

5. Consumo televisivo y valoraciones políticas.

Las actitudes políticas de los ciudadanos pueden verse influidas por algunos rasgos de la información política televisiva. La difusión masiva de mensajes o la pasividad del receptor en un contexto de saturación y trivialización de informaciones podrían mermar paulatinamente el interés del ciudadano por el curso de la vida política. Pero, al mismo tiempo, también una cultura política viva generaría consumidores de medios más plurales y representativos, un flujo informativo conectado a la realidad diaria y debates serenos sobre temas de interés público.

Una revisión relativamente reciente de las investigaciones realizadas acerca de la *cultura política de los españoles* (Morán y Benedicto, 1995) ponía de manifiesto algunas cuestiones que ya hemos constatado en este informe. El medio televisivo es el principal transmisor de informaciones políticas, mientras se mantiene el tradicional déficit de lectura de prensa escrita. Respecto a este particular, se advertía sobre la necesidad de reflexionar sobre el tipo de información que están recibiendo los ciudadanos, y que en la actual coyuntura se encuentra sesgada por la tendencia mediática a la espectacularidad, la simplificación de los contenidos y la omnipresencia de los líderes de opinión.

En segundo lugar los autores citados apuntaban que “un examen atento de los datos revelaba que los medios de comunicación han venido jugando un papel bastante más reducido de lo que cabría esperar en los procesos de formación y adquisición de conocimientos políticos.” La escasa atención que los ciudadanos prestan a los canales institucionalizados de información política podría explicar algunas deficiencias y carencias que presenta la cultura política de amplios sectores de la sociedad española” (Morán y Benedicto, 1995, p.70). En este sentido, la calidad de la información que canalizan los distintos medios -qué información presentan, cuando y cómo se presenta, a quién se dirige-, *retroalimenta* este círculo entre desinformación y desinterés político. Escribimos *retroalimenta* porque, como ya indicamos, no creemos en la existencia de una relación causal unívoca entre calidad de información y cultura política. El sentido común indica que ambos van de la mano: unos medios abiertos a la

participación, alimentan y se alimentan de una cultura cívica participativa. Situación que no se ajusta a la realidad de los medios y las audiencias en España.

Como en el capítulo anterior, presentamos primero los cruces de variables que hemos podido realizar con algunas preguntas y cuestionarios del CIS. Y, en una segunda etapa, realizamos una aproximación cualitativa basada en grupos de discusión. El análisis estadístico se centra en determinar en explorar las conexiones entre los grupos de audiencias de diferentes medios y sus valoraciones sobre el nivel de información que tienen y sus actitudes de participación/implicación en el devenir político. En este punto retomamos la temática medioambiental, que aparece en uno de los estudios más completos con los que contamos (2209, CIS,1996). Nos permite constatar el conocimiento de los ciudadanos de una área política concreta y si éstos perciben una responsabilidad compartida con la Administración en los retos y problemas medioambientales. Ésta, que sería la postura democráticamente más madura, guarda significativas relaciones con el nivel de estudios, edad, ideología, pero también con el tipo de consumo mediático preferido.

Los grupos de usuarios de los distintos medios se diferencian en sus valoraciones normativas sobre el funcionamiento del sistema político y de la vida política cotidiana. Finalmente, los sentimientos ciudadanos ante la política son encuadrados en dos bloques: el sentimiento de implicación y participación o el cinismo político que alimenta y justifica el alejamiento o la pasividad de los gobernados respecto de las instituciones que les gobiernan. En último término, junto con los datos del capítulo anterior, ofrecemos evidencia suficiente que relaciona la tesis del distanciamiento social y la del cinismo político, a la luz de las diferencias de consumo mediático. Es decir, a medida que avanzamos en la escala educativa y social, nos encontramos con segmentos de la población que consumen con más frecuencia los medios escritos, y muestran valoraciones y posturas más críticas y participativas. Y al contrario. La menor formación académica y las posiciones sociales más bajas se vinculan con un mayor consumo de medios audiovisuales (singularmente de la televisión), mayor conformismo, alejamiento e inhibición de la política.

