

EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

*Por Irene Martín y Marta Fraile
Universidad Autónoma de Madrid*

1. Medios de comunicación e implicación política de los jóvenes: Introducción

En este trabajo analizamos la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación tanto tradicionales como aquellos que tienen que ver con las nuevas tecnologías. Asimismo, nos planteamos si dicha relación tiene algún efecto en la implicación de los jóvenes con la política. Concretamente, trataremos de responder a las cuatro preguntas que siguen: ¿Está aumentando la desafección política entre los jóvenes en España en relación con generaciones anteriores? ¿Hay un problema con la ciudadanía democrática en España? ¿Utilizan los jóvenes en mayor medida las nuevas tecnologías para informarse sobre temas políticos a la par que desciende su uso de los medios tradicionales? ¿Existe alguna relación entre el consumo de información política en los medios y la implicación política?

Para responder a las preguntas anteriores hemos partido de una premisa que creemos necesario explicitar. Concretamente, creemos que apostar por la democracia significa apostar por unos ciudadanos informados sobre asuntos políticos, críticos, preocupados por la comunidad política y dispuestos a implicarse activamente. Sin embargo, existe un cierto consenso de que esto no es lo que ocurre en las democracias actuales e, incluso, en varios países hay indicios de que la situación puede estar empeorando entre los jóvenes (por ejemplo, el abstencionismo electoral en este grupo de edad

parece estar aumentando). Por otra parte, sabemos que la desafección política es especialmente elevada en España cuando la comparamos con otros países.

La nueva asignatura de Educación para la Ciudadanía y Derechos Humanos ofrece una oportunidad para hacer frente a este problema. Consideramos que la educación para la ciudadanía no es más que la evidencia de un compromiso activo por parte de las autoridades públicas con la democracia entendida de la forma en que acabamos de mencionar. Creemos, asimismo, que no cabe entender una educación para la ciudadanía sin tener en cuenta a los medios de comunicación por varias razones. En primer lugar, los medios de comunicación constituyen la única fuente de información sobre temas de actualidad a la que la gran mayoría de la ciudadanía puede acceder (excepto para el caso de nuevas tecnologías como el uso de Internet o la televisión digital, ya que el acceso a esos medios es más desigual entre los ciudadanos)

En segundo lugar, el hecho de que los medios de comunicación son relativamente plurales permite el contraste y análisis de distintas visiones de un mismo problema, lo que es algo esencial en esta asignatura.

En tercer lugar, los medios de comunicación constituyen agentes de socialización tan importantes o incluso aún más importantes que los clásicos tales como la familia o la escuela. Por último, los medios de comunicación pueden constituir en sí mismos canales de participación política de los ciudadanos, como por ejemplo , las cartas al director, los manifiestos políticos de distintos colectivos que persiguen coordinar campañas de acción colectiva (como el consumo político, o la solidaridad con casos de injusticia social o judicial, etc).

2. Evidencia empírica

Vamos a intentar responder a las preguntas recién planteadas a través del análisis de una encuesta reciente diseñada por las autoras de este trabajo

junto con la profesora Mariona Ferrer, para analizar el conocimiento de temas políticos, el interés por la política y la participación política de los jóvenes españoles, y que incluía algunas preguntas sobre el uso de medios de comunicación para informarse sobre temas relacionados con la política. Se trata de la encuesta *CIS 2632*, realizada en enero de 2006. También recurriremos al análisis de los datos de una encuesta sobre temas relacionados que se llevó a cabo en varios países europeos, incluida España. Nos referimos a la primera ola de la *Encuesta Social Europea*, realizada en 2002 y 2003 (dependiendo del país).

A la hora de definir a quiénes consideramos jóvenes hemos dividido a la población en tres grupos de edad que hemos llamado: “generación y” (18-25 años de edad), “generación x” (26-34 años) y “Mayores de 34”. Los que forman parte de la “generación x” son los nacidos entre 1972 y 1980. Esta generación alcanzó la edad de voto entre 1990 y 1998. Frente al grupo de los más jóvenes, se trata de una generación que, en lo que se refiere a nuevas tecnologías, todavía conoció la televisión en blanco y negro y muchos de ellos recuerdan la época anterior al ordenador y a Internet. Por otra parte, han vivido durante su adolescencia el fin de la Guerra Fría y para ellos tienen más sentido los conflictos ideológicos que para los más jóvenes. Estos últimos nacieron a partir de 1981 y alcanzaron la edad de voto a partir de 1999. Por esto a veces se les llama la “generación del milenio”. Sólo conocen la televisión en color, han nacido con el ordenador y han vivido en un mundo en el que los términos “izquierda” y “derecha” no se refieren a visiones radicalmente diferentes del mundo. Por estas razones cabe esperar que la relación que estos dos grupos de jóvenes tengan con la política y con los medios de comunicación sea distinta.

