

# IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL INTERÉS Y EL ACTIVISMO POLÍTICO DE LOS ARGENTINOS

## Un análisis a partir de encuestas nacionales y regionales

*José Eduardo Jorge*  
*Universidad Nacional de La Plata (Argentina)*  
*jjorge@perio.unlp.edu.ar*

### Resumen

El presente artículo expone resultados de una investigación en desarrollo sobre la influencia de los medios de comunicación en las actitudes políticas y cívicas de los argentinos, basada en un amplio conjunto de datos de encuestas nacionales y regionales. Gran parte de la literatura sobre el papel de los medios en las democracias actuales tiene una visión crítica de su impacto, pues los señala como una causa fundamental de las orientaciones negativas de la población hacia el sistema político, que se observan tanto en las democracias nuevas como en las de larga duración. Esto comprende fenómenos como el aumento de la apatía política y la pérdida de confianza en las instituciones y los dirigentes. Muchos de los análisis sobre el impacto político de los medios se apoyan, sin embargo, en argumentos impresionistas. Creemos que es necesario realizar más investigaciones empíricas sobre el tema, a fin de precisar, refinar y contrastar las hipótesis, en un campo dominado por los ensayos y las reflexiones teóricas.

En este trabajo, a partir de las bases de la Encuesta Comunicación y Cultura Política en el Gran La Plata (2008) y de la Encuesta Mundial de Valores para la Argentina del año 2006, elaboramos modelos de regresión logística a fin de evaluar el efecto de diversas medidas de uso de medios de comunicación sobre el interés por la política, el activismo político no convencional y varios indicadores de desconfianza y cinismo políticos. Entre los principales resultados, surge que leer libros y diarios, así como informarse a través de una variedad de medios, está asociado en todos los casos con un mayor interés por la política, lo que respalda la llamada "teoría de la movilización cognitiva". El interés también aumenta con el tiempo de exposición a la televisión, pero cae cuando la cantidad de horas es muy elevada. De todos modos, el efecto neto es positivo. El activismo político se vincula especialmente con la lectura de libros, en tanto la televisión parece tener un impacto desmovilizador, resultado que tiende a abonar la "teoría del videomalestar".

**Palabras clave:** medios de comunicación, televisión, diarios, libros, Internet, cultura política, interés por la política, activismo político, cinismo político.

### Enfoques teóricos: los medios y la cultura política

Un supuesto teórico fundamental de nuestro enfoque es que, para una mejor comprensión de los problemas de la democracia y del rol de los medios, es necesario incorporar al análisis una dimensión muchas veces ignorada: la cultura política (Inglehart, 1997 y 1988; Eckstein, 1988; Almond y Verba, 1963; Formisano, 2001; Jorge, en prensa). La definimos como el conjunto de ideas, valores y hábitos de individuos y grupos, referidos al proceso político, sus actores e instituciones. Un postulado central es que el funcionamiento de la democracia depende de la existencia de una cultura política que actúe como soporte. Otra característica de nuestra perspectiva es el abordaje empírico. Las creencias, los valores y las pautas de comportamiento que constituyen la cultura política pueden ser definidos, operacionalizados y medidos utilizando las técnicas de la investigación social empírica.

En el núcleo de nuestra visión reside la idea de que lo que piensan, sienten y hacen los ciudadanos comunes tiene una influencia decisiva en el rumbo de las democracias (Welzel e Inglehart, 2008). El establecimiento de una democracia electoral no abre el paso automáticamente a instituciones efectivas, que den una respuesta eficaz a las demandas de la gente. Es en la estabilidad, profundidad y eficacia de

la democracia, más allá del periódico ejercicio electoral, donde la cultura política cumple un rol prominente (Inglehart, 1997; Putnam, 2000 y 1993).

Los estudios sobre cultura política convergen en destacar un conjunto definido de aspectos que parecen ser constitutivos de una cultura democrática. Abarcan desde un apoyo incondicional al sistema, un nivel de interés y participación política, compromiso cívico y hábitos de cooperación, hasta valores de tolerancia, confianza y autoexpresión, entre otros rasgos fundamentales (Jorge, óp. cit. y 2008a).

Los medios son un candidato lógico para cumplir un papel relevante en la conformación y el cambio de la cultura política, pero ¿cuál es la naturaleza y la magnitud real de esa influencia? En las últimas dos décadas terminó por conformarse un escenario mediático muy diferente al de las democracias de posguerra. Los canales tecnológicos y las opciones de contenido se han multiplicado y microsegmentado, produciendo la fragmentación de las audiencias y haciendo que la competencia para ganar la atención del público haya ganado extraordinaria intensidad. La expansión de Internet, base de una diversidad de medios interactivos en constante evolución, está creando un público capaz de dialogar y producir sus propios mensajes. La televisión por cable, con sus canales especializados en la transmisión de noticias durante las 24 horas, así como la permanente actualización en la web de páginas informativas, blogs y medios como Facebook, Twitter y YouTube, han comprimido al mínimo el ciclo de las noticias, esto es, el período comprendido entre la difusión de una información y la publicación de las reacciones que ella provoca. En el pasado, ese ciclo abarcaba el intervalo transcurrido entre dos ediciones sucesivas de los diarios, es decir, el lapso de un día. Hoy, una noticia y sus reacciones tienden a reciclarse minuto a minuto.

Para muchos autores, este escenario ha tenido un profundo impacto en la información política. Según esto, la necesidad de actualizar los contenidos en forma continua y de competir por la atención del público ha hecho que los medios prioricen en su cobertura política la información instantánea, el conflicto y el espectáculo, por sobre la profundidad y el debate racional. Esta cobertura superficial, confrontativa y fragmentaria, tendría un efecto significativo en el llamado “cinismo” político y en la caída de la confianza en las instituciones (Auletta, 2010; Pew Project, 2010; Fallows, 2010; Kellner, 2008).

Los muy diversos trabajos que atribuyen a los medios efectos negativos sobre las actitudes políticas de los ciudadanos se clasifican generalmente como “teorías del malestar mediático”, o, cuando enfatizan el impacto nocivo de la televisión, “teorías del videomalestar”. Los efectos se imputan al contenido o la forma de los medios (Norris, 2000). El contenido se refiere a cuestiones como las “malas noticias” sobre las instituciones y dirigentes, el acento en el conflicto y en los casos “sensacionalistas”, la presentación de los sucesos políticos bajo el formato del espectáculo, y el entretenimiento como eje de la programación de la TV general. En los diarios, las normas tradicionales siguen cediendo al periodismo amarillo. En cuanto a la forma de los medios, se sostiene que, por su misma naturaleza, la televisión no es un instrumento eficaz para el examen reflexivo de los temas.

Un enfoque alternativo a las teorías del malestar es la “teoría de la movilización cognitiva”. Según ésta, a largo plazo, el desarrollo de los medios masivos que acompañó el proceso de industrialización permitió que la información política, otrora reservada a las elites, se volviera accesible para todos los estratos y grupos sociales. En los últimos cincuenta años, los crecientes volúmenes de información proporcionados por los medios se han combinado con la expansión de la educación superior y con las habilidades laborales de la sociedad postindustrial, para darle al público una capacidad de pensamiento y acción política muy superiores al ciudadano del pasado (Inglehart, 1990; Norris, 2000; Newton, 1999). El

desarrollo postindustrial transformó el mundo del trabajo. Los empleos del sector servicios y de alta tecnología requieren el pensamiento independiente, la toma de decisiones y habilidades de organización y comunicación. Estas destrezas, junto a la educación superior y a la información de los medios, generan un proceso de movilización cognitiva. Los ciudadanos se encuentran hoy mucho mejor preparados para la acción política autónoma que los de la era industrial. Éstos eran movilizados desde arriba por los partidos de masas. Las nuevas generaciones posmodernas se destacan por la participación autodirigida, que en muchos casos plantea abiertos desafíos a las elites (Inglehart, 1997 y 1990). Cinismo, apatía, desconfianza y caída de la participación política son sólo parte de la historia. Mientras disminuye la participación política convencional –movilizada por las maquinarias políticas–, aumentan las formas no convencionales y autodirigidas de activismo, como los movimientos sociales. Las nuevas formas de participación se dirigen a temas específicos –protección del medio ambiente, derechos de la mujer, de las minorías sexuales, etc.– y se apoyan en grupos ad hoc más que en organizaciones burocráticas establecidas. En realidad, el interés por la política aumenta, pero en otras direcciones, menos convencionales. En cambio, la pérdida de credibilidad de las instituciones políticas es un hecho real, motorizado por el rechazo a las formas tradicionales de autoridad y por las dificultades que encuentran esas instituciones para responder a las nuevas demandas.