5.1 Análisis estadístico.

Datos recientes ponen de manifiesto en qué medios recaban noticias aquellos ciudadanos que se consideran informados sobre los acontecimientos políticos.

Cuadro 15: Información sobre actualidad política según medios

¿Se considera Ud. muy al corriente, bastante, poco o nada al corriente de lo que pasa en política

	Muy/Bastante	Poco/Nada	N.C.
<i>Uso de medios*</i>			
Prensa	73.10%	26.60%	0.30%
Radio	58.70%	40.80%	0.50%
Televisión	35.10%	63.70%	0.40%

Fuente: Estudio 2208, CIS, 1996

* "Uso de medios" se corresponden a las respuestas a la pregunta nr.1 del estudio:
¿A través de que medio de comunicación se informa Ud., principalmente, de los Asuntos relacionados con la actualidad política?

Recordando las variables sociodemográficas que inciden en el acceso de los medios, podemos observar cómo los que tienen la televisión como medio preferente para informarse y se consideran "muy o bastante al corriente" de la actualidad política (35,1%), suman un porcentaje sensiblemente menor respecto a los que también se consideran informados y escuchan radio (58,7%) o leen prensa (73,1%). Inversamente los porcentajes también son significativos, al variar entre el 26,6% que leen la prensa y se considera poco o nada al corriente de la actualidad política, y los que ven televisión y tampoco se sienten informados (63,7%).

Retomamos ahora una temática específica, el medio ambiente, para profundizar un poco en los datos anteriores. El cuestionario *Ecología y medio ambiente* aporta datos interesantes para captar la retención de información transmitida por los medios y que resulta vital para la acción ciudadana. Se preguntaba por el organismo responsable en nuestro país de la conservación y protección de la naturaleza. Es importante tener en cuenta que se daban como válidas las diversas nominaciones

que había recibido en el pasado el Ministerio encargado de esta temática. También se consideraba válida la respuesta de la Secretaría de Estado con esta nominación. Poco más de una quinta parte de las personas entrevistadas lograron identificar correctamente la institución responsable. La tercera parte no acertaba, y casi la mitad no se aventuraba a, o no quería, dar una respuesta.

Cuadro 16: Conocimiento del organismo responsable de la protección medioambiental

¿Cuál cree Ud. que es en la actualidad el organismo de la Administración Central que se ocupa en España de la conservación y la protección del medio ambiente?

	Acierta	No acierta	N.S./N.C	(N)
%Total	21.40%	33.50%	45.10%	2481
<i>Nivel de estudios</i>				
Sin estudios	6.70%	29.20%	64.00%	359
Estudios 1er grado	13.50%	35.40%	51.10%	690
Estudios 2do grado	23.70%	35.00%	41.40%	1069
Estudios 3er grado	46.40%	29.60%	24.00%	321
Otros estudios/N.C.	31.00%	31.00%	38.10%	42
<i>Edad</i>				
18-24 años	23.90%	33.80%	42.30%	385
25-34 años	29.60%	32.40%	38.00%	503
35-44 años	29.10%	36.10%	34.80%	416
45-54 años	21.80%	34.70%	43.40%	357
55-64 años	13.70%	33.80%	52.50%	364
65 y más años	9.30%	30.50%	60.20%	452
N.C. edad	-	75.00%	25.00%	4
<i>Posicionamiento ideológico</i>				
Extrema Izquierda	26.00%	42.20%	31.80%	173
Izquierda	22.60%	36.00%	41.40%	645
Centro	22.30%	34.40%	43.30%	668
Derecha	24.10%	35.20%	40.60%	261
Extrema Derecha	19.10%	29.80%	51.10%	47
<i>Uso de medios</i>				
Prensa	38.90%	34.40%	26.70%	314
Radio	26.30%	33.10%	40.40%	220
Televisión	18.67%	34.20%	47.00%	1574
Otros	33.00%	37.10%	29.90%	97
NC	0	0	100	6

Fuente: Estudio 2209, CIS, 1996

La variable educativa resulta un factor explicativo fundamental de las habilidades en el procesamiento y retención informativos. Explica de forma coherente tanto el nivel de aciertos como las proporciones de inhibidos a la hora de contestar. Aciertos e inhibiciones crecen y decrecen, respectivamente, a medida que aumenta el nivel educativo de los grupos. Cabría destacar en términos negativos, que menos de la mitad de personas con estudios de tercer grado dan la respuesta correcta, tres de cada diez no aciertan y uno de cada cuatro no sabe o no quiere contestar.