2.1. El conocimiento sobre temas políticos y el interés por la política de los jóvenes españoles

En la encuesta se incluyeron varias preguntas destinadas a averiguar el conocimiento que tienen los ciudadanos españoles sobre algunos temas relacionados con la política. Al analizar las respuestas de los diferentes grupos de edad llegamos a la conclusión de que, en algunos temas, la generación “x” (26-34) tiene más información que las anteriores. Esto ocurre cuando se les pregunta si saben cuál es el país del que es Presidente Hugo Chávez, si saben en qué año se aprobó la Constitución, si conocen el nombre del Ministro de Defensa, y si saben si el PSOE gobierna en la actualidad por mayoría absoluta. En cambio, su conocimiento es menor cuando se les pregunta por el nombre del Presidente de la Comisión Europea, el del primer Presidente de la democracia en España y el del Presidente de la Comunidad Autónoma en que residen (ver tabla 1).

Tabla 1: Conocimiento político.

Porcentajes de respuestas correctas en cada generación.

	Generación Y (18-25)	Generación X (26-34)	Mayores de 34	Total
Nombre presidente CA	69	76	82	79
Nombre Ministro Defensa	55	69*	68	66
Nombre presidente Comisión Europea	9	12	13	12
País del que es presidente Hugo Chávez	45	57*	49	50
Nombre del primer Presidente del gobierno de la democracia española	40	63	77	69
Año en que se aprobó la Constitución Española	34	46*	33	36
¿Gobierna actualmente el PSOE por mayoría absoluta?	64	74*	71	70

Fuente: CIS 2632 (2006)

* Donde la generación x no se diferencia de los mayores de 34 o incluso tiene más conocimientos

Por lo que respecta a las explicaciones de las razones de estas diferencias intergeneracionales en el nivel de competencia política cabe plantearse al menos la posibilidad de que dichas diferencias se deban al hecho de que las nuevas generaciones presentan niveles de preparación y escolarización mayores que las generaciones más viejas. También es posible que las generaciones más jóvenes presenten un mayor interés en determinados temas de política internacional precisamente porque se cuente con más información al respecto.

Además de plantearnos si los jóvenes saben más o menos de temas políticos podemos plantearnos si les interesa más o menos la política. Si los mayores conocimientos que tienen se deben a que han tenido una mejor educación formal no habría por qué dar por supuesto que les interesa más la política que a las generaciones anteriores. Lo que observamos es que, a primera vista, no hay grandes diferencias de interés por la política entre los distintos grupos de edad (tabla 2).

Tabla 2: Interés por la política

Porcentajes de respuestas en cada generación

	Generación Y		Generación X	Mayores de 34	Total
	(18-25)	(26-34)	(26-34)		
Nada	29	27	34		32
Poco	41	40	34		36
Bastante	24	26	24		24
Mucho	6	6	8		7

