

Desafectos y medios de comunicación: el estado de la cuestión de una relación difusa

Sumario

Introducción, Ubicando el objeto de estudio, Teorías del Malestar Mediático, Teorías de la Movilización Política, Dimensiones básicas para la discusión, Conclusiones y retos futuros de la investigación.

Resumen

El presente trabajo pretende plantear el estado de la cuestión de los estudios que, enmarcados dentro de las teorías de los efectos de la comunicación política, se han venido ocupando en las últimas décadas de describir la compleja relación entre la extensión de los patrones de desafección política entre los ciudadanos de las democracias contemporáneas, por un lado, y las dinámicas con las que los medios de comunicación vienen ocupándose de los asuntos de carácter político, por otro.

Una vez planteado el modo en el que se han ido cristalizando las posiciones en relación al objeto de estudio, se expondrán en prospectiva los retos a los que politólogos y expertos en comunicación han de enfrentarse para superar los límites de diversa naturaleza que se han ido sedimentando en el área.

Palabras clave: *Comunicación política, Malestar mediático, Desafección política.*

Abstract

This piece of work tries to depict the state of the odds of an area that, framed within the theories of the effects in political communication, during last decades has been focused on understanding the difficult relationship between, by one hand, the extension of political disaffection feelings among the citizens of contemporary democracies and, by the other hand, the dynamics that defined the way media has treated political issues. Once the way that different positions have been consolidated as to the topic under study is stated, the challenges that political and media scientists have to face in order to overcome diverse limits that have been accumulated in this discipline will be presented from a prospective point of view.

Key words: *Political communication, Media malaise, Political disaffection.*

Artículo: *recibido, junio 24 de 2005; aprobado, noviembre 1 de 2005.*

Óscar García Luengo: *Doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid. Experto en Análisis de Datos por el Centro de Investigaciones Sociológicas. Profesor en la Universidad de Granada. Coordinador Académico del programa de “Máster Inter-Universitario en Marketing Político: Estrategias y Comunicación Política” de la misma universidad. Ha impartido docencia en la University of California at Berkeley, University of Saint Louis y la Universidad Técnica de Machala (Ecuador).*

Correo electrónico: *ogluengo@ugr.es*

Desafectos y medios de comunicación: el estado de la cuestión de una relación difusa

Óscar García Luengo

Introducción

Al día de hoy, el estudio de la compleja relación entre la política y los procesos comunicativos encuentra acomodo en un espacio donde convergen diversas disciplinas y se articula bajo la etiqueta de comunicación política. Los medios de comunicación han pasado de tener un papel transitorio en proceso político a determinar de forma efectiva la práctica totalidad de sus dimensiones, lo cual hace de esta época un período especialmente convulso y cambiante. Las consideraciones actuales destacan el lugar central que los medios de comunicación ocupan en la vida política y los comportamientos a ella inherentes. De este modo, son frecuentes los esfuerzos creativos de algunos académicos que, con mayor o menor fortuna, han venido intentando bautizar esta nueva realidad política definida, aún más si cabe, por la centralidad de lo mediático; *Mediacracia* (Phillips, 1975), *Videopoder* (Sartori, 1992), *Democracia de la opinión pública* (Minc, 1995), *Democracia centrada en los medios* (Swanson, 1995: 9), *Democracia de audiencias* (Manin, 1998: 267-287), *Principado mediático* (Colomé, 2001). Por lo tanto, han empezado a producirse en los países democráticos una serie de importantes acontecimientos que cambiarán de forma dramática las relaciones entre la comunicación y la política (Swanson, 1995: 3).

La convicción de que los procesos de comunicación política han favorecido la mengua del compromiso cívico de los ciudadanos de forma concluyente, poniendo en peligro la estabilidad de los sistemas políticos democráticos, o al menos mermando su equilibrio, se ha convertido en una creencia sólida entre académicos y periodistas, en especial en el contexto estadounidense. En las últimas décadas, desde los setenta aproximadamente, los medios de comunicación protagonizan una transformación específica que les coloca en una situación sin precedentes. Como consecuencia de la liberalización del sector, e impulsado con posterioridad por la aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito de la comunicación, se produce la proliferación de canales comerciales alternativos que comienzan a desplazar, y en muchos casos a sustituir, a los tradicionales canales públicos. Estas sinergias, especialmente intensas en el mundo televisivo, inducen un cambio en los contenidos mediáticos con el objeto de captar unas audiencias cada vez más difíciles de seducir. 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, es decir, de la difusión de las actitudes de desafección política.

No obstante, los resultados de investigaciones llevadas a cabo en los últimos años parecen retar estas ideas tan establecidas y suponen un desafío para el ámbito de estudio de la comunicación política. La novedad de estos nuevos estudios que plantean como hipótesis lo contrario, esto es,

que los medios de comunicación no tienen tal implicación en la creciente falta de compromiso con lo político de los ciudadanos, e incluso que éstos producen efectos movilizadores en la población, radica en la diferenciación analítica contemplada, la cual les hace distinguir entre los diferentes soportes (televisión, prensa, radio, e Internet) y entre los diferentes tipos de programación (entretenimiento e informativa). Por lo tanto, la investigación en comunicación política ha venido produciendo en las últimas décadas hallazgos contradictorios en relación a la conexión entre la forma en la que se cubren los asuntos políticos en los medios de comunicación y las actitudes políticas que manifiestan los ciudadanos.

Este trabajo parte de la convicción de que existe un peso significativo de los medios de comunicación en la configuración de la cultura política de los ciudadanos. Sin embargo, lo que se plantea es la ausencia de acuerdo sobre en el sentido en el que se produce esta influencia, esto es, ¿generando compromiso cívico o narcotizando a los ciudadanos? La intención de estas líneas es la de plantear el estado de la cuestión de las aportaciones que, desde un punto de vista sesgado a planteamientos fundamentalmente teóricos, se han ocupado de identificar el grado y sentido de la implicación de los medios de comunicación en la extensión casi incontrolada de los sentimientos de desafección en relación con lo político. Asimismo, se intentarán identificar tentativamente los caminos por los que la investigación en este campo habría de dirigirse con el objeto de superar las limitaciones y las dificultades que se han venido acumulando.

Ubicando el objeto de estudio

Bajo la denominación de las “*Teorías de los Efectos*” se encuentran una multiplicidad de interpretaciones que comparten un espacio general; la información mediática puede influir en los receptores, esto es, el público, a través de varios canales. Esencialmente éstos son el estableciendo de las prioridades en relación con los asuntos públicos -Teorías del *Agenda-Setting*-, la determinación de las pre-

ferencias partidistas del electorado -Teorías de la Persuasión-, y el suministro de la oferta de los recursos necesarios, del tipo que sea, para movilizar o desmovilizar al personal -Teorías de la (Des)movilización política.

El último grupo de razonamientos sobre los efectos mediáticos, en este caso sobre la actitud de compromiso político de los ciudadanos, cobra un especial interés en un contexto político como el presentado por las democracias contemporáneas, tanto si son consolidadas como si tienen pendientes estos procesos. Este conjunto de interpretaciones toma como punto de partida de la capacidad de los medios para producir consecuencias, de una u otra naturaleza, en uno u otro sentido, en el funcionamiento cotidiano del sistema político. De esa forma, los medios de comunicación quedan conformados como verdaderos actores influyentes en la vida política, si bien la condición de esos efectos es muy controvertida y complicada de establecer, sin duda, como se adelantaba en el comienzo, los medios influyen pero ¿en qué dirección? La discusión entre las teorías de la desmovilización política, denominadas también teorías del malestar mediático (*media malaise*) o videomalestar (*videomalaise*)¹, y las recientes reinterpretaciones que argumentan lo contrario, esto es, la movilización política, nos permite explorar esta compleja interacción.

Dada la multiplicidad de métodos, estudios de caso, técnicas de investigación y bases culturales desde los cuales este fenómeno ha sido investigado, se encuentra una complejidad añadida a la hora de identificar pautas teóricas más o menos generalizables dado que, como asegura Marcus Maurer (2003), se trata de un viejo problema hasta cierto punto sin resolver en la medida en que ambas perspectivas están apoyadas en evidencia empírica solvente. Por lo tanto, aun consciente de la dificultad que entraña el etiquetado de las diferentes corrientes concurrentes en este rincón de la investigación en comunicación política, dado que algunos recientes estudios vienen a redirigir elementos determinados por las discusiones teóricas previas², se presentará la contribución de los trabajos más influyentes

¹ A lo largo del trabajo se manejarán los términos “teorías de la desmovilización”, “teorías del malestar mediático” y “teorías del videomalestar”. Salvo las pequeñas matizaciones contempladas en el texto, podrán considerarse sinónimos los tres conceptos, usándose en la mayoría de los casos indistintamente.