Las tesis del malestar y de la movilización no son excluyentes. Putnam afirma que los lectores regulares de diarios muestran más conocimiento y compromiso sobre los asuntos públicos, pertenecen a más asociaciones civiles y votan con más regularidad. El lector de periódicos y el “buen ciudadano” estarían relacionados. El hábito de mirar las noticias por televisión también está asociado positivamente con el compromiso cívico, aunque la relación no es tan intensa como en los lectores de diarios. Sin embargo, Putnam ha sostenido también que la TV, debido a que privatiza el tiempo de ocio, es uno de los principales responsables de la caída en los niveles de asociacionismo (Putnam, 2000, 1996, 1995 y 1993; Skocpol, 1996; Norris, 1996). Autores fundamentales de la teoría de la movilización arguyen que el capital social no ha disminuido, sino que está cambiando de forma: las manifestaciones, los petitorios y otras estrategias asociativas no convencionales, tendrían un impacto cívico positivo (Welzel et al., 2005). Utilizando datos de encuesta en Gran Bretaña, Newton relacionó variables de exposición a los medios con distintas actitudes políticas. Sus resultados apoyan en lo fundamental la tesis de la movilización, aunque también arrojan una débil evidencia a favor de la teoría del malestar (Newton, óp. cit.). Norris examinó una batería de encuestas en Europa y Estados Unidos y concluyó que seguir las noticias en los medios estaba relacionado positivamente con el conocimiento político, la confianza en las instituciones y la participación, no con el malestar (Norris, 2000).

### **Hipótesis, metodología y bases de datos**

En este artículo presentamos los primeros resultados sobre el impacto de una variedad de medios en el interés, el activismo y las actitudes negativas hacia el sistema político, utilizando indicadores disponibles en dos estudios específicos: la Encuesta Comunicación y Cultura Política Gran La Plata 2008 (ECCP) – un estudio dirigido por el autor en el marco del Programa de Investigación y Desarrollo (PID) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP)– y la onda 2006 de la Encuesta Mundial de Valores para la Argentina (World Values Survey o WVS).

En la ECCP 2008, un cuestionario de preguntas estructuradas se aplicó, mediante entrevistas domiciliarias, a una muestra probabilística de 400 personas de 18 y más años de los partidos de La

Plata, Berisso y Ensenada (Jorge, 2009 y 2008a). La ECCP 2010, una investigación similar también dirigida por el autor de este artículo, se desarrolla actualmente en las ciudades de Junín y Pergamino en el marco del proyecto P-0415 de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA). La WVS 2006 es un sondeo de 1.000 casos en toda la Argentina, que forma parte de la cuarta y más reciente onda 2005-2008 de la World Values Survey (WVS Association, 2009). Este estudio internacional, dirigido por Inglehart, ha acumulado desde su inicio en 1981 una base de datos de más de 340 mil entrevistados en 97 sociedades (Jorge, 2008b, 2008c y 2007a).

Antes de examinar los indicadores específicos que hemos analizado, introduciremos los principales conceptos. Siguiendo a Newton (2000), una primera distinción es entre el “acceso” a un medio –como la posesión o no de una conexión a Internet en el hogar– y el “uso” efectivo del medio, por ejemplo, si el individuo que cuenta con acceso a Internet la utiliza realmente. La “magnitud” o “intensidad de uso” es ya una medida cuantitativa de utilización de un medio. Para esto pueden emplearse escalas ordinales (“con frecuencia”, “en ocasiones”, etc.) o de intervalo, en términos de horas o minutos de uso durante un día “promedio”.

El siguiente paso es indagar para qué se usa cada medio, es decir, el “propósito de uso”. Las preguntas sobre los contenidos de los medios, a las que conduce la medición de los propósitos, son difíciles de enmarcar y muy pocas encuestas las incluyen de manera sistemática. Finalmente, es necesario considerar la “confianza” que la gente deposita en los medios, sea como “fuentes de información” o como “instituciones” del sistema político. Este enfoque conceptual y operativo deriva con fuerza de la teoría de los usos y gratificaciones (Ruggiero, 2000).

Entre las actitudes políticas que analizaremos se destaca la implicación psicológica de los individuos en la política (Montero et ál., 1998, p. 26). Uno de sus principales indicadores es el “interés político subjetivo”, que se define por “el grado de curiosidad que la política despierta en el ciudadano” (Ibid.). El interés guarda relación con otro fenómeno: el sentido de “eficacia política” del individuo, que depende del modo como éste se percibe a sí mismo en relación con el sistema político. Se distinguen dos aspectos. La “eficacia política interna” alude a la percepción que tiene el ciudadano de su capacidad de entender la política y participar en ella. La “eficacia política externa” es la creencia sobre el grado en que las autoridades e instituciones políticas están dispuestas a responder a las demandas de los ciudadanos. Bajos niveles de eficacia se vinculan generalmente con la insatisfacción política, el desinterés y la falta de participación (Montero et ál., óp. cit.; Cluskey et ál., 2004; Almond y Verba, óp. cit.).

El “cinismo político”, otro fenómeno señalado como una tendencia creciente, consiste en un sentimiento de desconfianza y escepticismo generalizados que se extiende a los actores, las instituciones y el proceso político en general. Conduce a no esperar nada de la política y, por lo tanto, a desligarse por completo de ella (Dekker, 2005). Entre las personas desinteresadas por la política es posible distinguir al menos entre el grupo de los indiferentes y el de los “cínicos” (White et al., 2000).

Desde la simple exposición a estímulos políticos por parte del individuo, hasta la ocupación de un cargo público, existe una gradación creciente de acciones políticas, cuyo modelo clásico es la “jerarquía de participación política” de Milbrath. La implicación aumenta con acciones como votar, tratar de persuadir políticamente a alguien, convertirse en miembro activo de un partido o postularse como candidato (Bucy, 2005). Este modelo, que data de los años sesenta, se ha desactualizado. Todas sus actividades son “institucionalizadas” y “convencionales”: acciones rutinarias y aceptadas por la cultura predominante, que se llevan a cabo por canales institucionales. La participación política “no convencional” y “no

institucionalizada” que, en la forma de petitorios, manifestaciones, boicots y demás, no ha dejado de aumentar desde los 60, puede definirse con las notas opuestas: son actividades menos aceptables por las normas tradicionales –aunque se vuelven cada vez más aceptables– y tienen lugar por fuera de los canales institucionales. Como se apuntó, Welzel, Inglehart y Deutsch las consideran una forma de capital social, con efectos tan “benéficos” como el que se atribuye a las organizaciones voluntarias (Welzel et ál., óp. cit.). Debido al carácter predominante que ha adquirido, en nuestro análisis tendremos en cuenta este tipo de activismo no convencional.

Las hipótesis que buscamos contrastar se refieren a la posible influencia de los medios sobre las variables de la cultura política que acabamos de señalar. Para ello, con los indicadores disponibles en la ECCP Gran La Plata 2008 y la WVS Argentina 2006, calculamos varios modelos de regresión logística que tienen como variable dependiente los indicadores de interés por la política, activismo político no convencional, eficacia política externa y cinismo y desconfianza política. Intentamos determinar si diversos indicadores sobre uso de medios se encuentran entre las influencias significativas en cada uno de estos modelos. Los cuadros N° 1 y N° 2 detallan los indicadores empleados.

**Cuadro N° 1 - Actitudes y Comportamientos Políticos  
Variables e Indicadores**

VARIABLES	INDICADORES	
	ECCP 2008	WVS 2006
<b>Interés por la Política</b>	“¿En qué medida está Ud. interesado por la política?”. Muy interesado, Bastante interesado, No muy interesado, Nada interesado	
<b>Activismo Político No Convencional</b>	De estas formas de acción política, “quisiera que me dijera, para cada una, si Ud. ya la ha hecho, si podría hacerla o si nunca la haría”:	
	Firmar un petitorio, asistir a una manifestación, participar en boicots, participar en una huelga no autorizada, ocupar edificios o fábricas	Firmar una petición, participar en manifestaciones pacíficas, secundar boicots
<b>Eficacia Política Externa</b>	“¿Considera que los dirigentes políticos se preocupan de lo que piensa la gente como Ud.?” Mucho, bastante, poco, nada.	
<b>Cinismo y Desconfianza Política</b>	Para cada una de estas instituciones, “¿podría decirme cuánta confianza tiene: mucha confianza, bastante confianza, no mucha confianza o ninguna confianza?": Partidos Políticos	
	Como funciona el sistema político, ni siquiera el mejor gobierno puede solucionar los problemas (escala acuerdo / desacuerdo)	
	Las elecciones son una buena forma para que los gobiernos presten atención a lo que piensa la gente (escala acuerdo / desacuerdo)	

**Cuadro N° 2 – Uso de Medios de Comunicación  
Variables e Indicadores**

VARIABLES		ECCP 2008
MEDIO	ASPECTO MEDIDO	
<b>TV, Radio, Diarios, Internet</b>	Uso	Usa / No usa
	Magnitud de Uso	-TV / Radio / Internet: horas que usa en un día promedio de semana (escala 0 a 13 hs.) Diario: Frecuencia de lectura (escala ordinal)
	Propósito de Uso	-TV: es / no es el principal entretenimiento (escala de acuerdo)
	Propósito de Uso y Confianza	Fuentes “más confiables” para informarse sobre política: TV, Radio, Diarios, Internet, Amigos, Familiares, Otra, Ninguna
		WVS 2006
<b>Diarios, Libros, Revistas, Internet, “Programas Informativos de TV o Radio”, “Informes en Profundidad de TV o Radio”</b>	Uso y Propósito de Uso	Usó / No usó la semana anterior “para saber lo que pasa en el país y en el mundo”
	Magnitud de Uso	Indicador construido por el autor: Número de medios usados por el entrevistado (escala 0 a 6)

**Nota:** La distribución de frecuencias de los principales indicadores de uso de medios se presenta más abajo y en las Figuras N° 1 a N° 4 del Anexo.