En términos de edad, constatamos una vez más que las cohortes más informadas son las de entre 25 y 45 años, observándose en éstas la mayor proporción de aciertos (en torno al 29%) y la menor proporción de los que no saben ni contestan.

También se puede observar cómo el género sigue siendo un factor importante que pesa sobre la selección y apropiación de la información: del total de las personas entrevistadas que aciertan, 61,5% son hombres y 38,5% mujeres. Entre los que se equivocan, los hombres representan el 49,8% y las mujeres el 50,2%. Sin embargo, la diferencia más llamativa está entre quienes no saben o no contestan: el 40,8% son hombres, frente a un 59,2% de mujeres; una diferencia de casi 20 puntos porcentuales.

La variable ideológica no se muestra consistente en este caso, ya que los porcentajes de los distintos autoposicionamientos no difieren en exceso en las personas que aciertan, con la excepción –poco representativa en relación al número de casos- de la extrema izquierda que muestra una tendencia contestar más, y por tanto a acertar/no acertar en tres o cuatro puntos por encima de las otras categorías.

Considerando el consumo diferencial de los medios de comunicación, volvemos a encontrar disparidades importantes respecto a los que aciertan, fallan y se inhiben de contestar. Entre las personas que emplean la prensa como principal medio de información, aciertan casi dos de cada cinco. No llegan a una persona de cada cinco entre las que se informan sobre todo por la televisión. Pero no se aprecian diferencias entre quienes se equivocan en la respuesta. Al margen del medio

prioritario del que recogen la información, representan una tercera parte. Sin embargo, los porcentajes vuelven a aumentar de forma considerable en la categoría de quienes se inhiben de responder. Entre los que no saben y/o no contestan, los lectores de prensa representan el 26,7%, mientras que los televidentes suman el 47%.

El tema medioambiental nos sirve también ahora para evaluar la noción participativa –o su ausencia- presente en ciudadanía y relacionada con la intervención de los poderes públicos. En este sentido, la problemática ecológica resulta especialmente significativa, dado que conecta cuestiones de responsabilidad individual (básicos para afrontar muchos problemas medioambientales) con la dimensión colectiva, que se condensa en la demanda de una mayor implicación de los poderes públicos en la resolución de estos problemas sociales. Esa iniciativa pública comprende diversas dimensiones: desde la regulación jurídica de la producción y el consumo, hasta la intervención directa en situaciones de catástrofe o la sensibilización sobre este tema de la población y de los distintos actores sociales y económicos.

Resulta interesante comparar dos preguntas de este cuestionario. La primera (Cuadro 17) pedía al entrevistado que identificase sobre quién recae la responsabilidad de hacer frente a los problemas medioambientales del entorno local. El interés reside en la respuesta, en la medida en que se dio la opción binaria: responsabilidad del Ayuntamiento y de la ciudadanía. La opción coparticipada - “ambos”- sólo se registraba cuando surgía de forma espontánea. La segunda pregunta (Cuadro 18) repite la cuestión sopesando las responsabilidades de los ciudadanos y del Gobierno central. Exponemos seguidas ambas tablas, con las subcategorías de nivel educativo, edad, ideología y medio de información preferente; para comentarlas a continuación. En el primer cuadro apenas se constatan a nivel agregado: las categorías de responsabilidad del Ayuntamiento, de los ciudadanos y coparticipada alcanzaban un tercio cada una.

Cuadro 17: Responsabilidad sobre problemas de medio ambiente (I)

¿Sobre quién cree Ud. Que recae mayor responsabilidad a la hora de hacer frente a los problemas medioambientales existentes en su pueblo o ciudad?