² En este sentido, destaca el ejemplo de un análisis desarrollado por Claes H. De Vreese y Holli A. Semetko (2002). Estos autores estudian el papel de los medios en el cinismo y el compromiso políticos alrededor de la campaña electoral con ocasión del referéndum de aprobación de la moneda europea única en Dinamarca en el año 2000. Tras el desarrollo de la investigación, llegan a unas conclusiones que parcialmente apoyan las dos perspectivas, la del *videomalaise* y



de cada perspectiva, es decir, aquellos que se constituyen como los estudios clásicos del área, y la aportación de los últimos análisis sobre el tema, que son cada vez más numerosos y, en la mayoría de los casos, presentan serios avances alternativos en este campo concreto de las teorías de los efectos.

De esta forma, se ha de insistir en plantear cierta precaución dado que se entra en un lugar teórico especialmente convulso puesto que, como se ha venido adelantando, las dos teorías que se enfrentan hallan apoyo y validación, no sólo en una dimensión teórica, esto es, en la asistencia de explicaciones plausibles basadas en la observación, sino también en un plano empírico como consecuencia de la aplicación del método científico.

Teorías del Malestar Mediático

El origen de este conjunto teórico, *media malaise*, es de alguna forma impreciso. quizás, la base de estas interpretaciones se encuentre en las reflexiones de Kurt Lang y Gladys Lang (1966). Estos autores fueron pioneros en sugerir los vínculos entre el incremento de los canales informativos y la generalización de los sentimientos de desconexión con el proceso político, en este caso norteamericano. Desde su punto de vista, el proceder de la televisión a la hora hacer la cobertura de las noticias de naturaleza política podría afectar las orientaciones fundamentales del electorado hacia las piezas institucionales públicas principales, incluyendo el Gobierno. Los programas emitidos por la televisión, razonaban, acentúan los elementos conflictivos del proceso político, lo cual fomenta el cinismo de las audiencias. Sin embargo, esta primera aportación no tuvo demasiado impacto en la comunidad científica puesto que se proponía en un contexto todavía dominado por el paradigma de los efectos mínimos descrito en las líneas anteriores; la voz de los Lang quedó marginada en ese momento, en parte porque el consenso sobre la comunicación política radicaba en que los medios de

comunicación tenían sólo unos efectos mínimos en la opinión pública (Norris, 2000: 5). En cualquier caso, su contribución no puede caer en olvido puesto que esta obra acaba configurándose como la primera referencia en los estudios del área, sin tener en cuenta el impacto académico que tuvo en primera instancia, y quizá uno de sus elementos de impulso definitivos.

Tenemos que esperar hasta 1967 para ver el primer texto académico que unía los términos malestar y televisión. Fue el famoso politólogo Robert Dahl (1967: 967) en un artículo titulado "*The City and the Future of Democracy*" ("La ciudad y el futuro de la democracia"), el que parecía presagiar la intensa actividad intelectual que iba a surgir en los años siguientes alrededor precisamente de esos dos elementos, el desencanto o malestar político y los medios de comunicación.

De este modo, poco a poco, un nuevo conjunto de consideraciones empezaba a hacerse un hueco y a cuestionar el paradigma dominante durante esos años de la década de los sesenta. La idea de que los medios de comunicación adquirían más peso del que se había podido estimar hasta el momento se iba forjando con más fuerza entre las cada vez más numerosas publicaciones científicas; Paul Weaver, por ejemplo, aseguraba que los formatos informativos de la televisión fomentaban desinterés (en el mejor de los casos) o rechazo cínico (en el peor) hacia las instituciones nacionales (Weaver, 1972: 74).

No obstante, el año 1976 fue vital en el desarrollo y posterior consolidación de las teorías del malestar. De hecho, muchos de los estudios que se han realizado en este campo toman este año como la referencia inaugural a la que hacer mención. En este año Michael Robinson (1976), popularizaba el término *videomalaise* o videomalestar³ a raíz de una influyente investigación que tomó forma en el artículo titulado "*Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of The Selling of the Pentagon*" ("Los asuntos públicos

la de la movilización. Por un lado, observaron que cuanto más expuestos estaban los daneses a noticias estratégicas, mayores cotas de cinismo político mostraban. Por otro lado, la exposición mediática a este mismo tipo de noticias no supuso ninguna reducción de la movilización política o, en otras palabras, el consumo de medios en este caso concreto no está relacionado con el desinterés, la desmovilización o la participación política en su vertiente electoral.

³ La discusión entre los términos videomalestar y malestar mediático, obedece simplemente a los soportes comunicativos que han dominado en los diferentes períodos de la evolución de la comunicación política. Cuando Michael Robinson acuñaba el término *videomalestar*, no hacía sino dejar constancia del protagonismo de la televisión en los estudios sobre el panorama mediático de los años setenta y comienzo de los ochenta. Las contribuciones posteriores han preferido referirse a *media malaise*, un término más completo, menos discriminante, con la intención de contemplar la trascendencia de otros medios como los escritos en este proceso de desencanto político.

en la televisión y el crecimiento del malestar político: El caso de la venta del Pentágono”). El análisis de este documento nos permite la primera precisión de un concepto teórico que se había nutrido de tentativas más o menos influyentes en el pasado inmediato, pero que se verá impulsado de forma definitiva a partir de entonces con celeridad (García Luengo, 2002: 93). Esta primera referencia surge de la elaboración de un proyecto de carácter empírico que combina metodología procedente de la psicología experimental con técnicas de análisis de datos estadísticos⁴.

El análisis de esta primera aportación de Robinson nos lleva a identificar seis factores, distinguidos pero interrelacionados entre sí, con el objeto de explicar el crecimiento del videomalestar (Robinson, 1976: 426): 1) la magnitud y forma anómalas de la audiencia televisiva, 2) las percepciones públicas sobre la credibilidad de los programas, 3) el carácter interpretativo de la cobertura informativa, 4) el énfasis en lo negativo de los informativos televisivos, 5) el acento en el conflicto y la violencia de los reportajes, y 6) el sesgo anti-institucional de los programas informativos de la televisión. Todos estos elementos confluían a la hora de fomentar la desafección política generalizada, la frustración, el cinismo y el malestar.

Por lo tanto, la existencia de una “audiencia inadvertida” (aquella que no busca las noticias sino que se topa con ellas) particularmente vulnerable y numerosa, los altos niveles de credibilidad de los que goza la televisión como fuente de información política, el carácter interpretativo que los medios proyectan sobre los asuntos políticos que, además, dadas las exigencias del formato televisivo, presentan una tendencia natural a resaltar lo negativo, lo perjudicial, lo contencioso, lo anti-institucional, lo controvertido, lo violento, lo conflictivo y, en definitiva, todo lo maléfico, son las dimensiones clave a través de las cuales se cristaliza el videomalestar.

Así se puede señalar el estudio de Robinson como el punto de partida desde el cual numerosos autores comienzan a acusar a los medios en general como los responsables del alejamiento político de los ciudadanos. Estos

investigadores han seguido esta línea de interpretación, parcialmente apoyados en una argumentación lógica y en parte apoyados en investigación empírica contrastable, para concluir que la televisión específicamente es la responsable de la desconfianza y la desafección política de las audiencias, con una particular intensidad del caso norteamericano.

“Robinson presentó datos para mostrar que la gente que se entregó básicamente a la televisión para informarse sobre los asuntos públicos [...] tendió a ser más cínica sobre las instituciones públicas y más dudosa de su propia capacidad política, que aquellos que utilizaron otros medios” (Hallin, 1994: 40).

Joseph Cappella insiste en esta cuestión apuntando que, desde 1960, la cobertura informativa de la política en general, especialmente durante las campañas electorales y con más intensidad en el caso norteamericano, se ha convertido predominantemente en estratégica, esto es, fundamentalmente interpretativa en detrimento de las cualidades descriptivas, y concentrada en mayor medida en cuales son los puntos débiles de los candidatos más que en sus méritos y virtudes (2002: 234-235). Por ejemplo, en esta línea Philippe Maarek denuncia la tendencia natural de los periodistas a dedicar un mayor tiempo y una atención más pormenorizada a los políticos que cambian de opinión (Nadeau y Giasson, 2003: 8). Este conjunto de argumentos, ya presente en las primeras obras del malestar mediático, es el que se esgrime para razonar la constante caída del compromiso cívico de los ciudadanos durante las últimas décadas. Desde este enfoque teórico, son los desafectos coincidentemente los que más medios de comunicación consumen, esencialmente televisivos.