Las dos encuestas poseen algunos indicadores en común, pero mientras la WVS aborda un espectro muy amplio de valores, la ECCP es un estudio enfocado en la cultura política y los medios. Respecto a los medios, como bien apunta Newton (2000), son pocos los sondeos comparativos internacionales que incluyen preguntas sobre ellos. Los que lo hacen son generalmente selectivos y están limitados a unas pocas preguntas. La WVS 2006 contiene una pregunta en la que presenta una lista de medios e indaga si el entrevistado los utilizó la semana anterior “para saber qué es lo que pasa en el país y en el mundo”. Debido a este fraseado y a la especificidad de la lista –que no incluye a la televisión y a la radio como tales, sino a sus “programas informativos” e “informes en profundidad”– este indicador combina de manera indisoluble uso y propósito de uso. No mide la intensidad de uso, aunque es posible suponer que la mayoría de quienes utilizaron un medio la semana anterior lo hace con alguna regularidad. Nuestra ECCP 2008 interroga sobre varias dimensiones del uso de la TV, los diarios, la radio e Internet, aunque omite los libros y las revistas. Un punto a destacar es que mide la exposición a la TV –y el uso de la radio e Internet– en una escala de 0 a 13 horas. Esto es importante, porque algunos de los efectos que se atribuyen a la TV podrían encontrarse o ser más ostensibles en niveles muy elevados de tiempo de exposición. La onda 1999 de la WVS para la Argentina midió el tiempo de exposición a la TV, pero en una escala de hasta 3 horas. La ECCP pregunta además si la televisión es el principal entretenimiento del encuestado –en una escala que va de “total acuerdo” a “total desacuerdo”–, pues hipótesis como la ya mencionada de Putnam afirman que este uso específico de la TV tiene un impacto cívico y político negativo.

### Resultados generales

En otros trabajos hemos examinado la evolución del interés por la política, el activismo no convencional y la confianza en las instituciones en nuestro país desde la recuperación de la democracia (Jorge, en

prensa, 2008c y 2007a; para un panorama de la evolución del activismo institucionalizado, ver también Jorge, 2008b). Siguiendo un proceso que ha sido común a las democracias nuevas, en la Argentina estos tres aspectos de la cultura política exhibían niveles muy elevados en 1984, pero se desplomaron ya en la segunda mitad de los ochenta, a medida que se frustraban las expectativas de rápida reparación que se habían depositado en el sistema. El interés por la política y la confianza en las instituciones, que se vieron especialmente afectados por el colapso que sufrió el país durante el cambio de siglo, experimentaron una leve recuperación al promediar la primera década del siglo XXI. El activismo no convencional también ha tenido un resurgimiento en ese período. Este es el punto en el que nos encontramos en la onda 2006 de la WVS y en la encuesta regional ECCP del año 2008. En el Gráfico N° 1, los índices superiores de interés y activismo, lo mismo que el menor grado de desconfianza en los partidos que presenta el Gran La Plata al compararse con el total nacional, son esperables en una región que se caracteriza por un nivel educativo más alto que el promedio argentino y que constituye además un importante centro político y administrativo. El Gráfico N° 2 muestra el resto de los indicadores políticos abordados en este trabajo. Se trata de medidas de eficacia personal y cinismo político, que en este caso pertenecen exclusivamente al Gran La Plata.

**Gráfico N° 1**  
**Interés, Activismo No Convencional y Desconfianza en los Partidos**  
 En % de la población



**Nota:** Los tipos de acciones no convencionales medidas por ambas encuestas se detallan en el Cuadro N°

1

**Gráfico N° 2**  
**Eficacia Personal y Cinismo Político – Gran La Plata 2008**  
 En % de la población



Fuente: ECCP 2008

Nos proponemos indagar la influencia de los medios de comunicación sobre estos seis indicadores de la cultura política. Nuestro procedimiento consiste en calcular modelos de regresión logística para cada una de las seis medidas, consideradas como variables dependientes, a fin de determinar el conjunto de variables que ejercen una influencia significativa sobre ellas, y ver si –y con qué peso relativo– aparecen entre estas influencias las diversas medidas de uso de medios. Hemos calculado las regresiones del interés, el activismo y la desconfianza en los partidos con los datos de las bases ECCP 2008 y WVS 2006 (en el caso del interés y el activismo, también con la WVS 1999, para contar con otro elemento de comparación, aunque este sondeo posea pocos indicadores de uso de medios). Las regresiones de las otras tres medidas –de eficacia personal y cinismo político– se construyeron a partir de nuestra ECCP 2008. Las Tablas 1 a 4 del Anexo presentan el detalle de los 11 modelos principales –en todos los casos regresiones binarias (1)– en los que se basa nuestro análisis. En las mismas tablas se hace referencia a algunos resultados puntuales de otros modelos complementarios ensayados con diferentes variables de uso de medios, que aportan información adicional.

Los Cuadros N° 3 y N° 4 traducen los resultados de los modelos del Anexo en términos más simples e intuitivos. En el caso de las influencias o predictores no comunicacionales, en estos cuadros se listan sólo las principales (sin entrar, además, en el detalle de los indicadores específicos). El signo (+) indica que la influencia considerada hace aumentar la probabilidad del fenómeno predicho por el modelo; el signo (--), que la hace disminuir. La expresión "No sig." nos dice que la variable no es significativa en esa encuesta. Por ejemplo, en el Cuadro N° 3, cuanto mayor es el nivel educativo de las personas, mayor es la probabilidad de que ellas se interesen por la política en la WVS 2006 y la WVS 1999. En cambio, el nivel educativo no resultó una influencia significativa en la ECCP 2008. Un casillero en blanco significa que no hay datos de la variable predictora en esa encuesta.

**Cuadro N° 3**  
**Interés, Activismo No Convencional y Desconfianza en los Partidos**  
**Principales Influencias y Medios de Comunicación**  
**Análisis de Regresión Logística**

INFLUENCIAS		ECCP 2008	WVS 2006	WVS 1999
		INTERÉS POR LA POLÍTICA		
<b>Nivel Educativo</b>		No sig.	+	+
<b>Confianza en los Partidos</b>		+	+	+
<b>Sentido de Eficacia Interna</b>		+		
<b>Valores Prodemocráticos</b>		+	+	+
<b>Sexo: Mujer</b>		--	--	No sig.
<b>Medios</b>	Leer Libros (semana anterior)		+	
	Leer Periódicos (semana anterior)		+	
	Índice de Uso de Medios		+	
	Leer el Periódico todos los días	+		
	TV: Horas de Exposición	+		
	TV: Fuente de Inf. Pol. Confiable	--		
	TV: Principal Entretenimiento	--		
		ACTIVISMO POLÍTICO NO CONVENCIONAL		
<b>Nivel Educativo</b>		+	+	+
<b>Interés por la Política</b>		+	+	+
<b>Inserción en Org. Voluntarias</b>		No sig.	+	+
<b>Valores Prodemocráticos</b>		+	+	No sig.
<b>Valores Postmaterialistas</b>		+	+	+
<b>Medios</b>	Leer Libros (semana anterior)		+	
	Índice de Uso de Medios		+	
	TV: Horas de Exposición	--		
	TV: Fuente de Inf. Pol. Confiable	--		
	Periódico: Fuente de Inf. Pol. Confiable	--		
	Usar Internet (cualquier frecuencia)	+		
		DESCONFIANZA EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS		
<b>Interés por la Política</b>		--	--	
<b>Valores Prodemocráticos</b>		--	--	
<b>Puede haber Democracia sin Partidos</b>		+		
<b>Cinismo Político</b>		+		
<b>Medios</b>	Leer Periódicos (cualquier frecuencia)	--		
	TV: Fuente de Inf. Pol. Confiable	--		
	TV: Informes en Profundidad (semana anterior)		--	
	Usar Internet (semana anterior)		+	

Lo primero para destacar es que si bien diferentes variables de medios de comunicación se hallan entre los factores que influyen sobre el interés por la política y el activismo no convencional, están lejos de contarse entre las más importantes. En el caso de la desconfianza en los partidos, la eficacia personal y el cinismo, la influencia, además de no ser muy relevante, parece también más circunstancial. Los resultados dan sustento en general a la teoría de la movilización cognitiva, pero brindan asimismo evidencia a favor de algunas hipótesis de la teoría del malestar, especialmente las que apuntan a la televisión.

**Cuadro Nº 4**  
**Indicadores de Cinismo Político y Eficacia Externa - ECCP Gran La Plata 2008**  
**Principales Influencias y Medios de Comunicación**  
**Análisis de Regresión Logística**

<b>INFLUENCIAS</b>		<b>"Ni siquiera el mejor gobierno puede solucionar los problemas"</b>	<b>"Los políticos no se preocupan NADA por lo que piensa la gente como uno"</b>	<b>Desacuerdo: "Las elecciones hacen que los gobiernos presten atención a la gente"</b>
<b>Nivel Educativo</b>		--	--	No sig.
<b>Valores Prodemocráticos</b>		--	--	--
<b>Ambiente Institucional</b>	Situación Política Neg.	+	+	No sig.
	Situac. Económica Neg.	No sig.	No sig.	+
	Desconfianza Partidos	No sig.	+	+
	Corrupción funcionarios: "Casi todos"	No sig.	+	+
<b>Capital Social</b>	Confianza Interpersonal	No sig.	No sig.	--
	Pertenencia a Org. Voluntarias	--	--	No sig.
<b>Medios</b>	TV: Hs. de Exposición	+	No sig.	--
	TV: Fuente de Inf. Pol. Confiable	No sig.	No sig.	--
	TV: Principal Entretenimiento	No sig.	No sig.	--
	Periódicos: Fuente de Inf. Pol. Confiable	No sig.	--	No sig.