	El Ayuntamiento	Los ciudadanos	Ambos *	Otro	N.S./N.C.	(N)
Total	31.80%	32.60%	30.90%	0.90%	3.80%	2486
<i>Nivel de estudios</i>						
Sin estudios	40.20%	29.70%	18.30%	0.50%	11.00%	360
Estudios 1er grado	32.00%	29.20%	33.30%	0.90%	4.60%	691
Estudios 2do grado	30.20%	35.90%	31.40%	0.60%	1.90%	1072
Estudios 3er grado	26.60%	30.30%	40.00%	2.20%	0.90%	320
Otros estudios/N.C.	34.90%	44.20%	18.60%	2.30%	-	43
<i>Edad</i>						
18-24 años	29.10%	39.50%	28.80%	1.00%	1.60%	385
25-34 años	31.30%	37.00%	29.50%	1.00%	1.20%	505
35-44 años	27.40%	33.40%	35.80%	0.70%	2.60%	416
45-54 años	31.10%	28.90%	35.00%	0.80%	4.20%	357
55-64 años	38.90%	26.00%	29.30%	0.80%	4.90%	365
65 y más años	33.30%	29.30%	28.00%	0.90%	8.60%	454
N.C. edad	50.00%	25.00%	25.00%	-	-	4
<i>Posicionamiento ideológico</i>						
Extrema Izquierda	43.00%	23.80%	31.40%	1.20%	0.60%	172
Izquierda	31.10%	35.60%	30.00%	0.50%	2.80%	649
Centro	32.00%	34.00%	31.10%	0.40%	2.30%	668
Derecha	33.30%	32.60%	28.40%	1.10%	4.60%	261
Extrema Derecha	43.80%	25.00%	25.00%	2.10%	4.20%	48
<i>Uso de medios</i>						
Prensa	27%	31.40%	40.95%	0.30%	0.30%	315
Radio	28.40%	32.50%	34.80%	2.20%	1.80%	218
Televisión	32.20%	32.80%	31.00%	0.90%	2.90%	1579
Otros	29.90%	41.20%	26.80%	1.00%	1.00%	97
NC	16.60%	16.60%	33.30%	16.30%	16.30%	6

* Opción no leída por el entrevistador.

Fuente: Estudio 2209, CIS, 1996

La otra pregunta del cuestionario abordaba la disyuntiva de la responsabilidad medioambiental, pública o ciudadana, con tres opciones explícitamente formuladas por el entrevistador: la intervención ecológica como responsabilidad del Gobierno, de los ciudadanos o compartida. Las respuestas se concentran de manera significativa en la respuesta coparticipada: 72,6%, frente a un 15,8% que externaliza la responsabilidad hacia los gobiernos, y un 7,7% que la adjudica a los ciudadanos. El enorme crecimiento de la opción coparticipada, que en la pregunta anterior no se

formulaba y apenas alcanzaba un tercio de las respuestas, evidencia los sesgos que acarrea la exclusión o inclusión de una categoría en las opciones de respuesta que incluye un cuestionario.

Cuadro 18: Responsabilidad sobre problemas del medio ambiente (y II)