En definitiva, los observadores adscritos a esta corriente del malestar mediático aseguran que, lejos de informar y movilizar al público, la cobertura informativa promueve el cinismo del público y la apatía política, en definitiva, la desafección política. La exposición a las noticias de los medios limita el aprendizaje sobre

⁴ El trabajo del que ha sido considerado el padre del videomalestar fue criticado por otros autores, como Daniel Hallin (1994: 41) o Arthur Miller, Edie Goldenberg y Lutz Erbring (1979: 68), precisamente por no incluir un análisis de contenido, dando por hecho la negatividad de los contenidos mediáticos: *“Sin embargo, el estudio de Robinson tiene un error crítico. Está basado en la asociación entre actitudes políticas (eficacia y confianza en el gobierno) y informes sobre hábitos mediáticos (confidencia en la televisión frente a otros medios), pero no contiene medidas de lo que desde la propia posición teórica de Robinson se constituye como la auténtica variable independiente: el contenido de las noticias televisivas”* (Hallin, 1994: 41)



política, erosiona la confianza en los líderes políticos y en las instituciones gubernamentales, y reduce la movilización política:

“Las teorías del videomalestar argumentan que los valores dominantes y los sesgos estructurales de los informativos producen una cobertura de campaña dominada por los resultados de los sondeos –quién va ganando–, por los escándalos personales, por la estrategia cínica de los informadores, donde la falta de un detallado y documentado debate sobre los problemas serios de las políticas públicas brilla por su ausencia” (Norris et al, 1999: 97-98).

Esta perspectiva del videomalestar, la cual se puede considerar suficientemente consolidada a finales de los años ochenta y principios de los noventa, disfruta de una particular aplicabilidad en el contexto político norteamericano o, más en concreto, en el contexto electoral norteamericano. Los principales estudios que dotaron de robustez teórica las posiciones del malestar mediático, tomaban los medios de comunicación y el sistema político norteamericanos como centro de reflexión (Robinson, 1976; Postman, 1991; Patterson, 1994, 1996; Fallows, 1996; Cappella y Jamieson, 1996, 1997). La producción es muy amplia y tiene una gran variedad, tanto metodológica como en cuanto a soportes mediáticos se refiere: periódicos, documentales televisivos, campañas electorales televisadas, etc. Además, los estudios se centran en un régimen de práctica exclusividad a los períodos de campaña electoral, precisamente porque los procesos de comunicación política son más intensos y los flujos de información sobre lo público son muy abundantes durante estos ciclos. Sin embargo, estas teorías también comienzan a emplearse en la realidad política europea, coincidiendo con la denominada ola de americanización de la política (Norris et al, 1999).

Pero realmente, ¿Qué es lo que ha cambiado en el panorama mediático para que la comunidad científica haya reflexionado tanto sobre las nuevas implicaciones políticas de los procesos comunicativos? ¿Cuáles son las dinámicas involucradas en estos procesos descritos?

Retomando las precisiones con las que se abría este trabajo, se puede decir que el funcionamiento ordinario de los medios de comunicación provoca alineación y desafección

políticas en el público. Esta hipótesis presupone que 1) en una etapa anterior, sin delimitar aún, la actividad de los medios no provocaba estos efectos concretos, o si los provocaba no era con tanta intensidad, y 2) que el cambio en el quehacer mediático coincide con el desplome de los niveles de compromiso ciudadano para con lo político. Esta variación levanta sospecha sobre la conexión y la dependencia de estas dos variables, la independiente y la dependiente.

En una primera aproximación, se observa como algunos expertos (Miller et al, 1979: 67; Patterson, 1994: 19; Hallin, 1994: 58-86; Norris, 2000: 282) insisten en la importancia de dos acontecimientos históricos, y de su cobertura informativa por parte de los medios, en la evolución de la comunicación política. Según estas interpretaciones, la guerra de Vietnam y el escándalo *Watergate*, a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta, significaron un punto de inflexión clave en la trayectoria mediática. La cultura informativa en el contexto norteamericano quedó transformada con estos dos acontecimientos, moviéndose hacia posiciones condicionadas por una visión confrontada de lo político y lo periodístico, por una cobertura marcadamente negativa de los períodos electorales, y por la elección de un marco estratégico a la hora de informar sobre las campañas; Vietnam y *Watergate* marcaron el momento en el que la prensa se puso en contra de los políticos (Patterson, 1996: 21). Tomando los razonamientos propuestos desde las posiciones del *media malaise*, el argumento iría como sigue; la actitud informativa de los medios se transforma profundamente tras los sucesos de Vietnam y *Watergate*, moviéndose a posiciones más negativas y de confrontación con el mundo de lo político, por lo que las audiencias, cada vez más numerosas, asimilan ese negativismo que revierte en unas mayores cuotas de alineación política.

Por lo tanto, a partir de mediados de los setenta se puede considerar de forma clara consolidado este nuevo patrón actitudinal mediático centrado básicamente en la cobertura antigubernamental (Miller et al, 1979: 67), sobre el cual comenzará a generarse una considerable actividad académica.

“Las reglas de los reporteros cambiaron con Vietnam y Watergate [...]. El venenoso efecto de Vietnam y Watergate en la relación entre periodistas y políticos no se ha disipado. El sesgo antipolítico de la pren-

sa que salió del armario hace dos décadas ha permanecido” (Patterson, 1994: 19).

En este sentido, de nuevo, se puede destacar el protagonismo de las investigaciones llevadas a cabo bajo el paraguas de la comunidad científica norteamericana cuyo objeto de estudio es precisamente el contexto estadounidense⁵. Por ello, se debe tener presente este sesgo, sobre todo en el período inicial de estas corrientes, a la hora de plantear el análisis.

En el último tercio de siglo, por consiguiente, se pueden observar varios desarrollos esenciales en el mundo de la comunicación *post-Vietnam* y *post-Watergate* que van a determinar la evolución posterior del panorama mediático en general, y su estilo de cobertura en concreto. Estos acontecimientos, los cuales presentan altos niveles de interconexión, son la liberalización de los mercados de la comunicación y la multiplicación de los canales comerciales o de titularidad privada, por un lado, y la “espectacularización” o “sensacionalización” de los contenidos, incluyendo los de naturaleza política, con el objetivo de alcanzar los mayores índices de audiencia, por otro.

En cualquier caso, las posiciones que resultan tienen una postura común: las prácticas llevadas a cabo en comunicación política en general, tanto por los medios como por los partidos políticos en campaña, amenazan la cohesión de la sociedad civil en términos de conocimiento sobre asuntos públicos, confianza en el gobierno, y activismo político, esto es, contribuyen a extender los sentimientos de desafección política.

Ya metidos en la década de los noventa, se encuentran otros autores que han venido a confirmar estas posiciones respecto a otras dimensiones de la desafección política, como podría ser la del compromiso asociativo. Es el caso de Robert Putnam (2002), quien a partir de mediados de los noventa publica una serie de influyentes trabajos sobre el decremento del capital social o, en sus propios términos, el proceso de “*decapitalización social*”, señalando a los medios de comunicación, la televisión de nuevo⁶, como responsables de esta tendencia. El propio Putnam estima en su hipótesis que

la televisión es la responsable de este desplome en aproximadamente un 25 por ciento, si bien señala que esto se puede ver distorsionado al alza por interaccionar con el cambio generacional, otra de las dimensiones incluidas en la tentativa explicativa (Putnam, 2002: 382-383). Las razones esgrimidas por este autor son, como se planteará más adelante con detalle, con más detalle, la competencia de la televisión por una disponibilidad temporal ya escasa, los efectos psicológicos que inhiben la participación social, y los contenidos televisivos que acaban carcomiendo las motivaciones cívicas (Putnam, 2002: 317).

“Al concluir el siglo XX los norteamericanos ve más televisión, la ven de manera más habitual y generalizada, y la ven más a menudo solos; y ven programas asociados específicamente a la pérdida del compromiso cívico[...]. Entre los que se da la máxima probabilidad de abandono de la vida cívica y social son precisamente los más caracterizados por esta dependencia del entretenimiento por televisión [...]. Los grandes consumidores de estas nuevas formas de entretenimiento son sin duda personas aisladas, pasivas y distantes de sus comunidades” (Putnam, 2002: 330).

En último lugar, parece conveniente resaltar un prolijo análisis bastante reciente sobre este mismo aspecto desarrollado entre 1998 y 2001 por Marcus Maurer (2003), profesor en la Universidad de Mainz. La contribución de esta investigación es inmensa, dado que emplea no sólo un análisis empírico bastante complejo, sino porque maneja unos datos que permiten cierto avance en el área. Además, la exactitud y validez empírica de este estudio es extraordinaria puesto que el autor combina la realización de los procedimientos estadísticos ya mencionados con la elaboración de un detallado análisis de contenido mediático. Maurer toma la oscilación de la satisfacción con el funcionamiento de la democracia en la ciudad de Mainz, medida durante tres años en seis tomas de datos diferentes, para comprobar caso por caso el peso específico de, en primer lugar,

⁵ A este hecho se refiere exactamente Pippa Norris, quien dedica un capítulo de su volumen a tratar el excepcionalismo americano -*American Exceptionalism?*- (Norris, 2000: 279-306).