Veremos primero los determinantes de mayor peso y demás predictores no mediáticos. La educación, particularmente la instrucción alta –universitaria, completa o no–, es gravitante tanto para el interés por la política como para el activismo. La instrucción está fuertemente relacionada con la eficacia interna (la idea de que “la política no es tan complicada y se entiende”) y, al introducir esta eficacia en la regresión del interés de la ECCP 2008, el nivel educativo deja de ser significativo. La educación también se halla asociada positivamente con la eficacia externa: en el Cuadro Nº 4, a mayor instrucción, menor es la probabilidad de creer que “los políticos no se preocupan nada por lo que piensa la gente como uno”. Asimismo, la instrucción hace menos probable pensar que “ni siquiera el mejor gobierno puede solucionar los problemas”.

Pero el más poderoso predictor del interés por la política en las tres encuestas es, por lejos, la confianza en los partidos políticos. En los modelos, el odds de estar interesado es de 12 a 7 veces mayor entre quienes confían “mucho” o “bastante” en los partidos que entre los que no tienen “ninguna” confianza (Tabla Nº 1 del Anexo). Esto sugiere que la pérdida de credibilidad de las instituciones políticas y la declinación del interés por la política entre los argentinos son fenómenos causalmente conectados.

A su vez, el interés es un importante predictor del activismo –si bien no tanto como la educación–, pero no de los indicadores de cinismo, ni del sentido de eficacia externa.

Los valores prodemocráticos parecen ser vitales. A través de distintos indicadores, son significativos en 10 de los 11 modelos. Las actitudes prodemocráticas promueven el interés y el activismo, alientan el

sentido de eficacia externa, aminoran la desconfianza en los partidos y reducen el cinismo. En cuanto a los valores postmaterialistas (Inglehart, 1997), adquieren un peso significativo para el activismo.

Los efectos del capital social (2) van en la misma dirección que los que poseen los valores prodemocráticos, aunque no son tan intensos y extendidos. Especialmente por medio de la inserción en organizaciones voluntarias y, más esporádicamente, de la confianza interpersonal, el capital social ejerce un influjo positivo sobre el activismo, el interés (Tabla N° 1 del Anexo) y la eficacia externa, al tiempo que hace disminuir el cinismo.

Las evaluaciones negativas del entorno institucional –las ideas de que “casi todos” los funcionarios son corruptos y de que la situación política del país es mala, así como la desconfianza en los partidos– tienen un vínculo sólido con el cinismo. En el caso del activismo político, los resultados son mixtos. La percepción de una elevada corrupción y de una situación política negativa vuelve el activismo menos probable, pero los que creen que en la Argentina se respetan poco o nada los derechos humanos y que el país “está gobernado por grandes intereses” se encuentran entre los más activos (Tabla N° 2 del Anexo).

Las diferencias de género sólo son significativas en el interés por la política: las mujeres se interesan menos que los varones; el sexo no incide, sin embargo, ni en el activismo ni en el resto de los indicadores.

### **La influencia de los medios**

Los medios de comunicación, como dijimos, no se encuentran entre los factores de mayor gravitación, pero su influjo no deja de ser significativo, especialmente para el interés y el activismo.

Abordaremos primero el impacto de los libros y los diarios. Haber leído un libro o un diario la semana anterior (WVS 2006) o leer el diario todos los días (ECCP 2008) aumenta la probabilidad de estar interesado por la política. El odds de interesarse entre los que leyeron un diario es, según el indicador que se utilice, entre un 52% y un 66% mayor que el de las personas que no lo leyeron. La lectura de libros también incrementa el odds de estar interesado en un 66%. Al examinar los determinantes del activismo, la lectura de diarios deja de tener significación en ambas encuestas. El efecto que permanece es el de los libros. En la WVS 2006, haber leído un libro la semana previa sube un 47% el odds de haber participado de una acción política no convencional. La ECCP 2008 no midió la lectura de libros.

En las regresiones, la acción de los libros y diarios ya está controlada por el nivel educativo, que se halla incorporado a los modelos. En otras palabras, los efectos que estamos observando derivan de la lectura misma de libros y diarios, independientemente del nivel educativo de la persona. Esto se ve en el Gráfico N° 3. En la población general, se interesa por la política el 40% de los que leyeron un libro y sólo el 18% de los que no lo hicieron. Para los periódicos, estos porcentajes son del 30% y el 15%, respectivamente. Cuando mantenemos constante el nivel educativo, enfocándonos en el segmento de la población con instrucción media –secundario o terciario no universitario completos–, las diferencias entre lectores y no lectores de ambos tipos de medios se conservan con pequeñas variaciones.

**Gráfico N° 3**  
**Argentinos Interesados por la Política según Lectura de Libros y Diarios**  
En % de la población

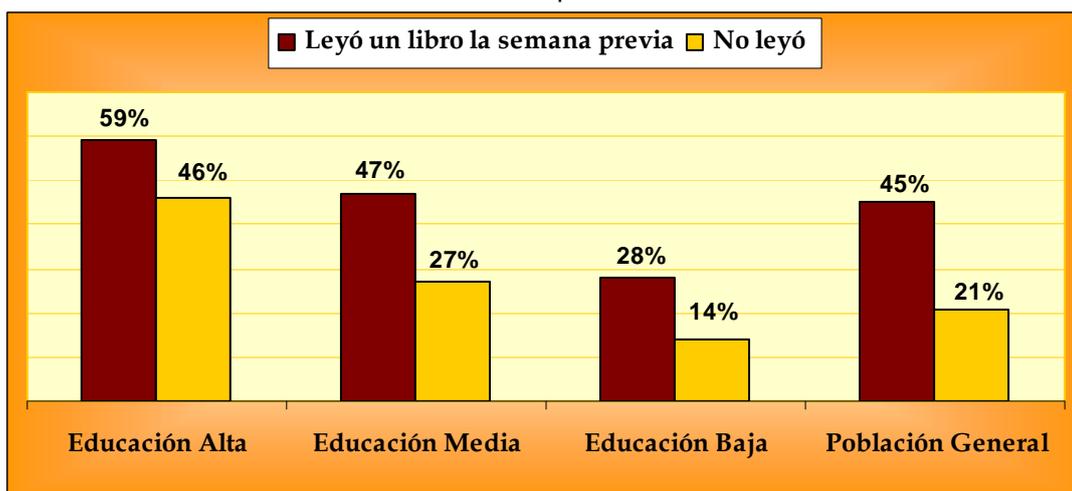


Fuente: Cálculos propios a partir de la WVS 2006.

En la ECCP Gran La Plata 2008 ocurre lo mismo con la lectura diaria de periódicos. En esta región se interesa por la política el 51% de las personas que leen el diario todos los días, frente al 30% de quienes leen con menos frecuencia. La diferencia se vuelve más marcada en la población de educación media – 58% frente a un 20%–, pero desaparece entre los platenses de baja instrucción.

De modo similar, el Gráfico N° 4 ilustra la repercusión de la lectura de libros sobre el activismo político no convencional, en este caso sobre una acción específica: la firma de petitorios. En la población general, firmó un petitorio el 45% de los argentinos que leyó un libro la semana anterior, frente a un 21% de los que no lo leyeron. Cuando se desagregan los porcentajes según el nivel de instrucción de las personas, las diferencias en materia de activismo entre los que leyeron y no leyeron se van acortando a medida que crece la educación, pero no desaparecen ni siquiera entre las personas de formación más alta.

**Gráfico N° 4**  
**Argentinos que Firmaron un Petitorio según Lectura de Libros**  
 En % de la población



Fuente: Cálculos propios a partir de la WVS 2006.

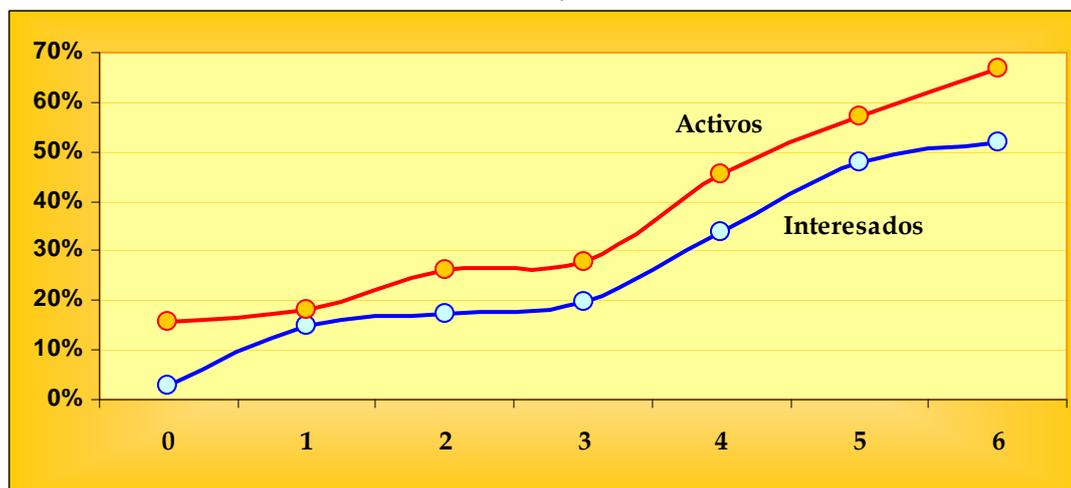
Arribamos a la interesante conclusión de que el medio de comunicación más antiguo, el libro, es el que parece jugar el rol más gravitante para el interés y la acción política. Le sigue en el papel de alimentar el interés por la política el otro medio tradicional: el diario. Ambos se caracterizan –el libro aún más que el periódico– por promover el pensamiento reflexivo y ampliar el horizonte mental de las personas.