De las frases siguientes, ¿con cuál está Ud. más de acuerdo?					
	A	B	C	N.S./N.C.	(N)
% Total	15.80%	72.60%	7.70%	3.90%	2484
<i>Nivel de estudios</i>					
Sin estudios	19.40%	59.70%	8.60%	12.20%	360
Estudios 1er grado	19.90%	68.40%	7.20%	4.40%	690
Estudios 2do grado	12.70%	77.00%	8.50%	1.80%	1071
Estudios 3er grado	13.10%	81.60%	5.30%	-	321
Otros estudios/N.C.	19.00%	69.00%	7.10%	4.80%	42
<i>Edad</i>					
18-24 años	12.70%	75.10%	10.10%	2.10%	385
25-34 años	13.90%	77.80%	7.10%	1.20%	504
35-44 años	12.70%	79.10%	6.30%	1.90%	416
45-54 años	19.60%	71.50%	5.90%	3.10%	358
55-64 años	18.70%	68.40%	8.00%	4.90%	364
65 y más años	18.30%	62.90%	8.80%	9.90%	453
N.C. edad	-	75.00%	25.00%	-	4
<i>Posicionamiento ideológico</i>					
Extrema Izquierda	17.30%	76.90%	5.20%	0.60%	173
Izquierda	16.00%	75.30%	6.00%	2.60%	648
Centro	12.60%	76.30%	9.10%	1.90%	668
Derecha	18.80%	68.50%	10.80%	1.90%	260
Extrema Derecha	22.90%	70.80%	4.20%	2.10%	48
<i>Uso de medios</i>					
Prensa	10.10%	80.60%	6.30%	2.70%	314
Radio	14.10%	75%	10.50%	0.40%	220
Televisión	15.80%	75%	7.10%	2.60%	1576
Otros	15.40%	72.10%	11.30%	1.00%	97
NC	16.60%	50.00%	16.60%	33.30%	6

A: Los gobiernos son los principales responsables de la protección del medio ambiente

B: La responsabilidad de la protección del medio ambiente no recae únicamente en los Gobiernos, sino también en todos los ciudadanos (empresas, sindicatos, movimientos sociales, individuos).

C: Los ciudadanos son los verdaderos responsables de la protección del medio ambiente

Fuente: Estudio 2209, CIS, 1996

En cuanto al nivel educativo, las dos tablas presentan algunos rasgos comunes. Se percibe la oposición entre los extremos de la pirámide del sistema educativo. En el Cuadro 17 la población sin estudios o con estudios primarios alcanza los porcentajes más altos, en el grupo que sitúa la responsabilidad de los problemas medioambientales en el Ayuntamiento. Le reconocen, así, mayores conocimientos y capacidad de intervenir, aunque también hacen dejación de las responsabilidades personales. En el Cuadro 18 también observamos que, a medida que se eleva el nivel educativo, los individuos suscriben mayoritariamente la corresponsabilidad de la ciudadanía y las instituciones de gobierno central y local. Esta opción revela una diferencia de más de veinte puntos porcentuales en el Cuadro 17 y de diez puntos en el Cuadro 18. Correspondientemente, la que hemos llamado opción *externalizadora* de responsabilidad (atribuida principalmente a las instituciones públicas) decrece a medida que se avanza en formación.

La edad discrimina claramente la atribución de responsabilidad en la medida en que cuanto mayor sea el individuo, más probable resulta que prefiera una responsabilidad exclusiva de las instituciones en ambas preguntas. En el Cuadro 17 los intervalos intermedios (35-54 años) son los que atribuyen mayor responsabilidad compartida con el Ayuntamiento. En el Cuadro 18 la opción *coparticipada* es explícita y los intervalos de 18 a 44 presentan los porcentajes más elevados.

En lo que respecta al género, las mujeres -tradicionalmente más desinformadas y despolitizadas- presentan un perfil más consistente con la iniciativa de la coparticipación. En la primera pregunta (Cuadro 17), que no formulaba explícitamente esta alternativa, las mujeres representan un 53,1%, frente al 46,9% de hombres. Por el contrario, en la opción *externalizadora* de responsabilidad, los hombres superan a las mujeres en tres puntos porcentuales. Las diferencias son mínimas y es preciso señalar que el 73,9% de los 92 casos que se inhiben de contestar son mujeres.

La variable ideología muestra diferencias moderadas, con la excepción de los extremos, estadísticamente poco representativos en ambas preguntas. La posición de izquierda tiende a estar más asociada que la derecha a las posturas

coparticipadas, diferencia que aumenta de menos tres puntos en la primera pregunta hasta más de seis en la segunda.

