2009: 259). Detrás de este soporte, se ubican en orden decreciente la prensa escrita, la televisión y la radio.

Al mismo tiempo, los factores que intervienen en el proceso descrito no son sólo el soporte y los contenidos, sino también las dimensiones específicas de la desafección política de la que se trate. Es decir, se destaca entonces el papel del interés y del entendimiento, como norma general, y del activismo y el conocimiento político a escala nacional.

En conclusión, en el análisis específico por contenidos, a nivel europeo, se detectó que los contenidos genéricos televisivos son más eficaces para predecir la desafección política, mientras que los contenidos políticos en la prensa permiten pronosticar la afección política, aún y cuando se comprueba también el negativismo creciente que trasuntan tales noticias.

En síntesis,

[...] cuanto más frecuente es la consulta de información política en prensa escrita, en televisión, en radio y en Internet, más alto es el grado de afección política. [...] se debe insistir en que la evidencia empírica de forma agregada brinda su apoyo recurrente a las teorías de la movilización política, siendo muy escasos los momentos en los que se ha descubierto sustento para el *videomalestar* [...] la exposición a los medios de comunicación en general, no acaba provocando el alejamiento de los ciudadanos respecto de lo político ni incitando la desafección política sino que, dependiendo de las situaciones, puede promover el compromiso cívico [...] (García Luengo, 2009: 266-267)

En función de los elementos aportados por la investigación, queda claro que, frente a la pregunta que da nombre al libro –esto es si los medios comunican desafección– la respuesta parece ser parcialmente negativa. Sabemos que quienes no se informan políticamente muestran actitudes desafectadas, lo que los lleva a interesarse aún menos por “consumir” información política. Sin embargo, los medios parecen jugar un papel positivo en incrementar y reforzar el interés que los ciudadanos sienten hacia la política... siempre y cuando los ciudadanos tengan interés por “consumir” información política (aunque ésta sea negativa); a su vez, ciudadanos políticamente informados parecen estar políticamente movilizados. Ésta es la parte compleja del asunto. Por dos motivos. Primero, porque aún no se ha podido desentrañar cuál es el orden de la causalidad (qué es causa y qué efecto, ¿el consumo de información política o el interés por la política?). Segundo, y hasta que conozcamos dicho orden, ¿cómo podemos motivar a los ciudadanos para que se interesen y se informen políticamente? Estas preguntas pueden ser las bases de futuras investigaciones.

Resumiendo, como balance general de la obra analizada, es posible afirmar que Óscar García Luengo nos ofrece una investigación donde destacan la solidez académica, el rigor metodológico y la calidad de la información presentada.

En efecto, la solidez académica que exhibe el trabajo, tanto en la documentación profunda y actualizada que maneja, cuanto en la claridad y propiedad con que se expresan los conceptos centrales de la investigación, y la síntesis que se propone de las principales obras de una y otra corriente analítica (malestar mediático y movilización política) resultan encomiables. García Luengo transita con solvencia a través de la obra de los autores de referencia en la materia.

Al mismo tiempo, el rigor metodológico que presenta el trabajo es digno de mención. La propiedad con la que están presentados los objetivos de la investigación, las hipótesis del mismo, las preguntas que se derivan de aquellas, y el manejo de las técnicas de investigación (tanto cuantitativas como cualitativas) a las que se recurre el autor para validar las hipótesis, hacen del texto una excelente referencia metodológica. De aquellas a las que conviene reparar atentamente para saber cómo plantear con corrección una investigación de tal complejidad y envergadura. Por otra parte, la calidad que exhibe la información presentada, tal como surge de las líneas precedentes, resulta determinante para apoyar la argumentación central del trabajo con evidencia empírica solvente y apropiada.

Los comentarios precedentes no deben atemorizar al lector. No estamos en presencia de un trabajo académico árido

y hermético. Óscar García Luengo propone un texto ágil, bien escrito y amable con los lectores poco adentrados en el manejo de las metodologías utilizadas. El autor se toma el trabajo de explicar uno a uno los resultados obtenidos en el análisis de cada variable y en cada cruce de variable, sin perder por ello la amenidad, dentro de lo que cabe en una obra de carácter académico.

Al mismo tiempo, el texto es generoso en cuestionar al lector y genera interrogantes, algunas de las cuales quisiera compartir con los lectores para finalizar esta reseña. En primer lugar, tal y como el propio autor reconoce, retomando las palabras de Pippa Norris, los mecanismos metodológicos utilizados para arribar a las conclusiones mencionadas, no descubren la dirección de la causalidad. Justamente, porque los datos disponibles no revelan tal dirección, Norris propone un mecanismo ingenioso: el establecimiento de un círculo virtuoso entre consumo de información política y movilización política, donde la información política genera mayor confianza, más participación, más comprensión e interés político, lo que, a su vez, lleva a consumir más información política. Los resultados hablan de vínculos, pero no de causalidad entre las variables. Tal relación causal “sólo podría ser establecid[o] empleando una estrategia empírica basada en metodología experimental o en el uso de matrices de datos establecidas en la técnica del panel” (García Luengo, 2009: 268). Confío en que futuras investigaciones nos permitan avanzar aún más en la materia. Seguramente, Óscar García Luengo tendrá más aportes que realizar en la materia.

En segundo lugar, y relacionada con la tendencia al negativismo creciente en la cobertura de la información política, se plantea el debate acerca de si se puede y, en todo caso, se debe controlar dicha tendencia a través de la regulación sobre la prensa y las campañas electorales. México es el caso de un país que cada vez avanza más y con cada vez menos éxito en materia regulatoria, tal como queda demostrado con la reforma electoral del año 2007. Dada esta tendencia evidente, algunos líderes políticos podrían esgrimir el negativismo de los medios para intentar avanzar en su control, cuando no ya en la limitación de la libertad de expresión. Sin embargo, el texto de García Luengo presenta un antídoto radical contra cualquier tentación regulatoria. En el caso europeo, en general, y español, en particular, aunque se comprueba el avance de dicho negativismo en la información política, esto no quita que aquellos, que se exponen en mayor medida a tal información, sean los que también exhiben mayores grados de afección y compromiso cívico. Los ciudadanos parecen ser mucho más inteligentes de lo que suponen sus líderes en cuanto al procesamiento de la negatividad de la información política (y, seguramente, no sólo en eso).

Finalmente, se planea una duda medular en cuanto a aquellos ciudadanos que consumen contenidos generales, especialmente en televisión, los que manifiestan una alta desafección política, junto a un fuerte apoyo hacia el régimen democrático. ¿Cuánto tiempo podrá mantenerse ese apoyo? ¿Cuánto tiempo serán compatibles la desafección, el cinismo y la negatividad con los valores democráticos? ¿Estamos frente al surgimiento, cuando no ya la consolidación de una ciudadanía cínica? Ésta es la gran pregunta que le surge a quien esto escribe, luego de leer el texto de Óscar García Luengo. La contradicción de esta evi-

dencia es tan notable que uno no puede dejar de cuestionarse acerca de si el cinismo y la alienación sobre los valores, sobre las instituciones, los resultados y el propio lugar que los ciudadanos ocupan dentro del régimen democrático, nunca se van a traducir en cinismo y desafección ante el propio régimen. O, en definitiva, el gran valor de la democracia es que nos permite ser tan informados y movilizados, o ser tan cínicos y desafectados políticamente como nos plazca, sin que esto haga mella en su propia existencia. Es una pregunta sobre la que, sospecho, volveremos con frecuencia en un futuro no tan lejano.