Dicho esto, un segundo hallazgo sugiere que las personas más interesadas y activas en política tienden a informarse a través de una variedad de medios de comunicación (y a exponerse, probablemente, a un volumen de información más alto que el del ciudadano promedio). Con la pregunta sobre medios de la WVS 2006, construimos un Índice de Uso de Medios. Es la simple sumatoria del número de medios listados en el cuestionario de la encuesta –6 en total, excluyendo “conversaciones con amigos y colegas” – que el entrevistado utilizó la semana anterior “para saber lo que pasa en el país y en el mundo” (Cuadro N° 2). El índice varía, pues, entre 0 y 6. Con los datos de este sondeo, calculamos un segundo modelo para el interés y el activismo incorporando el índice como una única variable mediática (es decir, quitando del modelo la lectura de libros y diarios y conservando el resto de las variables no mediáticas). El Índice de Uso de Medios resultó una influencia significativa tanto para el interés como para el activismo. El odds de estar interesado aumenta un 23% por cada medio adicional usado por el entrevistado, en tanto el odds de haber realizado una acción no convencional crece un 17%.

La asociación entre el número de medios utilizados, el interés y el activismo queda expuesta de un modo más ostensible en el Gráfico N° 5. En los dos casos, la relación es poco menos que lineal. En los tramos más altos del índice, la proporción de interesados por la política supera el 50% y la de los activos se aproxima al 70%.

Este resultado es compatible con el obtenido a partir de los dos primeros modelos. Nuestra interpretación es que los ciudadanos más interesados y activos políticamente se informan más y a través de una variedad más amplia de medios que el resto de las personas. Al mismo tiempo, a la hora de determinar qué medios en particular ejercen una mayor influencia positiva, surgen los libros y los diarios (en este último caso, sólo para el interés).

**Gráfico N° 5**  
**Argentinos Interesados por la Política y que realizaron una Acción Política No Convencional según N° de Medios utilizados la semana previa**  
 En % de la población



Fuente: Cálculos propios a partir de la WVS 2006.

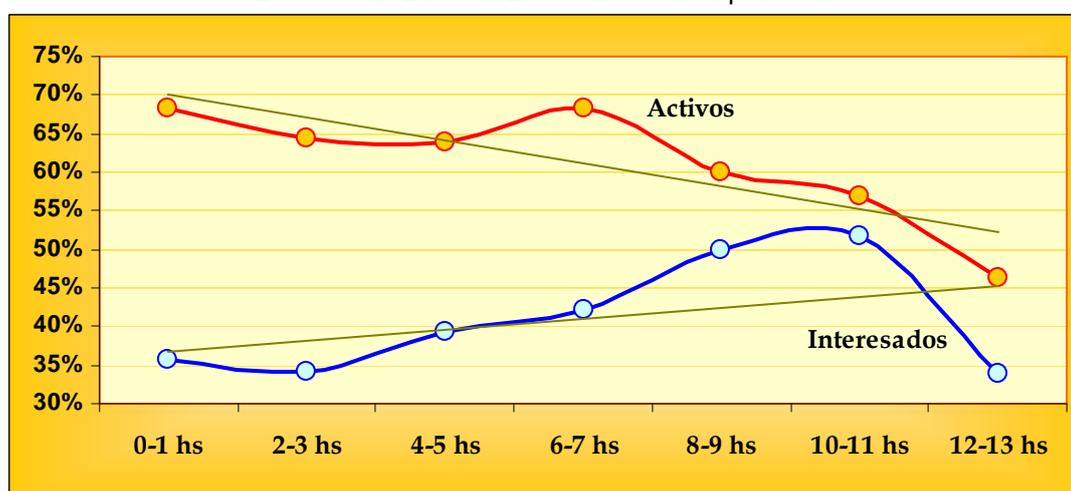
Hay dos aspectos más a resaltar. En primer lugar, al incorporar a los modelos del interés y el activismo el Índice de Uso de Medios y quitar la lectura de libros y diarios, la medida típica de la potencia explicativa de este tipo de modelos, la pseudo-R<sup>2</sup> de Nagelkerke, apenas cambia (Tablas N° 1 y N° 2 del Anexo). Esto es en parte reflejo de que, como hemos dicho, la influencia de los medios no es demasiado importante. En segundo lugar, entre los indicadores de uso de medios de la WVS 2006, ninguna de las

influencias significativas ejerce una acción negativa sobre el interés y el activismo; esto se verá alterado con los modelos basados en los datos del Gran La Plata.

La ECCP 2008, si bien no mide la lectura de libros, contiene una batería más amplia de indicadores sobre medios que la WVS. Los resultados de nuestra encuesta regional confirman en parte los de la WVS, pero nos ofrecen nuevas e importantes conclusiones. Quizás la más intrigante es la vinculada con los efectos de la televisión.

Disponemos ahora de una medida exhaustiva del tiempo de exposición a la TV. Se trata de una escala que va de 0 a 13 horas. Este indicador es significativo tanto en la regresión del interés como en la del activismo, pero su impacto es inverso en una y otra (Tablas Nº 1 y Nº 2 del Anexo). Por un lado, el odds de estar interesado se incrementa un 8% por cada hora adicional de exposición a la TV; por el otro, el odds de haber llevado a cabo una acción no convencional desciende prácticamente al mismo ritmo. Veamos esto en el Gráfico Nº 6.

**Gráfico Nº 6**  
**Personas Interesadas por la Política y que realizaron una Acción Política No Convencional según Horas de Exposición a la TV**  
ECCP Gran La Plata 2008 - En % de la población



La figura nos revela un dato adicional. Si bien el efecto neto del tiempo de exposición a la TV es incrementar el interés por la política, la relación no es monotónica, pues a partir del tramo de las 10-11 horas el interés se desploma abruptamente. Por el contrario, la asociación entre tiempo de exposición y activismo tiende a ser lineal. Entre las personas que miran poca televisión, la proporción de activos se aproxima al 70%, pero entre los que miran 12 o más horas disminuye casi al 45%. En el grupo de los que menos frecuentan la pantalla chica, poco más del 35% se interesa por la política. La proporción de interesados sube con la cantidad de horas, empieza a frenar su ritmo de crecimiento a partir de las 8-9 horas, y alcanza el pico en torno a las 10-11 horas, punto en el que hay más de un 50% de interesados. En el segmento final de las 12-13 horas el interés cae nuevamente al 35%.

El signo inverso que exhibe la relación del tiempo de exposición a la TV con el interés y el activismo es sugestivo, pues el interés mantiene una asociación positiva con el activismo. Con toda lógica, cuanto mayor es el interés por la política de un ciudadano, mayor es la probabilidad de que haya llevado a cabo una acción política no convencional. ¿Cómo es, entonces, que a medida que se mira más TV, aumenta el interés (está claro que sólo hasta cierto punto), pero disminuye el activismo? Desde nuestro punto de

vista, esto implica que, junto al efecto positivo sobre el interés, que tiende a aumentar el activismo, la TV produce (al menos) un segundo efecto X, que tiende a reducirlo y es más intenso que el primero.

El primer sospechoso de generar este efecto desmovilizador es sugerido por Putnam (2000, 1996), para quien la TV, cuando es utilizada fuertemente como pasatiempo, aísla socialmente y priva a la sociedad –y al individuo televidente– de capital social. Sin embargo, no parece ser éste el caso en nuestro sondeo regional, pues el tiempo de exposición a la TV no guarda relación en el Gran La Plata con la inserción en organizaciones voluntarias ni con la confianza interpersonal.

La interpretación por la que nos inclinamos viene a apoyarse en las teorías más recientes sobre la naturaleza que ha adquirido hoy la actividad de mirar televisión. Apunta al hecho de que, para muchas personas, el acto de seguir por televisión las informaciones, las discusiones y los sucesos políticos, es vivido como una experiencia de participación política en sí misma. Este tipo de participación virtual tendería a sustituir en estos ciudadanos a otras formas de participación “real”. Bucy señala que “el uso de los medios, ya no más una simple cuestión de búsqueda de absorción de información, sino una ‘experiencia’ que es por naturaleza crecientemente participativa, ha crecido en forma indistinguible de la misma implicación con la política”. Dicho de un modo más diáfano, “en una era de inmersión en los medios electrónicos, la exposición a noticias políticas y la participación política comienzan a representar el mismo constructo” (Bucy, 2005, pp. 108-109).