Considerando los medios de comunicación preferidos para informarse, se pueden formular hipótesis que vinculen la calidad y características informativas de cada medio con la formación de cosmovisiones políticas diferenciadas. Nos referimos a cómo los distintos medios dibujan diferentes espacios de lo político (el papel del estado y su intervención en el bienestar social; las fronteras sobre qué es lo público y lo privado, etc.) y cómo los ciudadanos, a partir de las mediaciones periodísticas que escogen, desarrollan una idea propia de participación y pertenencia a la comunidad.

Los lectores de prensa se muestran más proclives a la coparticipación. En el cruce del Cuadro 17, representan la proporción más alta en la respuesta espontánea *coparticipada* (40,95%). Lo que supone diez y seis puntos porcentuales por encima de los que opinan lo mismo y ven televisión o escuchan radio (31% y 34,8%, respectivamente). También resultan significativas las diferencias en el grupo que externaliza la responsabilidad hacia el Ayuntamiento. Mientras ésta opción es adoptada por el 27% de los que leen prensa, entre los que ven televisión aumenta hasta el 32%. Resulta destacable también que poco menos de la mitad de las 97 personas que se informan sobre el medio ambiente con revistas de información general y/o especializada - donde posiblemente se concentran los ciudadanos más informados sobre la problemática- opten por emplazar la responsabilidad en los ciudadanos.

Del mismo modo, en el cruce de la segunda pregunta (Cuadro 18), los lectores de prensa se concentran en la responsabilidad coparticipada (80,6%), frente a los que prefieren la televisión y la radio como principales fuentes de información (75% en ambos casos). También entre los lectores de prensa resultan proporcionalmente menos los que externalizan esta responsabilidad en los gobiernos (10,10%), frente a un porcentaje sensiblemente mayor entre los oyentes de radio (14,1%) y los televidentes (15,8%).

Hemos utilizado el medioambiente como tema que nos permite explorar las conexiones entre consumo mediático y los niveles de implicación / participación práctica de los usuarios de distintos medios. Insistimos que las observaciones que hemos hecho pueden deberse tanto al tipo de información como a las diferencias sociodemográficas de los segmentos de consumidores de los medios que, como vimos, son incontestables en términos de educación, clase, etc. Pasamos ahora a relacionar esta variable de consumo mediático con valoraciones, actitudes y sentimiento hacia el sistema y el acontecer de la vida política. Con sorpresa, cuando proyectamos nuevos cruces para observar actitudes hacia el sistema político abstractas, por ejemplo, la valoración del funcionamiento de la democracia, no observamos una variación significativa según la procedencia de la información.

Cuadro 20: Funcionamiento de la democracia

De las siguientes afirmaciones, ¿con cuál está Ud. más de acuerdo?				
	A	B	C	Total fila
<i>Uso de medios*</i>				
Prensa	14.80%	60.70%	23.30%	13.30%
Radio	14.90%	58.70%	23.50%	15.40%
Televisión	15.20%	57.70%	21.90%	65.90%

A: Nuestra democracia funciona bien

B: Nuestra democracia tiene muchos defectos pero funciona aceptablemente bien

C: Nuestra democracia funciona bastante mal

Fuente: Estudio 2208, CIS, 1996

Puede que las diferencias que encontramos en preguntas anteriores sobre los juicios de la responsabilidad medioambiental, se debieran a que se trataba de cuestiones concretas, que empujaban al encuestado a valorar su implicación personal frente a la gestión de instituciones específicas. Se trataba, entonces, de una valoración política más dinámica y relacional, ya que la persona entrevistada tiene que valorar su "presencia" en la comunidad. No ocurre lo mismo cuando el elemento político a valorar tiene naturaleza de concepto abstracto y está cargado de contenidos consensuales, como es el funcionamiento de la democracia.

Síntoma de la normalización política española, impera la aceptación pragmática del sistema democrático, tal como lo conocemos. La opción, “con defectos, pero aceptablemente bien” recaba en todos los grupos de usuarios de los distintos medios un porcentaje cercano al 60%. Frente a esta opción ampliamente mayoritaria, se decanta un significativo grupo de críticos que consideran que “nuestra democracia funciona bastante mal”, y resulta superior al 20%. Finalmente, un grupo de perfil conformista considera buen el funcionamiento de la democracia, y se sitúa en torno al 15%.