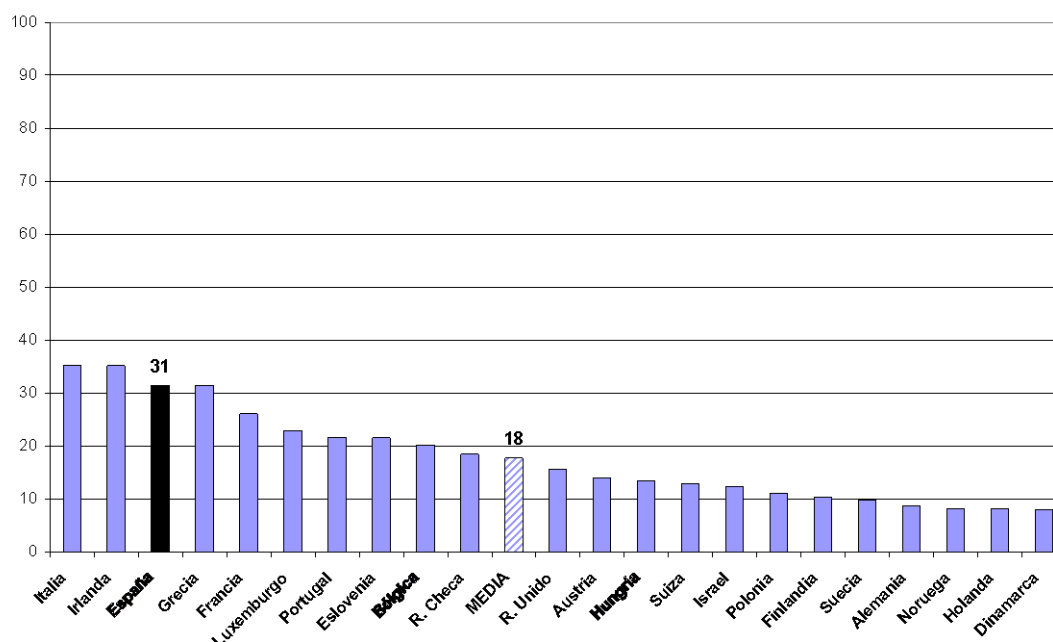
Fuente: CIS 2632 (2006)

Después de ver que los jóvenes no sólo no saben menos por lo general de política que las generaciones anteriores, sino que en algunos temas incluso saben más, y de que no se interesan menos por la política, podríamos llegar a la conclusión de que no hay ningún problema en lo que se refiere a la implicación política de los jóvenes. Sin embargo, corremos el riesgo de que esta conclusión sea demasiado precipitada. De hecho esto es lo que sugiere el gráfico 1.

El gráfico 1 compara el porcentaje de ciudadanos que en 2002 tenían entre 22 y 30 años (y que en 2006 tienen entre 26 y 34) que dicen no estar “nada” interesados por la política en distintos países – fundamentalmente europeos - vemos cómo el interés por la política de los españoles es muy inferior al de la mayoría de los países de nuestro entorno. Un 31% de los jóvenes españoles de la llamada “generación x” dice no interesarse nada por la política. La media del conjunto de países europeos, en cambio, es un 18%.

Gráfico 1

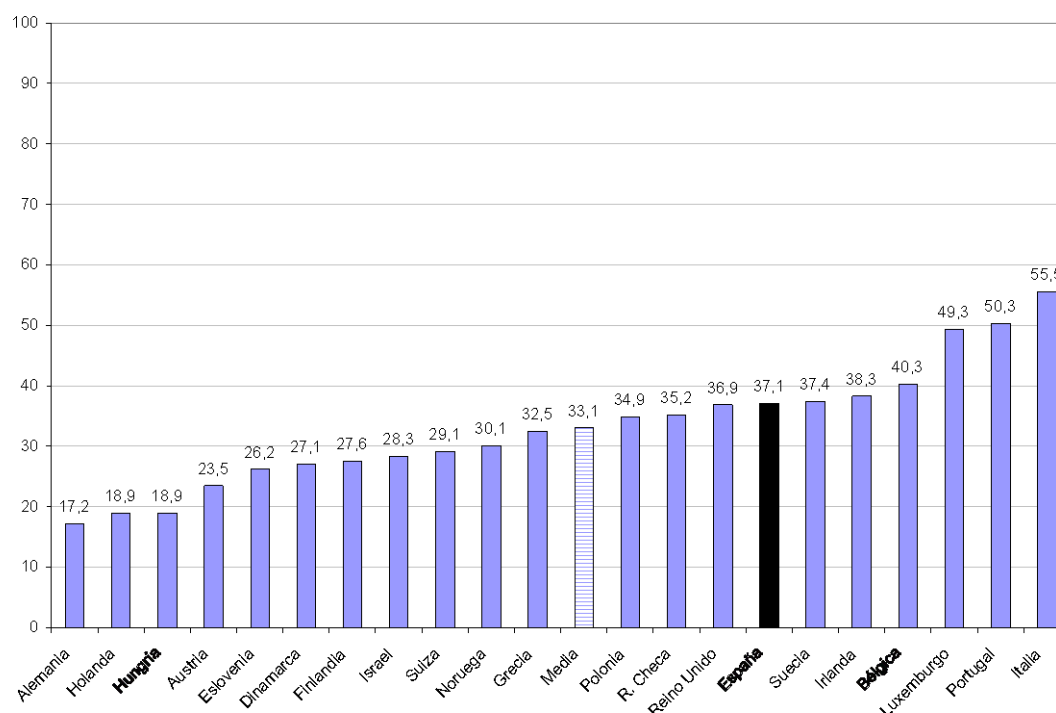
NADA interesados por la política (22-30) - ESS 2002