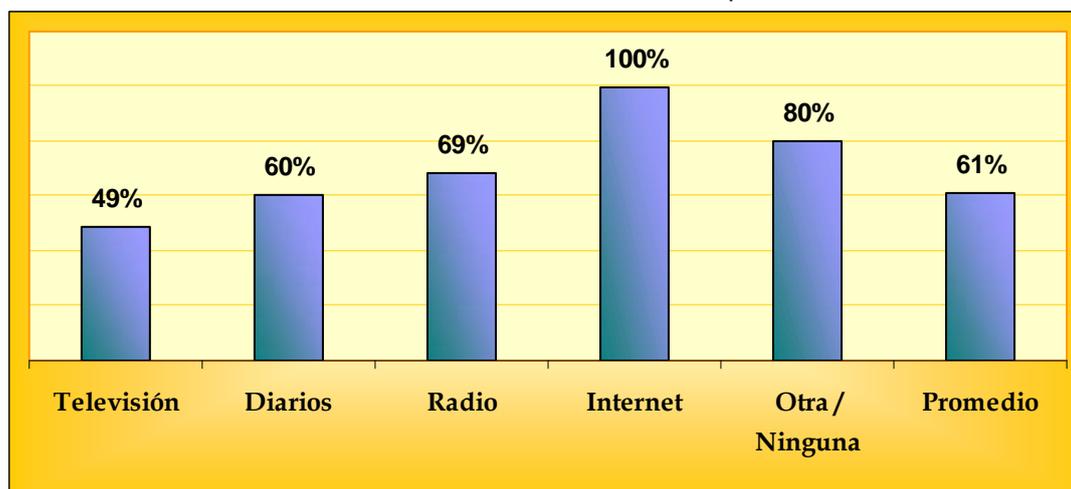
Si bien no debemos apresurarnos a catalogar esta participación en la “realidad virtual” creada por los medios electrónicos como mera “ilusión”, opuesta en un todo a la implicación en la “realidad real” de la política –pues, como bien apunta Bucy, muchas actividades políticas se concretan u organizan hoy a través de ese tipo de medios, y éstos proveen “el escenario real del proceso político mismo”–, tampoco podemos hacer rápidamente a un lado la hipótesis de que la TV, a diferencia de Internet, entrañe un grado de pasividad del usuario que acentúe el efecto desmovilizador. El mismo autor observa que los nuevos formatos interactivos de la televisión –como los programas donde los políticos responden a las preguntas del público, sea que éste se halle en el estudio o llame por teléfono– suponen para la masa de los telespectadores una participación imaginaria, pero que esto “es irrelevante si la experiencia de participación conduce a un sentido más elevado de eficacia personal y capacidad de respuesta (‘responsiveness’) del sistema” (Bucy, *óp. cit.*, p. 111).

Internet es una tecnología diferente, pues se trata de un medio interactivo por naturaleza. Una gran parte de los usuarios dialogan y no pocos producen su propia información. No sólo muchas actividades políticas tienen lugar íntegramente en la red, es decir, en el mundo virtual. También hay formas de participación política que se coordinan en Internet y se concretan en el mundo real. El problema, por el momento, es que el grupo de usuarios de Internet, aunque en rápido crecimiento, todavía no ha alcanzado masa crítica para aparecer con más fuerza en nuestros modelos. A pesar de esto, cuando en el Gran La Plata introducimos el uso de Internet en un segundo modelo de regresión del activismo, surge que para el grupo de usuarios de la red (cualquiera sea el tiempo que la utilizan), el odds de haber realizado una acción no convencional es superior en un 75% al odds del grupo de no usuarios. En la WVS 2006, la utilización de Internet (durante la semana anterior, “para saber lo que pasa”), no es significativo (Tabla Nº 2 del Anexo).

Con el impacto que el tiempo de exposición a la TV tiene sobre el activismo ganan respaldo algunas hipótesis del “videomalestar”. Ese influjo abona la idea de que es la forma o naturaleza de la TV la que vuelve a ese medio poco adecuado, al menos, para la acción política. Más evidencia de las mismas

regresiones de la ECCP 2008 viene a reforzar otros postulados del videomalestar, ahora referidos a los efectos del contenido. Los ciudadanos que consideran a la TV como su fuente de información política “más confiable” se interesan menos por la política y son menos activos que el resto de las personas (Tablas N° 1 y 2 del Anexo y Gráfico N° 7).

**Gráfico N° 7**  
**Personas que realizaron una Acción Política No Convencional**  
**según Fuente de Información Política más Confiable**  
ECCP Gran La Plata 2008 - En % de la población



Una interpretación plausible es que las personas con poco interés por la política tienden a privilegiar un medio que demanda para informarse menos esfuerzo que, por ejemplo, el diario o los libros. El 41% de la población del Gran La Plata –una mayoría que se corresponde con los promedios de la Argentina y de otros países– confía en la televisión con ese propósito. Utilizar la TV como principal entretenimiento también parece estar asociado con un menor interés, pero este dato es más débil, pues en términos estrictos el indicador no llega a ser estadísticamente significativo ( $p < 0.1$ ). A pesar de tratarse de un pequeño número de casos en el sondeo regional –sólo un 4% de la población del Gran La Plata dijo que Internet era su fuente más confiable para la política–, es interesante notar que el 100% de los miembros de este grupo son políticamente activos. Esto coincide con nuestros comentarios previos sobre la relación entre uso de Internet y activismo.

Acercas del posible impacto de los medios de comunicación sobre la desconfianza, el cinismo y el sentido de ineficacia externa, nuestros resultados sugieren que esa influencia podría ser más bien esporádica y circunstancial. De cualquier modo, de 9 indicadores que surgen como relevantes en esos modelos, 7 tienden a respaldar la teoría de la movilización y sólo 2 la del malestar (Tablas N° 3 y N° 4 del Anexo). Por ejemplo, leer diarios –con cualquier frecuencia– está asociado a una menor desconfianza en los partidos, mientras que tenerlos como la fuente de información política más confiable aumenta el sentido de eficacia externa. El tiempo de exposición a la TV, considerar a ésta como la fuente de información política más confiable y aún usarla como el principal entretenimiento, se vincula con el acuerdo –no el desacuerdo– con la frase: “las elecciones hacen que los gobiernos presten atención a lo que piensa la gente”. El tiempo de exposición sí está relacionado con la idea escéptica de que “ni siquiera el mejor gobierno puede solucionar los problemas”.

Respecto al interés y el activismo, los resultados son compatibles con las dos grandes teorías. En general, como predice la teoría de la movilización cognitiva, informarse a través de los medios aumenta las capacidades de pensamiento y acción política de las personas, especialmente cuando éstas recurren a una variedad de medios. Algunos medios parecen ser más eficaces como movilizadores: los libros, en primer lugar; los diarios (como ha subrayado Putnam), probablemente Internet. La televisión es el medio problemático, y aquí es donde se abre paso la teoría del malestar. Por lo visto en las encuestas analizadas en este trabajo, la TV también fomenta el interés por la política –otro respaldo a la hipótesis de la movilización–, pero las dificultades surgen con el activismo. ¿Promueve la televisión la pasividad política, creando una sensación ilusoria de participación? La respuesta a esta pregunta es de la mayor importancia, pues se refiere al medio de comunicación omnipresente de nuestra sociedad. En la ECCP 2010, que desarrollamos actualmente en la región noroeste de la Provincia de Buenos Aires, buscamos profundizar en estas cuestiones.

## Notas

(1) Las variables dependientes se han transformado en dicotómicas como se indica a continuación. Interés por la Política: “1”, bastante o muy interesado; “0”, poco o nada interesado. Activismo Político No Convencional: “1”, realizó alguna acción; “0”, no realizó ninguna acción. Desconfianza en los Partidos Políticos: “1”, ninguna confianza; “0”, mucha, bastante o no mucha confianza. “Ni siquiera el mejor gobierno...”: “1”, de acuerdo o totalmente de acuerdo; “0”, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo (la escala no contempla una categoría intermedia). “Las elecciones hacen...”: “1”, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo; “0”, de acuerdo o totalmente de acuerdo. “Los políticos se preocupan...”: “1”, nada; “0”, mucho, bastante o poco.

(2) Definimos el capital social como la reserva de asociaciones voluntarias, confianza y normas de cooperación que posee una comunidad como recursos para la acción colectiva (Putnam, 1993 y 2000). Para una radiografía del capital social en la Argentina, ver Jorge, 2008b.

## Bibliografía

Almond, Gabriel, and Sidney Verba: *The Civic Culture. Political attitudes and democracy in five nations*, Princeton University Press, Princeton, 1963.

Auletta, Ken. “Non-Stop News”, *The New Yorker*, January 25, 2010; pp. 38-47.

Bucy, Erik P.: “The Media Participation Hypothesis”, in McKinney, Mitchell S.; Kaid, Lynda Lee; Bystrom, Dianne G.; and Carlin, Diana B. (eds.): *Communicating Politics. Engaging the Public in Democratic Life*, Peter Lang, New York, 2005, pp. 107-122.

Cluskey, Michael R.; Deshpande, Sameer; Shah, Dhavan V.; McLeod, Douglas M.: “The efficacy gap and political participation: when political influence fails to meet expectations”, *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 16, Nº 4, 2004, pp. 437-455.

Dekker, Paul: “Political Cynicism: a hard feeling or an easy way to maintain distance?”, ECPR General Conference, Budapest, 8-11 September, 2005.

Eckstein, Harry. “A Culturalist Theory of Political Change”, *The American Political Science Review*, Vol. 82, Nº 3, 1988; pp. 789-804.

Fallows, James. “How to Save the News”, *The Atlantic*, June 2010; <http://www.theatlantic.com/magazine>.