⁶ Las posiciones derivadas de las investigaciones son, a veces, un tanto indeterminadas y ambiguas, situándose entre las teorías de la desmovilización y las de la movilización. El caso de la contribución de Robert Putnam da cuenta de ello: si bien se puede decir que es uno de los autores de referencia del malestar mediático, él mismo reconoce que ajustando algunas categorías en el análisis, las matizaciones podrían acercar su perspectiva a las teorías de la movilización.



la exposición a noticias políticas televisivas y, en segundo término, el negativismo con el que éstas se emitieron. Las conclusiones a las que llega este autor vienen a confirmar que las noticias esencialmente negativas son mucho más efectivas a la hora de reducir la implicación cívica de los ciudadanos, que las noticias neutrales o positivas a la hora de incrementar este mismo indicador. Por lo tanto, y salvando las distancias marcadas por los objetivos concretos y las variables específicas de esta investigación, los hallazgos vienen a confirmar las posiciones del malestar mediático puesto que la negatividad con la que se emiten esos mensajes políticos acaba determinando el nivel de compromiso político.

Resumiendo, las teorías del *media malaise* sostienen dos asunciones medulares: 1) que los procesos de comunicación política tienen un impacto significativo sobre el compromiso cívico de los ciudadanos y 2) que esa repercusión se produce en una dirección negativa o, en otras palabras, que la falta de compromiso social para con el proceso político está determinado por el proceso de comunicación política.

Teorías de la Movilización Política

La posición propuesta por las teorías del *media malaise* es rectificada por un conjunto de trabajos científicos cuyos resultados se han agrupado bajo la etiqueta de lo que se ha coincidido en denominar "*Teorías de la Movilización Política*". Si bien es cierto, estas recientes interpretaciones no vienen a aniquilar toda la contribución anterior. No obstante, formulan unas matizaciones de naturaleza substancial que cuestionan el discurso central del videomalestar (García Luengo: 2002: 95). En otras palabras, sugieren que los medios de comunicación contemporáneos tienen un impacto significativo en el público, este punto lo comparte con el malestar mediático, pero a diferencia de éste en una dirección positiva, esto es, manteniendo y promoviendo el compromiso y la participación democráticos, esto es, "custodiando" la afición democrática.

Indagando en los orígenes de las teorías de la movilización política, se puede decir que éstas aparecen en la escena académica con una gran influencia en la década de los noventa (Holtz-Bacha, 1990; Norris, 1996, 2000; Newton, 1998), tras la publicación de los productos de investigaciones más o menos específicas, que dan como resultado este corpus

teórico. Se podría afirmar que los primeros trabajos en esta dirección, y en cierta medida los que siguen desarrollándose con posterioridad en esta misma línea argumental, surgen como consecuencia del contraste de las hipótesis del malestar mediático. Por lo tanto, se puede asegurar que las teorías de la movilización son resultado más bien directo de la falsación de la mayoría de las hipótesis subyacentes propuestas por el videomalestar.

Uno de los principales escritos a los que se hace referencia para dotar de contenido esta posición de la movilización política, es el publicado en 1990 por la profesora alemana Christina Holtz-Bacha, en el cual se presenta una revisión de las teorías del malestar mediático a través de la contrastación empírica del caso de Alemania Occidental. Sin duda, uno de los hallazgos más destacables de este análisis es el hecho de que la exposición a los noticiarios televisivos y a los periódicos de información general, no estaba relacionada con la presencia de las dimensiones configuradoras de la desafección política. Esto supuso una brecha en la producción teórica que había venido gozando de gran aceptación en la academia, en especial la estadounidense, puesto que cuestionaba la principal de las asunciones del malestar mediático; la exposición a determinados medios, incluyendo los televisivos, podría no estar relacionada con la apatía, el cinismo y la desafección para con lo político. En concreto, la Holtz-Bacha aseguraba en esta publicación que, entre las variables de exposición mediática, sólo se podían señalar a la exposición a contenidos de entretenimiento, tanto televisivos como escritos, como buen predictor de la alineación y la desafección política. En consecuencia, una nueva posibilidad de interpretaciones sobre la relación de estas variables parecía abrirse en el mundo de la investigación en comunicación política.

Un poco más avanzada la década de los noventa, emergen en la escena académica estudios que vienen a corroborar las dificultades de hacer una universalización tan tajante sobre el efecto *narcotizador* de la exposición mediática en general. Kenneth Newton (1998), profesor en la Universidad de Essex, es otro de los autores que contribuyen especialmente a la reformulación del videomalestar y la consolidación de las teorías de la movilización política. Este autor actualiza también las aportaciones de las figuras más destacadas del malestar mediático para poder chequear la situación existente en el caso de Gran Bretaña. De nue-

vo, la tendencia que se venía adelantando se viene a confirmar con la evidencia elaborada por Newton. En primer lugar, no existe prueba de que el malestar político esté asociado con la exposición elevada a los medios televisivos en general. En segundo lugar, la lectura frecuente de periódicos de información general está conectada de forma significativa con indicadores de conocimiento, entendimiento e interés políticos, es decir, con dimensiones de movilización política, independientemente de que afecte a un número reducido de la población. En tercer lugar, el consumo de noticias televisivas de carácter político presenta una tendencia similar a la anterior, aunque algo más débil, pese a que comprende a un mayor número de ciudadanos. Por lo tanto, según las conclusiones avanzadas por este autor los datos referidos a este país no muestran una conexión reveladora entre consumo mediático, el grado de malestar político y el descendente capital social.

De alguna u otra forma lo que estas interpretaciones iniciales estiman es que basta con diferenciar algunas categorías analíticas para poder llegar a la conclusión de que las teorías del malestar mediático no son aplicables tal y como han venido siendo formuladas. Fundamentalmente, el fondo radica en distinguir entre los efectos positivos y negativos de los diferentes medios, mensajes, audiencias y efectos (Norris et al, 1999: 99). En este sentido, por ejemplo, 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 alineación políticos.

Cabe indicar la importancia de una teoría que, si bien queda enmarcada dentro de las teorías de la movilización, adquiere una entidad propia al conllevar una serie de avances con respecto a las genéricas; la *“Teoría del Círculo Virtuoso”* (Norris, 2000). Pese a proponer una perspectiva similar a las otras contribuciones de la teoría de la movilización política y objetar las conclusiones del malestar mediático, la teoría del círculo virtuoso, propuesta por la politóloga Pippa Norris, comporta una vuelta más de tuerca y aporta una elaboración teórica más completa. Una de las deducciones principales del círculo virtuoso reside en afirmar que, tras el examen de la evidencia

empírica derivada del análisis de los datos referentes Estados Unidos y Europa Occidental, la atención a las noticias en general, y a las emitidas por televisión concretamente, no se constituye como factor que contribuya a la erosión del apoyo difuso al sistema político, ni a la extensión de los sentimientos de desafección política. Al contrario, aquellos expuestos de forma consistente a los informativos y a las campañas electorales, se presentan como los mejor documentados en términos políticos, los que más confían en el gobierno y el sistema político, y los más participativos en términos electorales (García Luengo, 2002: 97).

Este enfoque, al igual que el resto de las teorías de la movilización, recupera la tradición de la Escuela de Columbia la cual concebía a los medios como ejecutores de una fuerza positiva sobre la democracia, como elementos fundamentales para la consecución de una profundización democrática efectiva. Si bien se trata de una contribución esencialmente teórica, sus conclusiones son muy consistentes y compatibles con detallados resultados de carácter empírico que se proporcionan en el volumen en cuestión, los cuales se conforman sin duda como una encomiable evidencia científica de apoyo a su posición. El problema de darle una validez a la teoría del círculo virtuoso, y en realidad a cualquiera de las dos teorías alternativas presentes en esta área, videomalestar y movilización, reside en el hecho de que los efectos de los procesos comunicativos son difusos y operan acumulativamente a lo largo de una vida de exposición a los informativos, más que ser un impacto particular de un mensaje concreto, lo cual nos remite de nuevo a las discusiones de las que se hablaba en el apartado anterior sobre las complicaciones inherentes a los procesos de transmisión, formación y afirmación de la cultura política de los ciudadanos.