En coherencia con los resultados apenas comentados nos encontramos con la evidencia del gráfico 2. El mismo muestra que a los jóvenes españoles de la misma edad les cuesta más formarse una opinión sobre temas políticos que a los jóvenes europeos de su misma generación. En concreto, un 37% de los jóvenes que en 2002 tenían entre 22 y 30 decían que les costaba formarse una opinión sobre temas políticos frente al 33% del conjunto de los europeos.

Gráfico 2

Les cuesta formarse una opinión sobre temas políticos (22-30) ESS 2002



2.2. Los medios de comunicación como fuente de información sobre temas políticos

¿Qué tienen que ver los medios de comunicación tradicionales con este panorama que acabamos de presentar? En la tabla 3 analizamos la frecuencia con que los distintos grupos de edad declaran utilizar diferentes medios de comunicación para informarse sobre temas relacionados con la política. Lo que de ella se desprende es que los jóvenes usan menos los medios tradicionales para informarse sobre temas políticos que las generaciones anteriores.

Tabla 3

Consumo de información política en los medios de comunicación tradicionales y en Internet

	Periódicos				TV y radio			
	Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total	Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total
Todos los días	10	15	19	17	52	64	71	67
3-4 días por semana	10	13	13	12	23	21	17	18
1-2 días por semana	18	18	15	16	11	7	5	6
Con menor frecuencia	20	22	16	18	8	5	4	5
Nunca	41	32	37	37	6	3	3	4

	Otros TV y radio				Internet			
	Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total	Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total
Todos los días	7	10	15	13	7	5	3	4
3-4 días por semana	9	11	15	13	6	5	3	4
1-2 días por semana	13	15	13	14	5	6	2	4
Con menor frecuencia	23	27	24	24	14	16	7	10
Nunca	48	37	33	36	68	67	84	79

Fuente: CIS, 2006

De estos resultados cabría deducir que los jóvenes españoles sienten un mayor rechazo o distanciamiento con respecto de los medios de comunicación. Sin embargo, la tabla 4 ofrece evidencia que descarta esta interpretación. En efecto, la tabla 4 muestra que este grupo de edad presenta unos niveles de desconfianza hacia los medios bastante parecidos al resto de generaciones.

Tabla 4

Medias de confianza en distintos tipos de actores e instituciones políticas

(escala de 0 "ninguna confianza" a 10 "Confianza total")

	Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total
ONGs	6,7	6,4	6,3	6,4
Partidos	4,1	4,1	4,3	4,2
Medios*	5,5	5,4	5,5	5,5
Congreso	4,7	4,7	5,0	4,9
Sindicatos	5,3	5,1	4,8	4,9
Actual Gobierno*	4,6	4,5	4,8	4,7

* Diferencias de medias no significativas.

Fuente: CIS 2632 (2006)

Además, como se veía en la tabla 3, los jóvenes prefieren los mismos medios para informarse de temas políticos que las generaciones más mayores. En primer lugar, recurren a las noticias, después a los periódicos, en tercer lugar a los programas sobre temas políticos y, sólo en cuarto lugar, a Internet. Por tanto, cabe pensar que el menor uso de los medios de comunicación por parte de los jóvenes para informarse sobre temas políticos se debe, probablemente, a su temprana edad y que, a medida que vayan creciendo, los utilizarán en mayor medida

En definitiva, no parece que los jóvenes se diferencien tanto de las generaciones anteriores en cuanto a sus actitudes hacia los medios de comunicación. Pero, una vez más, si observamos a los jóvenes españoles en comparación con los de otros países la situación resulta más preocupante. Como evidencian los gráfico 3, 4, y 5 el porcentaje de jóvenes españoles que dicen no dedicar nada de tiempo, en un día normal, a ver las noticias o algún programa sobre política en la televisión, a escuchar las noticias en la radio, o a leer las noticias sobre temas políticos en el periódico es superior a la media del conjunto de países.