Formisano, Ronald P. “The Concept of Political Culture”, *Journal of Interdisciplinary History*, Vol. 31, No. 3, 1991; pp. 393-426.

Inglehart, Ronald: *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic, and Political Change in Forty-Three Societies*, Princeton University Press, Princeton, 1997.

- Inglehart, Ronald. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*, Princeton University Press, Princeton, 1990.
- Inglehart, Ronald. "The Renaissance of Political Culture", *The American Political Science Review*, Vol. 82, No. 4, 1988; pp. 1203-1230.
- Jorge, José Eduardo. *Cultura Política y Democracia en la Argentina*, Edulp, La Plata (en prensa).
- Jorge, José Eduardo. "Los Medios de Comunicación y la Cultura Política en las Democracias Nuevas y Maduras", Social Science Research Network, Working Papers Series, 2010; <http://papers.ssrn.com/abstract=1621078>
- Jorge, José Eduardo. "Comunicación y Cultura Política en el Gran La Plata", *Anuario de Investigaciones 2006*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2009; pp. 158-163.
- Jorge, José Eduardo. "Actitudes hacia la política y la democracia, capital social y uso de medios en la Región del Gran La Plata. Los resultados de la Encuesta Comunicación y Cultura Política 2008", *Revista Question*, Vol. 20, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2008a.
- Jorge, José Eduardo: "Radiografía del Capital Social en Argentina", *Revista Question*, Vol. 19, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2008b.
- Jorge, José Eduardo: "Factores que Influyen sobre el Interés por la Política entre los Argentinos: un Análisis Basado en Evidencia Empírica", *Revista Question*, Vol. 17, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2008c.
- Jorge, José Eduardo: "La Confianza en las Instituciones Políticas, la Crisis de los Partidos y el Rol de los Medios", *Revista Question*, Vol. 16, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2007a.
- Jorge, José Eduardo: "Encuestas, Democracia y Políticas Públicas". *Revista Question*, Vol. 14, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2007b.
- Jorge, José Eduardo: "La Confianza Interpersonal en Argentina", *Revista Question*, Vol. 12, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2006.
- Kellner, Douglas. "Media Spectacle and the 2008 Presidential Election: Some Pre-election Reflections", *Mediascape*, University of California, Los Angeles, Fall 2008; [http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Fall08\\_Kellner.html](http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Fall08_Kellner.html)
- Montero, José Ramón; Gunther, Richard, y Torcal, Mariano: "Actitudes hacia la democracia en España: legitimidad, descontento y desafección", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 83, 1998, pp. 9-49.
- Newton, Kenneth: "Media and communication questions. Chapter 4. ESS report on questionnaire development", European Social Survey, <http://www.europeansocialsurvey.org>, 2000.
- Newton, Kenneth: "Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?", *British Journal of Political Science*, 29, 1999, pp. 577-599.
- Norris, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Post Industrial Societies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.
- Norris, Pippa: "Does television erode social capital? A reply to Putnam", *Political Science and Politics*, Vol. XXIX, N° 3, 1996.

Page, Benjamin I. and Robert Y. Shapiro: *The Rational Public*, The University of Chicago Press, Chicago, 1992.

Putnam, Robert D.: *Bowling Alone*, Simon & Schuster, New York, 2000.

Putnam, Robert D.: "Bowling Alone", *Journal of Democracy* 6.1, 1995, pp. 65-78.

Putnam, Robert D.: "The strange disappearance of civic America", *The American Prospect*, No. 24, Winter 1996, pp. 34-48.

Putnam, Robert D.: *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, Princeton, 1993.

Ruggiero, Thomas E.: "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century", *Mass Communication & Society*, Vol. 3, N° 1, 2000, pp. 3-37.

Skocpol, Theda: "'Unravelling From Above,'" *The American Prospect*, N° 25, March-April 1996, pp. 20-25

Welzel, Christian and Inglehart, Ronald. "The Role of Ordinary People in Democratization", *Journal of Democracy*, Vol. 19, N° 1, 2008; pp. 126-140.

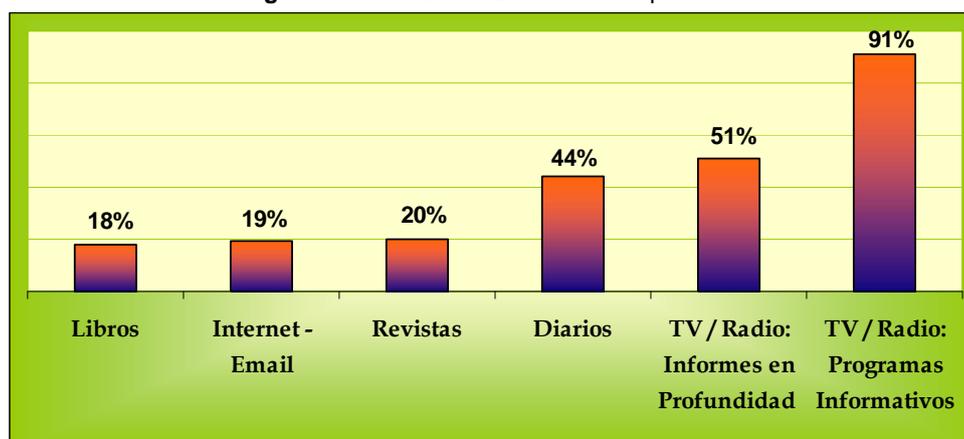
Welzel, Christian; Inglehart, Ronald, and Deutsch, Franziska: "Social Capital, Voluntary Associations and Collective Action: Which Aspects of Social Capital Have the Greatest 'Civic' Payoff?", *Journal of Civil Society*, Vol. 1, No. 2, September 2005, pp.121–146.

White, Clarissa; Bruce, Sara, and Ritchie, Jane: "Young people's politics. Political interest and engagement amongst 14–24 year olds", Joseph Rowntree Foundation, York, 2000.

WVS Association: World Values Survey 2005 Official Data File v.20090901, Aggregate File Producer: ASEP/JDS, Madrid, <http://www.worldvaluessurvey.org>, 2009.

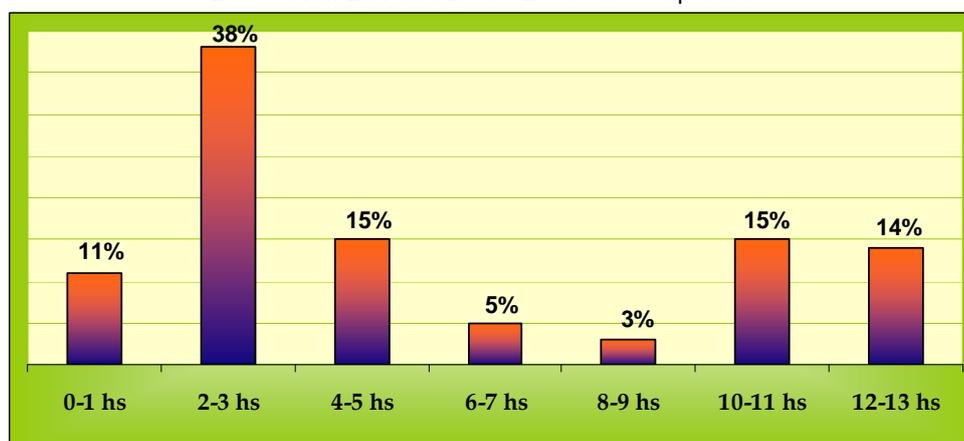
## ANEXO

**Figura Nº 1 – Uso de Medios**  
Argentina WVS 2006 - En % sobre la población

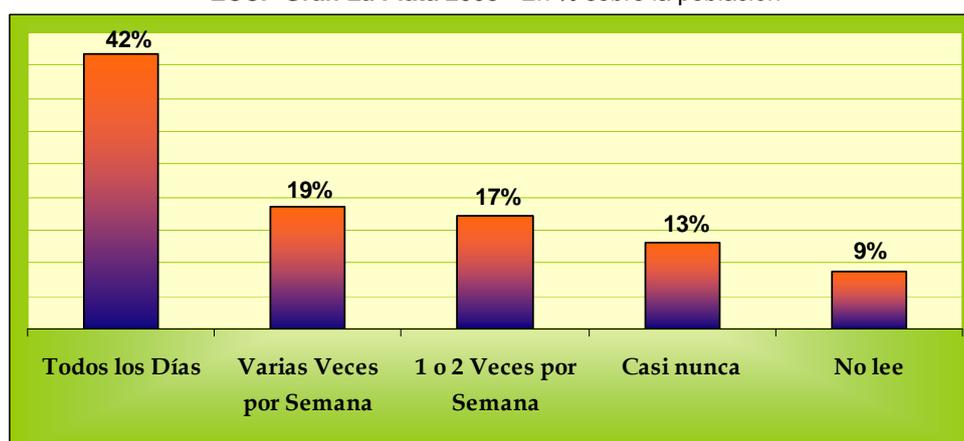


Fuente: Cálculos propios a partir de WVS Argentina 2006

**Figura Nº 2 – TV: Tiempo de Exposición (Horas)**  
ECCP Gran La Plata 2008 - En % sobre la población



**Figura Nº 3 – Frecuencia de Lectura de Diarios**  
ECCP Gran La Plata 2008 - En % sobre la población



**Figura Nº 4 – La TV como Principal Entretenimiento**  
ECCP Gran La Plata 2008 - En % sobre la población



**Tabla N° 1**  
**Influencias sobre el Interés por la Política**  
**Análisis de Regresión Logística**  
Odds Ratios y Niveles de Significación