La autora rescata como base de sus consideraciones respecto al tema, la gran lacra observada en los estudios que han intentado durante décadas descifrar la lógica temporal de la influencia de los medios de comunicación en la cristalización de actitudes comprometidas con la vida y el proceso políticos, es decir, el establecimiento del sentido de la causalidad (Nye, 1997: 6; Pfau, Moy, et al, 1998: 741). La superación de esta problemática, presente como se insistía con anterioridad en el caso de la cultura política, plantea una gran cantidad de dificultades técnicas, metodológicas y epistemológicas (Cappella, 2002: 235), por la com-



plejidad de la naturaleza específica del proceso de comunicación *per se*. En definitiva, Pippa Norris viene a proponer una solución planteada, en algunos casos con anterioridad, no sólo en otros campos, como se insistía al presentar la noción de cultura política, sino también en el propio terreno de la comunicación, como se adivinaba en algunos volúmenes dedicados al análisis en profundidad de esta interconexión (Cappella y Jamieson, 1996: 83; Pfau, Moy, et al, 1998, 741; Moy y Pfau, 2000: 31-48; Hooghe, 2002: 7; Putnam, 2002: 293).

“¿Es el negativismo mediático el que reduce la confianza pública, o son los políticamente cínicos los que se sumergen en esas fuentes de comunicación masiva que reflejan sus actitudes? Probablemente ambas” (Pfau, Moy, et al, 1998: 741).

“La investigación sobre el impacto de los medios se parece al dilema del huevo y la gallina, y con la dimensión del consumo mediático es muy común que la dirección de la causalidad permanezca sin determinar” (Hooghe, 2002: 7).

Norris propone en este sentido un arreglo circular, insistiendo en que el proceso de comunicación política puede entenderse como un círculo virtuoso (Norris, 2000: 315-319), como contraposición a la idea de círculo vicioso, puesto que a largo plazo refuerza el activismo de los activos, el interés de los interesados, el conocimiento de los ilustrados⁷, el compromiso de los comprometidos, el entendimiento de los competentes o, en definitiva, la afección de los afectos. Precisamente al observarse el funcionamiento del mecanismo como un círculo, como una espiral, se puede hablar de una doble direccionalidad; el más informado políticamente, el que más confía y el más participativo, es el que más se expone a la cobertura mediática de los asuntos públicos; aquellos que más expuestos están a la cobertura mediática de los asuntos públicos, se hacen más comprometidos con el sistema político.

Sin embargo, después de hacer un recorrido por las contribuciones teóricas más influyentes, de alguna forma es trivial entretenerse en localizar el origen de esta dependencia o conexión, precisamente por las evidentes

dificultades técnicas y metodológicas, según algunos autores imposibilidad efectiva (Zukin, 1981: 382), encontradas en este empeño. En definitiva, lo significativo, lo trascendente de verdad, es que la exposición a los medios no está relacionada con la desafección política.

“Los más versados en cuestiones políticas, los que más confían, y los más participativos, se muestran más proclives a atender la cobertura informativa sobre asuntos públicos. Y aquellos más atentos a la cobertura sobre asuntos públicos se comprometen más con la vida pública” (Norris, 2000, 317).

Básicamente, pues, la contribución de Norris a las teorías de la movilización radical de forma fundamental en ese paso adelante en el intento de encontrar una solución a las limitaciones existentes para establecer las direcciones causales, sin menoscabo del valioso trabajo de análisis que también presenta.

Dimensiones básicas para la discusión

Lo que parece interpretarse de todas estas reflexiones planteadas es que para llevar a cabo un riguroso análisis de la relación existente entre, por un lado, la exposición mediática y, por otro, el grado de implicación o compromiso político, es necesario contemplar una serie de elementos que, sin duda, nos van a dar una visión más completa y exacta de la problemática bajo examen.

En primer lugar, es fundamental, como se venía adelantado, la distinción entre los diferentes soportes mediáticos. Las teorías del videomalestar mostraron una particular deferencia por el análisis de la televisión en concreto, lo cual derivó en muchos casos en conclusiones cuando menos incompletas. Los planteamientos más actuales que acaban por establecer una corriente alternativa a la del malestar mediático, han venido contemplando un análisis diferenciado de otros soportes como la radio, la prensa escrita e, incluso, Internet (Uslaner, 2000). Esta concreción encuentra justificación en la diferencia potencial que parece observarse en relación con el perfil de las audiencias en cada caso. En este sentido, puede haber claros contrastes entre

⁷ Algunos estudios posteriores (Peer, Malthouse y Calder, 2003: 12) critican esta visión circular puesto que hay algunas categorías, como por ejemplo el conocimiento, en las que los que puntúan bajo lo tienen más fácil para incrementar estos registros tras la exposición mediática, que los que ya se consideran competentes en esa misma dimensión.

la televisión y los periódicos de información general.

En segundo lugar, se hace esencial diferenciar entre los contenidos, partiendo de una distinción entre los de carácter informativo (esencialmente noticias) y los de entretenimiento. En este punto se hallan algunas limitaciones conceptuales puesto que el solapamiento observado hace complicado diferenciar estos contenidos, sobre todo desde un plano práctico. Si bien se puede diferenciar entre entretenimiento, publicidad, pseudo-noticias y noticias, también se debe reconocer que en muchos casos los contenidos de carácter no-informativo, también incluyen elementos importantes de noticias e información relacionada con la política, es decir, tienen significado político⁸.

“No es la forma sino los contenidos mediáticos lo que es más importante: el tratamiento serio y en profundidad de las noticias, tanto en los medios electrónicos como en los impresos, puede informar y movilizar, mientras que un tratamiento superficial y sensacionalista podría inducir a malestar” (Newton, 1998: 5).

“La exposición a la información de naturaleza política tanto en la televisión como en los medios impresos, está relacionada con una visión menos alienada de lo político y con mayores niveles de participación política. Por el contrario, la alineación y la baja participación tienden a estar asociadas con la exposición a contenidos relacionados con el entretenimiento en medios escritos y televisivos” (Holtz-Bacha, 1990: 81).

En relación con la distinción de los diversos soportes, cabe mencionar con una atención especial un ámbito de análisis emergente con gran fuerza en los últimos años, dados los crecientes niveles de difusión que este soporte está experimentando, lo que sin duda va a determinar la investigación en comunicación política en un futuro no muy lejano. Nos referimos al fenómeno de Internet. Este soporte concreto, aún conscientes de los obstáculos analíticos que contiene su examen, está cada vez más presente en investigaciones académicas enmarcadas en este lugar de la comunicación política. Sin embargo, y con mucha probabilidad

por la falta de bases de datos que permitan una adecuada exploración, las conclusiones que van apareciendo en el plano científico no parecen acordar el tipo de conexión entre los internautas y la desafección política. Algunos estudios (Uslaner, 2000: 21-22) insisten en que no hay evidencia suficiente para asegurar que la exposición a Internet genera, o deja de generar, ánimos de desconfianza pública, y que las posibilidades asociativas que abre este medio no compiten con las tradicionales formas de asociacionismo, por lo que se interpreta que no contribuye a restringir el capital social. Otros análisis revelan la amenaza que supone para el capital social la proliferación de las denominadas “ciber-comunidades”, las cuales sí acaban compitiendo con las formas tradicionales de asociacionismo. Este hecho sugiere que la investigación sobre Internet debe enfocarse no sobre las horas de consumo, sino sobre el objetivo con el que se conecta el usuario a la Red. Otro de los aspectos que se resalta es la compatibilidad de este formato con el resto de soportes clásicos, es decir, que la existencia de nuevos canales de información no desplaza a los tradicionales medios de comunicación (Norris, 2002: 9). En cualquiera de los casos, las investigaciones planteadas recientemente en este terreno se encuentran en un lugar común: las dificultades analíticas que este tipo de proyectos presentan al encontrarnos con problemas de solapamiento. Finalmente, se debe mencionar que Internet no gozaba de una difusión tan alta como la de hoy cuando se consolidan las reflexiones que institucionalizan las teorías del malestar, lo que impide tratar este soporte a los investigadores circunscritos en esta corriente, los cuales se centran de forma principal en la televisión, el medio considerado entonces de más repercusión.

Con el cambio de siglo, coincidiendo con la pérdida de ese protagonismo del contexto mediático de los Estados Unidos en favor de otras unidades de análisis, el número de investigaciones que concluyen estos mismos resultados no hace sino multiplicarse. La variedad de países a los que se le aplica la misma lógica de análisis, muchas de las veces aplicando una perspectiva comparada, y la diversidad metodológica que se recogen en estos estudios es digna de mención. Voltmer y Schmitt-Beck (2001), deciden comprobar cuál es el peso

⁸ Este hecho contribuye a que algunos autores desarrollen investigaciones en las que se explora el impacto de algunos formatos de entretenimiento, en las percepciones políticas de los ciudadanos. En este caso, destaca el trabajo presentado por Joe Cutbirth (2003) en la Conferencia Anual de la *Asociación Americana de Ciencia Política* (APSA).



específico de los medios informativos en los complejos procesos de consolidación democrática tanto en Latino América⁹, como en el Sur y Este de Europa, llegando a la conclusión de que la exposición mediática en los países bajo examen está positivamente relacionada con eficacia interna de los ciudadanos, con la movilización cognitiva, con la participación activa, y con la evaluación positiva de los actores e instituciones democráticos;

“No hay casi evidencia empírica que apoye un malestar inducido desde los medios [...]. En contra de muchos que critican los beneficios mediáticos para garantizar la viabilidad democrática, este estudio empírico presentado apunta a un papel positivo de los medios en el proceso de consolidación democrática” (Voltmer y Schmitt-Beck, 2001: 23).