Gráfico 3

Jóvenes de 22-30 años que no dedican NADA de tiempo en un día normal a ver las noticias o algún programa sobre política en la TV - ESS 2002

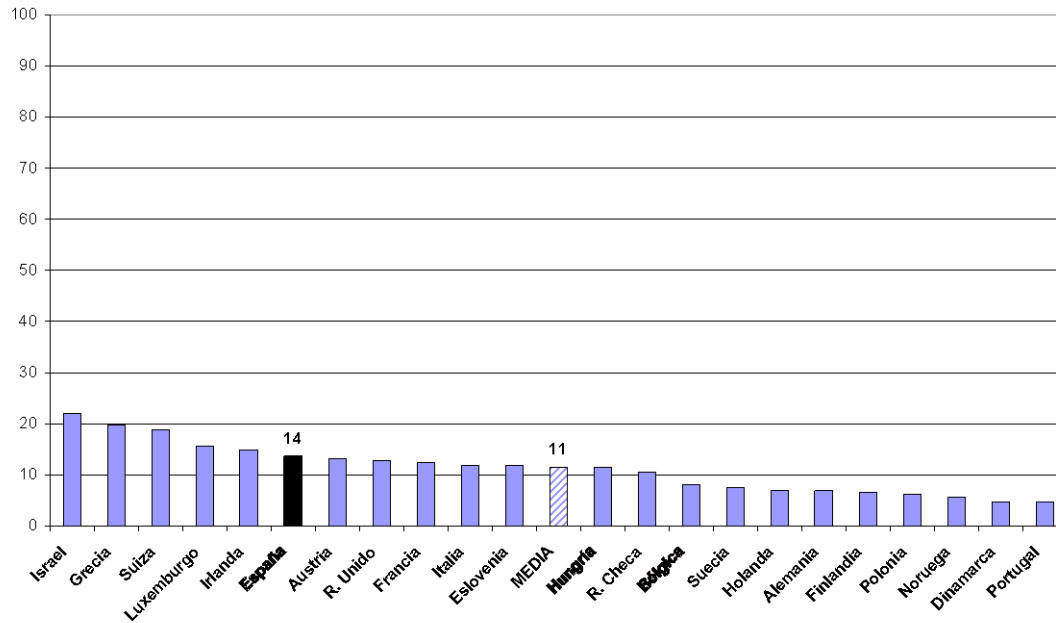


Gráfico 4

Jóvenes de 22-30 años que no dedican NADA de tiempo en un día normal a escuchar las noticias o algún programa sobre política en la RADIO - ESS 2002