Para avanzar en el análisis nos interesa relacionar sentimientos más específicos, no ya ante un concepto tan legitimado como la democracia, sino frente al término más conflictivo de “la política”. Mientras “democracia” podía sugerir juicios acerca del sistema constitucional, “la política” remite más al discurrir, conflictivo y poco apreciado, de los partidos y las instituciones de gobierno. Según los medios de la información que manejan las personas entrevistadas, los sentimientos que despierta la política se agruparon en múltiples respuestas. Para comentarlos, acumularemos agrupaciones de sentimientos que alimentan el cinismo político, y aquellos otros que conllevan comportamientos de mayor implicación y participación.

Cuadro 21: Sentimientos ante la política

¿Qué dos clases de los siguientes sentimientos le produce a Ud. principalmente, la política?

	Aburrimiento	Entusiasmo	Irritación	Interés	Indiferencia	Compromiso	Desconfianza	N.S./N.C
<i>Uso de medios*</i>								
Prensa	22.10%	8.20%	22.40%	29.30%	9.10%	2.40%	5.70%	0.90%
Radio	25.80%	4.40%	20.10%	22.20%	14.90%	2.30%	7.30%	2.90%
Televisión	28.50%	3.90%	15.90%	17.10%	19.20%	2.10%	10.20%	3.20%

Fuente: Estudio 2208, CIS, 1996

Podemos considerar el aburrimiento, la indiferencia y la desconfianza como integrantes del cinismo político. Estos sentimientos se distinguen por un carácter básicamente pasivo que no reacciona ante el alejamiento de la política sino que lo naturaliza o justifica. Los tres sentimientos señalados aumentan significativamente a

medida que se pasa del grupo de los usuarios de prensa a los de los medios audiovisuales. El 22,10% de quienes se sentían aburridos ante la política eran lectores preferentes de la prensa (22,10%), en contraste con los que primaron la radio (25,8%) y la televisión (28,5%) como medios informativos.

El sentimiento de indiferencia sigue un patrón semejante: 9,1% para los lectores de prensa, 19,2% para los televidentes y 14,9% para los oyentes de radio. Y, finalmente, la desconfianza alcanza un porcentaje casi dos veces mayor entre los consumidores de información televisiva (10,2%) respecto a los lectores de prensa (5,7%), quedando los oyentes de radio en una posición intermedia (7,3%).

Los sentimientos de carácter más activo aparecen vinculados a un comportamiento más implicativo/participativo, como es el caso del entusiasmo, el interés y el compromiso. El entusiasmo arroja valores muy bajos, siempre por debajo del 10%. A pesar de ello, es una opción presente entre quienes tienen en la prensa su fuente de información política predilecta. La proporción de los lectores (8,2%) dobla a la de los (3,9%), en porcentaje muy próximo a los oyentes de radio (4,4%).

El sentimiento de interés arroja una proporción bastante más elevada entre quienes principalmente leen la prensa para informarse sobre política (29,3%). Se sitúan a más de doce puntos porcentuales del grupo de los que ven televisión (17,1%). Y los seguidores de la radio sienten un interés por la política, de nuevo, en una proporción intermedia (22,2%).

Sin embargo, el sentimiento de compromiso no muestra diferencias sustanciales entre los consumidores de información política de los diferentes medios. Los datos son consonantes con los diversos estudios que dan cuenta de una creciente percepción de pérdida de eficacia política por parte de los ciudadanos individuales (Montero y Torcal, 1990; Morán y Benedicto, 1995) . Tal vez sea el sentimiento más difuminado en la presente coyuntura histórica y mediática, que identifica la política de modo un tanto unidimensional con la disputa electoral y con la vertiente "oficial" del poder instituido. Esa visión de la política se percibe, además, dentro de los cánones de la espectacularidad y el ritualismo que desarrollan los políticos y los comunicadores

profesionales. A la luz de los escándalos de corrupción (en el momento de realizar el trabajo de campo del CIS) y la creciente profesionalización de las campañas electorales, “la política” parece desnuda de carga moral. Estos factores en cierta medida explicarían que el sentimiento de compromiso haya girado tan sólo en torno a un 2% de las personas, independientemente del medio a través del cual se informan.