El desarrollo de este campo de estudio ha producido la ampliación de los contextos de aplicación de este mismo tipo de análisis. En este sentido, se encuentran estudios que intentan explorar estas mismas conexiones en el contexto electoral de las denominadas consultas de segundo orden, como por ejemplo los referéndums (Vreese y Semetko, 2002) o las elecciones para la selección de los miembros integrantes del Parlamento Europeo (Schoenbach y Lauf, 2002), que contribuyen a verificar las mismas hipótesis en escenarios distintos.

Uno de los principales puntos de fractura entre las teorías del malestar mediático y las de la movilización, reside en los efectos perversos para la democracia en general, y para el grado en el que se involucran los ciudadanos en ella específicamente, del supuesto negativismo¹⁰ proyectado por los medios. Paul Martin incluso llega a argumentar que no existe ninguna razón para que, en el caso concreto de la participación política electoral, esta dinámica impida una concurrencia masiva a las urnas: la extensión de ese negativismo impac-

ta en una percepción política que asume que existe mucho en juego, lo que revierte de forma directa en la generalización de una conciencia de cambio o permanencia que, asimismo, acaba derivando en el aumento de la participación en las urnas (Martin, 2001: 25). Esta teoría ha gozado de gran aplicabilidad en la historia electoral española de las últimas dos décadas. Además, las teorías de la movilización son compatibles de alguna forma con una interpretación downsoniana de la participación política en general, y de la participación electoral más concretamente, la información provista desde los agentes mediáticos facilitan el proceso por el cual los ciudadanos asimilan la información requerida para poder participar, lo que implica para el público un “ahorro” en términos de tiempo y esfuerzo. Consiguientemente, si se interpreta el voto en función de un frío cálculo de costes y beneficios, como expresa la conocida propuesta de la elección racional, se puede argumentar que los medios nos ahorran el trance de tener que gestionar procesos específicos por cuenta propia con el objeto de adquirir la información de carácter político necesaria que nos permita una participación documentada en el proceso político.

Por otro lado, los autores circunscritos a esta escuela le conceden una gran relevancia a los niveles educativos y al grado de cualificación intelectual del público a la hora de estudiar los efectos que los procesos comunicativos en el ámbito de lo político pudieran provocar. En este sentido, la combinación del incremento de los niveles educativos, por un lado, y del más fácil acceso a mayores cantidades de información política, por otro, han favorecido la movilización ciudadana, tanto en el nivel cognitivo como en el del comportamiento.

Uno de los espacios donde se han introducido ciertos cambios de estrategia ha afectado al elenco de variables que tradicionalmente se han considerado como independientes. En primera estancia, destacan en este sentido las variables que podrían encajar dentro de las

⁹ Otros de los pocos estudios que toman la realidad latinoamericana para desarrollar verificaciones empíricas en esta dirección, el desarrollado por William Portath (2002), no acaba por encontrar una tendencia consistente que conecte positivamente, tampoco negativamente, la exposición a la televisión en el caso argentino, aunque sí en el caso de Chile.

¹⁰ A este respecto, aparecen categorías que, aunque no se vinculan directamente con la ambición de este proyecto doctoral, se advierten sistemáticamente en las investigaciones que dan forma a este campo de estudio. Éstas tienen que ver más concretamente con la veracidad e intencionalidad de ese negativismo, lo cual nos llevaría al campo de la evaluación de la actividad mediática, que está excluido de los objetivos de este estudio. ¿Es cierto que la información política en los medios es crecientemente negativa porque las instituciones democráticas son cada vez menos eficaces? Parece que no es un problema actitudinal sino substancial, ya que la desafección es la respuesta racional a hechos reales (Pfau y Moy, 2000: 32), o el mismo Marshall McLuhan declaró *“las noticias reales son negativas”* (Pfau y Moy, 2000: 69).

dimensiones donde toman forma los clásicos controles sociodemográficos. Sin embargo, se ha encontrado estudios experimentales donde se ha explorado el papel del nivel educativo en la reacción ante el negativismo de los medios, que confirman la actuación de esta variable en la superación de la denominada “laguna de conocimiento” (“*Knowledge Gap*”). También Michael Pfau, Patricia Moy y sus colegas reconocen el papel del conocimiento previo como antídoto para disminuir la tendencia decreciente de confianza en las instituciones públicas (Pfau, Moy, et al, 1998: 739-740). En este mismo sentido, se puede ver como otros estudios ejecutan la conversión de lo que en las observaciones habituales de área han considerado variables dependientes (indicadores de la desafección política) en variables intervinientes, esto es, en variables que, junto a las variables independientes mediáticas, ejercen una clara influencia en el rendimiento de la desafección. En este sentido, se pueden destacar los estudios de Peer, Malthouse y Calder (2003) donde consideran el interés en la política como dimensión que intercede significativamente en las dinámicas de interrelación de entre variables dependientes e independientes, o la investigación propuesta por Schoenbach y Lauf (2002) donde también chequean el patrón de interconexión observado entre el consumo de televisión y la participación electoral, con la actuación del interés político como dimensión intermedia. Otro ejemplo más en esta línea, lo representa el trabajo de Kang y Kwak (2003), donde los autores plantean con éxito en su análisis multinivel no sólo la implicación de las variables de exposición mediática en la participación cívica de los ciudadanos, sino también la mediación significativa de algunas variables residenciales, como por ejemplo la extensión temporal de la residencia en el mismo vecindario.

También se han encontrado algunos estudios que se concentran en determinados colectivos susceptibles de ser, tras la aplicación de análisis estadísticos, especialmente desafectos. Es el caso de los grupos de edad más jóvenes, quizá más vulnerables en el proceso de exposición a los medios y a su eventual negatividad. Éstos tienen básicamente el objeto de comprobar si los efectos movilizados, o narcotizantes, de los medios se produce por igual en todas las cohortes de edad. Este es el caso del estudio presentado por Joe Cutbirth (2003).

Por otra parte, parece interesante destacar que algunos de los últimos estudios subrayan la tenencia en cuenta de otro factor que sí parece tener algo que decir en estas dinámicas bajo estudio. Si es cierto que los principales artículos provenientes de la movilización política aseguran que se debe diferenciar entre, primero, soportes mediáticos (televisión, prensa, radio, Internet) y, segundo, contenidos (entretenimiento e informativos), una última generación de análisis sobre el tema resalta asimismo la obligación para mejorar el modelo de análisis de la distinción entre canales en el caso de la televisión, esto es, entre canales privados o comerciales y canales públicos (Holtz-Bacha y Norris, 2001; Hooghe, 2002). En concreto, el argumento destaca que la exposición a canales públicos, teóricamente entregados a ofrecer contenidos más culturales como servicio público, tienen unos efectos positivos en las cotas deafección política. Quizá esto está relacionado fuertemente con los contenidos, siendo la tendencia natural de los canales privados a proyectar contenidos esencialmente sensacionalistas, como estrategia para la búsqueda de una audiencia cada vez más preciada y competida. Esto explicaría, quizás, las diferencias entre el caso norteamericano y el europeo, donde las dinámicas estructurales de los medios de comunicación en esta dimensión concreta, son muy diferentes, lo que hace en algunos casos inaplicables las teorías del malestar mediático en el viejo continente.

“Los efectos de la televisión pública deberían tenerse en cuenta más explícitamente. No encontramos ninguna evidencia que apoye que los canales públicos verdaderamente refuerzan las actitudes cívicas, pero al menos parece que sí tiene un efecto mitigante”(Hooghe, 2002: 21).

También puede destacarse la concepción del tiempo como un juego de suma cero, hallada en algunos de las investigaciones. Como apuntan algunos autores, da igual el contenido al que las audiencias atiendan puesto que como aseguran entre otros Putnam (2002: 253-273) y Hooghe (2002: 3-7), el tiempo que los ciudadanos dedican a los medios de comunicación, ya sea ver la televisión, leer prensa o navegar por Internet, es tiempo que no pueden dedicar a actividades de carácter socio-político; *“Más tiempo dedicado a la televisión significa menos tiempo para la vida social”* (Putnam, 2002: 318). Pero esto sólo serviría para la par-



ticipación activa de carácter político y social, puesto que a la hora de analizar las actitudes subjetivas hacia el sistema político en general, una parte muy importante de la desafección política, esta concepción temporal se convierte en inaplicable.