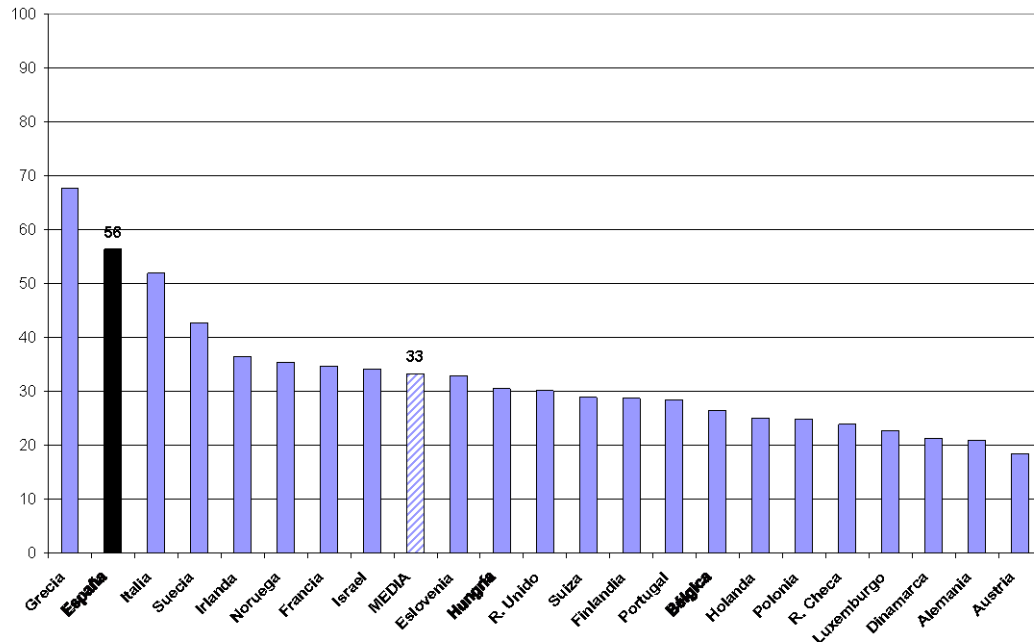
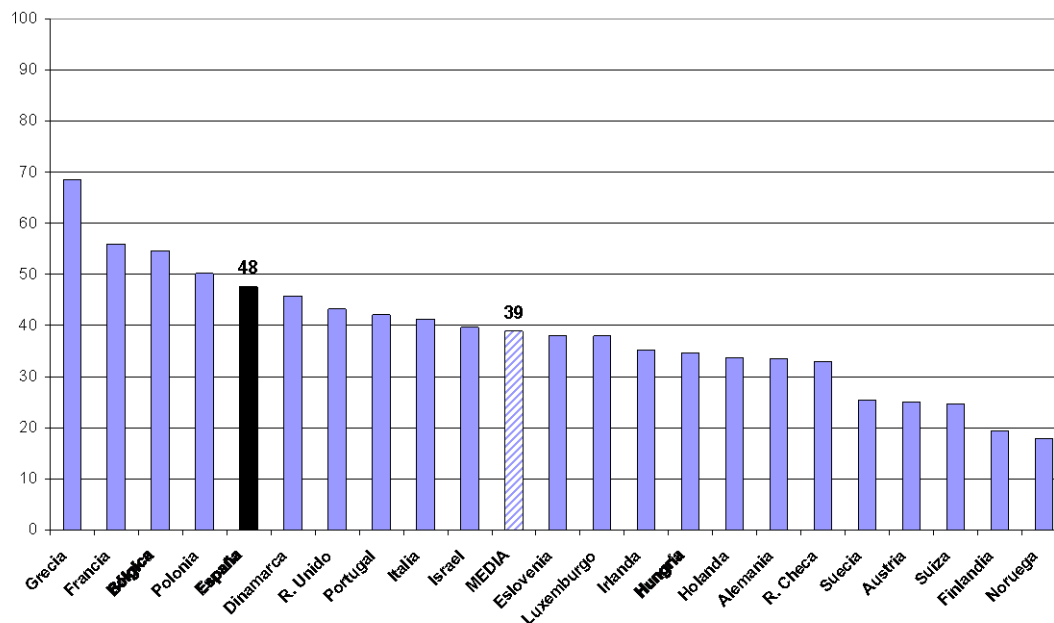


Gráfico 5

Jóvenes de 22-30 años que no dedican NADA de tiempo en un día normal a leer las noticias de contenido político en el PERIÓDICO - ESS 2002



Veamos ahora qué ocurre, de forma más específica, con las nuevas tecnologías. Concretamente, hemos analizado en qué medida los distintos grupos de edad utilizan Internet para informarse sobre temas relacionados con la política y la sociedad, sobre convocatorias de participación política, y en qué medida los utilizan para participar políticamente a través del envío de mensajes sms con contenido político, o de la intervención en foros de Internet sobre temas relacionados con la política.

Lo que observamos es que en este caso son los más jóvenes (los que tenían entre 18 y 25 años en 2006) los que más utilizan más Internet para todos los fines apenas mencionados (Tablas 5 y 6).

Tabla 5

Uso de Internet para recabar información sobre convocatorias para participación política

Generación Y (18-25)	Generación X (26-34)	Mayores de 34
17 %	14%	5%

(Fuente: CIS 2006)

Tabla 6

Participación política a través de nuevas tecnologías

Participar en un grupo de discusión política en Internet			
Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total
4%	3%	1%	2%

Enviar mensajes políticos, sms, a través del teléfono móvil			
Generación Y	Generación X	Mayores de 34	Total
3%	4%	1%	2%

Fuente: CIS (2006)

Llegados a este punto, nos faltaría preguntarnos cuáles son los medios que más parecen fomentar la implicación política. Los datos de que disponemos no nos permiten dar una respuesta definitiva a esta pregunta ya que para ello sería necesario un estudio con un diseño experimental. No obstante, lo que sí sabemos es que quienes consultan Internet para informarse sobre temas relacionados con la sociedad o la política con regularidad son también los que presentan un mayor nivel de competencia política y los que más se interesan por la política. Es más, esto se mantiene cuando controlamos por el nivel educativo de los individuos (estos resultados no se muestran). A los que consultan Internet con regularidad les siguen en conocimiento e interés quienes leen las secciones políticas del periódico con regularidad, quienes ven o escuchan programas sobre temas políticos y, por último, los que siguen las noticias con regularidad (tv o radio) es lo que menos relacionado está con un mayor conocimiento o interés por la política (tablas 7 y 8).