Por último, el sentimiento de irritación permite una interpretación ambivalente en relación a las agrupaciones realizadas, en torno a la participación o el cinismo político. La irritación con la vida política apunta, eventualmente, al tránsito de una actitud pasiva a otra activa, a partir de un sentimiento de, al menos, incomodidad. Podría, por tanto, materializarse de forma positiva (p.e. mayor implicación) según la apertura de las vías institucionales. Este sentimiento también podría articularse con el sentimiento de indignación, sentimiento moral por antonomasia, vinculado a la percepción de injusticia y la disonancia entre el ser y el deber ser. Con estas salvaguardas, resulta llamativo que la irritación se encuentre de manera más consistente entre aquéllos que eligen la prensa como medio principal para informarse sobre política (22,4%), que entre aquéllos que lo hacen a través de la televisión (15,9%) o la radio (20,1%). La televisión en la búsqueda de audiencias masivas primará los discursos consensuales, mientras que las agrias disputas que caracterizaron el periodo de realización del estudio surgían al hilo de los escándalos que “destapó” la prensa y las encendidas tertulias radiofónicas.

Los cruces aquí presentados aportan datos para pensar las preferencias de consumo mediático como una variable explicativa (o por lo menos a considerar) en los estudios sobre actitudes y valoraciones políticas. La variable educativa constituye el soporte de la hipótesis del *distanciamiento social* que explica el acceso diferenciado a la información según el nivel educativo y el estatus social. Ahora, a la luz de los cruces que presentamos en el Capítulo 3 sobre los perfiles de los usuarios de los medios escritos y audiovisuales, podemos relacionar la tesis del “distanciamiento social” con la del “cinismo político”. Porque a medida que transitamos de los lectores de la prensa, a los radioyentes y a los televidentes, observamos también un marcado cambio de comportamientos y sentimientos en torno a la política. En grandes líneas, pasamos de

perfiles implicativos/participativos de los ciudadanos a otros más cínicos, a medida en que se impone el medio televisivo y se desciende en la escala social.

En este sentido, parece pertinente ponderar el papel de los medios de comunicación en la nueva mediación cognitiva que vienen desempeñando en España desde hace más de cinco décadas, con un efecto sutil y acumulativo. En pedagogía, ya resulta común considerar la televisión como instancia socializadora y educativa, que compite con la enseñanza reglada no tanto en la transmisión de aptitudes sino, sobre todo, en los valores que modelan el comportamiento, las actitudes vitales y las valoraciones del entorno.

La intensidad y amplitud de la comunicación mediática constituye un segundo ámbito de socialización, no reglado y de contenidos difusos. Establece una interacción comunicativa, moldeable según la presencia y el peso de otras instancias de socialización primaria y secundaria. En este sentido podemos especular que la mediación televisiva ofrece información política con un marco referencial concreto sobre el que pesan diversos factores del proceso de producción de noticias y del lenguaje audiovisual. Produce, así, un tipo de información que inhibe la comprensión de la complejidad social y, por ende, potencia actitudes marcadas por la pasividad y una cosmovisión que aleja a la ciudadanía de la política.

Los datos obtenidos al cruzar la variable del uso preferente de la televisión como medio informativo a las sociodemográficas clásicas, podrían desarrollarse en un estudio multivariable del tipo *cluster analysis*. Así profundizaríamos algunas conclusiones, quizás apresuradas, de las actitudes y el comportamiento de determinados grupos. Por ejemplo, podríamos estudiar los sujetos que con un nivel educativo alto o medio tienen a la televisión como referente informativo; o viceversa, las personas que teniendo un nivel educativo bajo -sin estudios o primarios- atienden a la prensa como principal fuente de información. Un correcto análisis de estas variaciones requeriría metodologías complementarias para captar las redes sociales en las que se encuentran insertos estos grupos de individuos.