Lo que se ha intentado a lo largo de estas líneas ha sido plantear las posiciones determinadas por cada una de las corrientes, insistiendo en la creciente complejidad y concreción de las investigaciones en este campo. Se han contemplado análisis de los diferentes formatos¹¹, en las diversas dimensiones de la desafección¹², con múltiples métodos¹³, y variadas unidades de análisis¹⁴. Durante este pasaje se ha pretendido plasmar la referencia teórica tomada como referencia por la comunicación política para actuar en este ámbito concreto de investigación. Como avanzaba al comienzo de este apartado, la distinción entre las teorías del malestar y las de la movilización se hace en algunos casos complicada a causa de las continuas matizaciones y reformulaciones observadas. Fundamentalmente, se han intentado simplificar las contribuciones de dos posiciones genéricas enfrenadas: por un lado, el primero de los enfoques teóricos blande los efectos negativos de los medios de comunicación en general, aunque de forma particular la televisión, en el compromiso político de los ciudadanos, esto es, en la desafección política; por otro lado, las teorías de la movilización planteaban que la distinción de contenidos, sensacionalistas e informativos, y de soportes, básicamente televisivos y escritos, replantea toda la argumentación formulada durante los años setenta bajo el protagonismo de Michael Robinson. Cuanto más específico se ha hecho el análisis, mayores dificultades se han observado para presentar las dos perspectivas como compartimentos estancos. Estos inconvenientes han hecho que, al menos

para la exposición organizada, las teorías de la movilización se hayan concebido aquí casi como una categoría residual, es decir, como una especie de cajón de sastre donde se han incluido las aportaciones que han cuestionado el principal argumento del videomalestar: la exposición al negativismo mediático televisivo, independientemente de contenidos, acaba por separar a los ciudadanos de unas actitudes comprometidas con la vida política. Asimismo, se distinguen algunos análisis que vienen a plantear que, atendiendo a una concepción amplia y compuesta de la afección política, se podrían encontrar algunas dimensiones de esta noción de forma especial afectadas por la acción mediática, mientras que otras podrían permanecer casi inmunes¹⁵ (Miller, Goldenberg y Erbring, 1979). En este sentido, se puede comprobar que algunos autores encuentran evidencia empírica para las dos posiciones, dada la extrema complejidad de estos procesos de interacción socio-comunicativos en la que coinciden, e insisten, la mayoría de ellos¹⁶.

Conclusiones y retos futuros de la investigación

La fotografía que se ha podido obtener de la situación revela la extrema complejidad de la relación entre estos dos ámbitos, exposición mediática y desafección política. Durante el pasaje se han revisado las dos posiciones fundamentales generadas en el seno de la comunicación política para interpretar el asunto. Asimismo, se han identificado los principales obstáculos para descifrar concluyentemente la interacción mencionada.

En definitiva, parece que se hace esencial en el análisis empírico la tenencia en cuenta de las diversas dimensiones de la desafección política, como también a la distinción de diferentes contenidos, tonos, soportes y

¹¹ Se ha podido comprobar la existencia de estudios que dedican exclusivamente su atención a determinados soportes como la televisión (Maurer, 2003), la prensa escrita (Miller, Goldenberg y Erbring, 1979), la radio (Pfau, Moy, et al, 1998), Internet (Uslaner, 2000), o combinación de varios (García Luengo y Schreiber, 2004).

¹² Entre estas dimensiones que han recibido atención exclusiva se puede destacar la participación política (Peer, Malthouse y Calder, 2003), la confianza política (Moy y Scheufele, 2000), o la satisfacción con la democracia (Maurer, 2003).

¹³ Los principales métodos empleados que se han podido distinguir han sido el análisis estadístico (García Luengo, 2002; Hooghe, 2002), el análisis de contenido (Patterson, 1994), o la combinación de varios (Moy y Pfau, 2000; Martín, 2001; Vreese y Semetko, 2002).

¹⁴ Si bien la mayor proporción de estudios dedican su atención exclusiva a los Estados Unidos de América.

¹⁵ Un buen ejemplo de esta particularidad descrita lo constituyen los estudios de Arthur Miller, Edie H. Goldenberg y Lutz Erbring (1979), y de Claes H. De Vreese y Holli A. Semetko (2002).

¹⁶ Entre los que específicamente resaltan la complejidad de este terreno de la investigación en comunicación destacan Kenneth Newton (1998), Patricia Moy y Michael Pfau (2000), Claes H. De Vreese y Holli A. Semetko (2002), Putnam (2002), o Peer, Malthouse y Calder (2003).

contextos político-mediáticos en los que los medios actúan. Las investigaciones en esta área han dado diferentes resultados conforme la elección de la variable dependiente haya sido una u otra (el interés, el conocimiento, la participación, la confianza, la eficacia, o el entendimiento político, entre otros). Asimismo, en el proceso de interconexión tienen un alto grado de intervención los diferentes tipos de contenidos mediáticos (estrictamente informativos o dedicados al entretenimiento), el grado de negativismo de la información recibida, los soportes mediáticos de los que los ciudadanos hagan uso (prensa, televisión, radio, Internet) y, finalmente, el país concreto de referencia donde existe un contexto político y mediático específico y diferenciado.

La tenencia en cuenta de todas estas dimensiones conlleva dificultades prácticas y operativas obvias, aunque nos facilitaría la tarea de hallar un modelo explicativo realmente completo que nos permitiese avanzar en este azaroso camino.

En relación con las consideraciones de carácter metodológico ha de decirse que los estudios que tomaron como referencia la hipótesis del malestar mediático han trabajado de forma habitual con series temporales, comparando el contenido mediático y los datos estadísticos a nivel agregado (Patterson, 1994), o con experimentos que medían la influencia de un único estímulo mediático sobre un nivel concreto de la desafección (Cappella y Jamieson, 1997). La investigación desde los presupuestos de la movilización política normalmente empleó datos de encuesta a nivel individual pero sin contar con la naturaleza de los contenidos (Holtz-Bacha, 1990).

En principio, la combinación de estas dos estrategias metodológicas podría conllevar un paso adelante en el complejo proceso de aclarar la interconexión. En este sentido, parecería relevante incluir los resultados de análisis de contenido en el nivel individual, por ejemplo, vinculando el uso personal de diferentes contenidos en los medios a los niveles individuales de desafección, y comparando la diferente influencia de los diversos contenidos mediáticos en cada país. Es cierto que esto requiere una colección de datos muy complicada de generar, puesto que se necesitaría incluir en ella el análisis de contenido de diversos soportes y diferentes medios, por un lado, y datos de encuesta sobre exposición mediática y medidas de desafección política, por otro.

Finalmente, con el objeto de poder superar asimismo las restricciones ordinarias del uso de datos de encuesta en el caso concreto del establecimiento del sentido de la causalidad, sería necesario emplear panel o técnicas experimentales.

Las limitaciones constantes que se han encontrado para poder determinar de forma definitiva la controvertida relación entre las dos dimensiones bajo examen, quedaban ya recogidas por Cliff Zukin hace más de dos décadas, al asegurar que la cuestión de si los medios de comunicación han contribuido al aumento del malestar político probablemente no sea nunca satisfactoriamente contestada (1981: 382). Este trabajo nace con esa vocación, con la voluntad de señalar diferentes vías para avanzar en el complicado camino de descifrar esta trama, intentando superar las barreras que se han acumulado durante décadas en este rincón de la investigación en comunicación política. Por ello, para salvar las carencias presentadas por algunos de los trabajos más relevantes circunscritos en esta área de estudio, se apuesta por la complementariedad de propuestas teóricas, la incorporación de diferentes enfoques y la combinación de diversas estrategias empíricas, con el objeto de la superación de estos límites y con la confianza de la contribución de estas reflexiones al frágil camino que lleva recorrido la comunicación política.

Referencias

- Cappella, Joseph N. (2002): "Cynicism and Social Trust in the New Media Environment", *Journal of Communication*, Vol. 52, Nº 1, pp.229- 241.
- Cappella, Joseph N. y Kathleen Jamieson (1996): "News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism", *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, Vol. 546, pp. 71-84 (Monográfico: Kathleen Hall Jamieson (Ed.): *The Media and Politics*).
- Cappella, Joseph N. y Kathleen Jamieson (1997): *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Nueva York, Oxford University Press.
- Colomé, Gabriel (2001): *El Príncipe Mediático*, Barcelona, Fundación Rafael Campalán.
- Cutbirth, Joe (2003) "This Might Be Troubling if it Wasn't So Funny: Late-Night TV and Perceptions of the President", documento presentado en la *2nd Annual Pre-APSA Conference on Political Communication, Conference on Mass Communication and Civil Engagement*, Georgetown. [Documento



Electrónico: <http://cct.georgetown.edu/apsa/papers/Cutbirth.pdf>].