Tablas 7 y 8

CONOCIMIENTO POLÍTICO de los que consultan cada medio al menos una vez por semana

(0 “Ninguna respuesta correcta” 7 “Respuesta correcta a las 7 preguntas”)

	Generación y	Generación x	Mayores de 34
Secciones pol. periódicos	4,1	4,7	4,9
Noticias en TV y radio	3,3	4,0	4,0
Otros programas pol. en TV y radio	3,9	4,6	4,6
Internet sobre política o sociedad	4,2	5,0	5,6

INTERÉS POLÍTICO de los que consultan cada medio al menos una vez por semana

(% de los que se interesan mucho o bastante)

	Generación y	Generación x	Mayores de 34
Secciones pol. periódicos	52	53	51
Noticias en TV y radio	34	35	34
Otros programas pol. en TV y radio	50	52	50
Internet sobre política o sociedad	54	65	64

Se mantiene aún cuando controlamos por el nivel educativo...

Fuente: CIS (2006)

No obstante, como ya hemos señalado, esta evidencia no es suficiente como para poder concluir que el consumo de medios por parte de los ciudadanos fomente su nivel de competencia política o de interés por la política. Muy bien podría ser que la causalidad fue la contraria. Es decir, que precisamente aquellos que mayor conocimiento e interés por la política presentan eligieran consumir información sólo en un tipo de medios. Por desgracia, nuestros datos no nos permiten llegar a conclusiones certeras en este sentido.

3. Conclusiones

En definitiva, ¿cómo respondemos a las preguntas que nos planteábamos al principio de nuestro trabajo? Nos preguntábamos, en primer lugar, si estaba aumentando la desafección política entre los jóvenes en España en relación con generaciones anteriores? La respuesta, a la luz de la evidencia aquí presentada, es que no parece que sea eso lo que está ocurriendo. En segundo lugar, nos preguntábamos si hay un problema con la ciudadanía democrática en España. A esta pregunta la respuesta es, claramente sí. No obstante, hemos intentado demostrar que el problema no afecta de forma especial a los jóvenes sino a todas las generaciones. En tercer lugar, nos habíamos planteado averiguar si se observaba un mayor rechazo de los medios de comunicación tradicionales entre los jóvenes a la hora de informarse sobre temas políticos. Los resultados que hemos obtenido al respecto no son totalmente concluyentes. Podría ser que sí, pero podría deberse al momento del ciclo vital en el que se encuentran los jóvenes. Lo que, en cualquier caso, sí debe preocuparnos, es que los niveles de uso de los medios de comunicación tradicionales por parte de los jóvenes para informarse sobre asuntos políticos en España son muy bajos en comparación con los de otros países.

También nos habíamos propuesto analizar hasta qué punto los jóvenes tienden a utilizar las nuevas tecnologías con fines políticos. La respuesta en este caso es afirmativa ya que los datos muestran que son los más jóvenes los que en mayor medida declaran utilizar Internet y los teléfonos móviles tanto para informarse como para participar en política. No obstante, cabe interpretar estos resultados con cierta cautela, dado el bajo nivel general de ciudadanos que declaran utilizar las nuevas tecnologías para informarse o participar en política

Por último, ¿qué podemos decir acerca de la relación entre los distintos medios de comunicación y la implicación política? De acuerdo a la evidencia que se desprende del análisis realizado, podemos afirmar que es el consumo declarado de información política en prensa y en Internet el que mayor relación presenta con la competencia y el interés por la política de los ciudadanos. Ahora bien, lo que no podemos demostrar es la dirección de la causalidad de esta relación encontrada. En definitiva no sabemos si la prensa o Internet fomentan la implicación política o si son los ciudadanos más implicados políticamente los que más recurren a estos medios.

4. Discusión

Toda la evidencia y comentarios hasta ahora presentados nos sugiere que, para intentar atajar el problema que padece la ciudadanía democrática en España, parece conveniente:

- a) Fomentar activamente la consulta de los medios de comunicación más relacionados los conocimientos políticos y el interés por la política. Estos medios son tanto tradicionales (periódico) como nuevos (Internet).
- b) La educación para la ciudadanía en la escuela parece el ámbito idóneo pero...
- c) También será importante adaptar los contenidos y formas de los medios a los temas que más interesan a los jóvenes

Zaragoza, 26 de enero de 2007.