Dahl, Robert (1967): "The City in the Future Democracy", *American Political Science Review*, 61 (4), pp. 953-970.

Fallows, James (1996): *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, Nueva York, Pantheon.

García Luengo, Óscar (2002): "La (Im)Pertinencia de las Teorías del Malestar Mediático en el Caso Español; Una Primera Aproximación Empírica", *Revista Iberoamericana de Comunicación (RIC)*, N° 3, pp. 89-106.

García Luengo, Óscar y Daniela Schreiber (2004): "¿Videomalestar o Círculo Virtuoso? Una Primera Aproximación Empírica a la Exposición Mediática y el Compromiso Político en España y Alemania", *Política y Sociedad*, Vol. 41, N° 1, pp. 131-143. (Monográfico: Ramón Cotarelo y Óscar García Luengo (Coords.): *Medios de Comunicación y Proceso Político*).

Hallin, Daniel C. (1994): *We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere*, Londres- Nueva York, Routledge.

Holtz-Bacha, Christina (1990): "Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany", *European Journal of Communication*, Vol. 5, N° 1 pp. 73-85.

Holtz-Bacha, Christina y Pippa Norris (2001): "To Entertain, Inform, and Educate: Still the Role of the Public Television in the 1990s?", *Political Communication*, Vol. 18, N° 2, pp. 123-140.

Hooghe, Marc (2002): "Television and Civic Attitudes. The Effect of Television Time, Programs and Stations" Intervención en *Politeia Conference 2002*, Bruselas. [Documento Electrónico: <http://www.kuleuven.ac.be/oce/documents/politeia2002/Hooghe.pdf>].

Kang, Naewon y Nojin Kwak (2003): "A Multilevel Approach to Civic Participation. Individual Length of Residence, Neighborhood Residential Stability, and Their Interactive Effects With Media Use", *Communication Research*, Vol. 30, N° 1, pp. 80-106.

Lang, Kurt y Gladys Lang (1966): "The Mass Media and Voting", en Bernard Berelson y Morris Janowitz (Eds.): *Reader in Public Opinion and Communication*, New York, Free Press, pp. 455-472.

Manin, Bernard (1998): *Los Principios del Gobierno Representativo*, Madrid, Alianza (primera edición en inglés de 1997).

Martin, Paul S. (2002): "Inside the Black Box of Negative Campaign Effects: Three Reasons Why Negative Campaigns Mobilize and One Reason Why We Might Not Want Them To", documento presentado en *Campaigns and Elections Symposium at the Center for the Study of Political Psychology*, Minnesota [Documento Electrónico: <http://www.polisci.umn.edu/polipsyc/about/events/papers/martin.pdf>].

www.polisci.umn.edu/polipsyc/about/events/papers/martin.pdf].

Maurer, Marcus (2003): *Politikverdrossenheit durch Medienberichte, Eine Panelanalyse*, Konstanz, UVK.

Miller, Arthur, Edie H. Goldenberg y Lutz Erbring (1979): "Type-set politics: The Impact of Newspapers on the Public Confidence", *American Political Science Review*, Vol. 73, N° 1, pp. 67-84.

Minc, Alain (1995): *La Borrachera Democrática; El Nuevo Poder de la Opinión Pública*, Madrid, Temas de Hoy (Primera edición en francés de 1995).

Moy, Patricia y Michael Pfau (2000): *With Malice Toward All? The Media and the Public Confidence in Democratic Institutions*, Westport-Connecticut-Londres, Praeger.

Moy, Patricia y Dietram A. Scheufele (2000): "Media Effects on Political and Social Trust", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 77, N° 4, pp. 744- 759.

Nadeau, Richard y Thierry Giasson (2003): "Canada's Democratic Malaise: Are the Media to Blame?", *Choices; Strengthening Canadian Democracy*, Institute for Research on Public Policy (IRPP), Vol. 9, N° 1, pp. 1-32 [Documento Electrónico: <http://www.irpp.org/choices/archives/vol9no1.pdf>].

Newton, Kenneth (1998): "Mass Media Effects: Political Mobilisation, Mediamalaise, and Social Capital", *Essex Papers in Politics and Government*, N° 127, Essex, Department of Government, University of Essex.

Norris, Pippa (1996): "Does Television Erode Social Capital?; A Reply to Putnam", *Political Science and Politics*, Vol. 29, N° 3, pp. 474-480.

Norris, Pippa (2000): *A Virtuous Circle; Political Communications in Postindustrial Societies*, Nueva York, Cambridge University Press.

Norris, Pippa, John Curtice, David Sanders, Margaret Scammell y Holli A. Semetko (1999): *On Message: Communicating the Campaign*, London, SAGE Publications.

Nye, Joseph S. Jr. (1997): "The Media and Declining Confidence in Government", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 2, N° 3, pp. 4-9.

Patterson, Thomas (1994): *Out of Order*, Nueva York, Vintage (primera edición de 1993).

Patterson, Thomas (1996): "Bad News, Bad Governance", *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, Vol. 546, pp. 97-108 (Monográfico: Kathleen Hall Jamieson (Ed.): *The Media and Politics*).

Peer, Limor, Edward C. Malthouse y Bobby J. Clader (2003): "Estimating the Effect of News Media Consumption on Political Participation", documento presentado en la Reunión Anual de la *American Political Science Association*, Philadelphia.

[Documento Electrónico: <http://www.medill.northwestern.edu/faculty/malthouse/ftp/apsav5.pdf>]

Pfau, Michael, Patricia Moy, R. Lance Holbert, Erin A. Szabo, Wei-Kuo Lin y Weiwu Zhang (1998): "The Influence of Political Talk Radio on Confidence in Democratic Institutions", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 75, N° 4, pp. 730-745.

Phillips, Kevin P. (1975): *Mediacracy: American Parties and Politics in the Communications Age*, Nueva York, Doubleday & Company.

Porath, William (2002): "Prensa Crítica, Videomalaise y Pérdida de Legitimidad de la Democracia: Algunas Reflexiones a partir del Caso Chileno y Argentino", Documento presentado en la 23ª Conferencia y Asamblea General de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS), Barcelona. [Documento Electrónico: http://www.portalcomunicacion.com/bcn2002/n_eng/programme/prog_ind/papers/p/pdf/D_P018SE05_PORAT.pdf.]

Postman, Neil (1991): *Divertirse Hasta Morir. El Discurso Público en la Era del "Show Business"*, Barcelona, Ediciones la Tempestad (Primera edición en inglés de 1985).

Putnam, Robert D. (2002): *Sólo en la Bolera. Colapso y Resurgimiento de la Comunidad Norteamericana*, Barcelona, Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores (Primera edición en inglés de 2000).

Robinson, Michael (1976): "Public affairs television and the growth of political malaise: The case of *The Selling the Pentagon*", *American Political Science Review*, Vol. 70, N° 3, pp. 409-32.

Sartori, Giovanni (1992): *Elementos de Teoría Política*, Madrid, Alianza (Primera edición en italiano de 1990).

Schoenbach, Klaus y Edmund Lauf (2002): "The «Trap» Effect of Television and Its Competitors", *Communication Research*, Vol. 29, N° 5, pp. 564-583.

Swanson, David L. (1995): "El Campo de Comunicación Política. La democracia Centrada en los Medios", en Alejandro Muñoz-Alonso y Juan Ignacio Rospir: *Comunicación Política*, Madrid, Universitas, pp. 3-24.

Uslaner, Eric M. (2000): "Trust, Civic Engagement, and the Internet", documento presentado en las *Joint Sessions del European Consortium for Political Research (ECPR), Workshop "Electronic Democracy: Mobilisation, Organisation, and Participation via ICT's"*, Grenoble. [Documento Electrónico: http://www.pewtrusts.com/pdf/vf_pew_internet_trust_paper.pdf].

Voltmer, Katrin y Ruediger Schmitt-Beck (2001): "New Democracies without Citizens? Political Culture and the Mass Media in Six Post-authoritarian Countries", documento presentado en la *51th Annual Conference of the International Communication Association (ICA)*, Washington D.C.

Vreese, Claes H. De y Holli A. Semetko (2002): "Cynical and Engaged. Strategic Campaign Coverage, Public Opinion and Mobilization in a Referendum", *Communication Research*, Vol. 29, N° 6, pp. 615-641.

Weaver, David (1996): "What Voters learn From Media", *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*, Vol. 546, pp. 34-47 (Monográfico: Kathleen Hall Jamieson (Ed.): *The Media and Politics*).

Zukin, Cliff (1981): "Mass Communication and Public Opinion", en Keith R. Sanders y Dan D. Nimmo (Eds.): *Handbook of Political Communication*, California, SAGE Publications, pp. 359-390.