VARIABLES		ECCP 2008	WVS 2006	WVS 1999
<b>Nivel Educativo</b>			p<0.001	p<0.002
	-Alto	No sig.	<b>3,693</b> p<0.001	<b>2,226</b> p<0.004
	-Medio		No sig.	<b>1,915</b> p<0.002
<b>Confianza en los Partidos Políticos</b>		p<0.001	p<0.001	p<0.001
	-Bastante / Mucha confianza	<b>11,843</b> p<0.001	<b>6,655</b> p<0.001	<b>8,883</b> p<0.001
	-No mucha confianza	<b>2,015</b> p<0.02	<b>1,705</b> p<0.01	<b>2,549</b> p<0.001
<b>Capital Social</b>	<b>Confianza Interpersonal</b>	No sig.	<b>2,157</b> p<0.001	No sig.
	<b>Inserción en Org. Voluntarias</b>	No sig.	No sig.	<b>1,186 [a]</b> p<0.06
	<b>Pasar tiempo con Amigos</b>			p<0,01
	-Todas las semanas	No sig.	No sig.	<b>2,115</b> p<0.003
	-1 ó 2 veces por mes			<b>1,664</b> p<0.07
<b>Actitudes hacia la Democracia</b>	<b>Índice de Valores Democráticos (escala)</b>	<b>1,637</b> p<0.06		<b>1,735</b> p<0.001
	<b>Importancia de Vivir en Democracia (escala)</b>		<b>1,131</b> p<0.05	
<b>Variables Demográficas</b>	<b>Sexo: Mujer</b>	<b>0,648</b> p<0.1	<b>0,490</b> p<0.001	No sig.
	<b>Edad</b>	No sig.	No sig.	<b>1,026</b> p<0.001
	<b>Región del País</b>		p<0.006	
	-Ciudad de Bs. As.		<b>2,473</b> p<0..003	
	-Conurbano		No sig.	
	<b>Tamaño de la Localidad</b>			p<0.001
<b>Tipo de Ocupación</b>				p<0.03
	-Profesional, Supervisor, Gerente		No sig.	<b>1,971</b> p<0.02
	-Trabajador Manual y No Manual			No sig.
<b>Sentimiento de Eficacia Interna</b>	<b>"La política es complicada y no se entiende"</b>	<b>0,243</b> p<0.001		
<b>Uso Medios de Comunicación</b>	<b>Leyó un Libro la semana anterior</b>		<b>1,664</b> p<0.02	
	<b>Leyó el Diario la semana anterior</b>		<b>1,522</b> p<0.03	
	<b>Índice de Uso de Medios (escala 0 a 6) [Modelo 2 WVS 06][b]</b>		<b>1,230 [b]</b> p<0.002	
	<b>TV: Horas de Exposición (escala 0 a 13)</b>	<b>1,083</b> p<0.02		No sig. (escala 0 a 3)
	<b>TV: Fuente de Información Política más Confiable</b>	<b>0,501</b> p<0.02		
	<b>TV: Principal Entretenimiento</b>	<b>0,600</b> p<0.1		
	<b>Periódicos: Lectura Diaria</b>	<b>1,661</b> p<0.06		
<b>MODELO</b>	<b>R<sup>2</sup> Nagelkerke</b>	<b>0.374</b>	<b>0.246</b> Modelo 2: 0.241	<b>0.263</b>
	<b>Test de Hosmer - Lemeshow</b>	<b>0.771</b>	<b>0.552</b> Modelo 2: 0.433	<b>0.937</b>
	<b>Eventos predichos</b>	<b>75,4%</b>	<b>81,20%</b> Modelo 2: 80,4%	<b>82,7%</b>

[a] N° de Organizaciones Voluntarias a las que pertenece el entrevistado.

[b] Para la WVS 2006, se calculó un Modelo 2 cambiando las variables sobre uso de medios de comunicación, Modelo 1: incluye "Leyó un Libro" y "Leyó el Diario" la semana anterior. Modelo 2: incluye el "Índice de Uso de Medios". Los odds ratios y niveles de significación del cuadro corresponden al Modelo 1.

**Tabla N° 2**  
**Influencias sobre el Activismo Político No Convencional**  
**Análisis de Regresión Logística**  
Odds Ratios y Niveles de Significación

VARIABLES		ECCP 2008	WVS 2006	WVS 1999
<b>Nivel Educativo</b>		p<0.001	p<0.001	p<0.001
	-Alto	<b>3,08</b> p<0.001	<b>3,827</b> p<0.001	<b>4,238</b> p<0.001
	-Medio	No sig. [a]	<b>1,809</b> p<0.001	<b>1,998</b> p<0.001
<b>Interés por la Política</b>		p<0.01	p<0.001	p<0.001
	-Bastante / Muy interesado	<b>2,104</b> p<0.01	<b>1,858</b> p<0.001	<b>2,873</b> p<0.001
	-No muy interesado	No sig. [a]	No sig. [a]	No sig.
<b>Capital Social</b>	<b>Confianza Interpersonal</b>	No sig.	No sig.	<b>1,686</b> p<0.02
	<b>Inserción en Org. Voluntarias</b>	No sig.	<b>1,563 [b]</b> p<0.01	<b>1,353 [c]</b> p<0.002
<b>Actitudes hacia la Democracia</b>	<b>Índice de Valores Democráticos (escala)</b>	<b>1,599</b> p<0.07		No sig.
	<b>Importancia de Vivir en Democracia (escala)</b>		<b>1,224</b> p<0.001	
<b>Evaluación del Entorno Institucional</b>	<b>Respeto Percibido por los DDHH : "Poco" - "Ningún" respeto</b>	No sig.	<b>1,813</b> p<0.001	
	<b>Corrupción Percibida: "Casi todos los funcionarios"</b>	<b>0,528</b> p<0.02		
	<b>Situación Política Percibida: "Regular" - "Mala"</b>	<b>0,246</b> p<0.003		
	<b>"El país está gobernado por grandes intereses"</b>			<b>2,419</b> p<0.01
<b>Valores</b>	<b>Índice Postmaterialismo de Inglehart (4 ítems)</b>	p<0.004	p<0.02	No corresponde
	-Postmaterialista	<b>3,434</b> p<0.004	<b>1,947</b> p<0.02	
	-Mixto	<b>2,499</b> p<0.002	<b>1,750</b> p<0.007	
	<b>Índice Postmaterialismo de Inglehart (12 ítems. Escala)</b>		No corresponde	<b>1,331</b> p<0.001
	<b>Tolerancia y Respeto por los Demás</b>		No sig.	<b>1,815</b> p<0.004
	<b>Abnegación y Espíritu de Sacrificio. Altruismo</b>		No sig.	<b>2,048</b> p<0.002
	<b>Posición en la Escala Derecha - Izquierda (escala creciente)</b>	No sig.	No sig.	<b>1,132</b> p<0.004
<b>Variables Demográficas</b>	<b>Región del País</b>		p<0.001	
	-Ciudad de Bs. As.	No corresponde	<b>2,474</b> p<0.001	
	-Conurbano		<b>1,945</b> p<0.001	
<b>Uso Medios de Comunicación</b>	<b>Leyó un Libro la semana anterior</b>		<b>1,468</b> p<0.06	
	<b>Índice de Uso de Medios (escala 0 a 6) [Modelo 2 WVS 06] [d]</b>		<b>1,174 [d]</b> p<0.01	
	<b>TV: Hs. de Exposición (escala 0 a 13)</b>	<b>0,924</b> p<0.02		No sig. (escala 0 a 3)
	<b>TV: Fuente de Información Política más Confiable</b>	<b>0,575</b> p<0.04		
	<b>Uso de Internet (todas las horas) [Modelo 2 ECCP 08] [e]</b>	<b>1,748 [e]</b> p<0.05		
<b>MODELO</b>	<b>R<sup>2</sup> Nagelkerke</b>	<b>0,334</b> Modelo 2: 0.302	<b>0,254</b> Modelo 2: 0.259	<b>0,287</b>
	<b>Test de Hosmer - Lemeshow</b>	<b>0,492</b> Modelo 2: 0.793	<b>0,454</b> Modelo 2: 0.871	<b>0,715</b>
	<b>Eventos predichos</b>	<b>72,5%</b> Modelo 2: 71,0%	<b>74,7%</b> Modelo 2: 74,6%	<b>75,9%</b>

[a] Incorporado a la categoría de referencia. [b] Miembro Activo de Organizaciones Voluntarias (dicotomía "miembro" / "no miembro"). [c] Pertenencia a Organizaciones Voluntarias (escala: N° de organizaciones a la que pertenece el entrevistado). [d] Para la WVS 2006, se calculó un Modelo 2 con el "Índice de Uso de Medios" en lugar de "Leyó un Libro". Los odds ratios y niveles de significación del cuadro corresponden al Modelo 1. [e] Para la ECCP 2008, se calculó un Modelo 2, con "Uso de Internet" en lugar de "TV: Fuente de Información Política más Confiable". Los odds ratios y niveles de significación del cuadro corresponden al Modelo 1.

**Tabla N° 3**  
**Influencias sobre la Desconfianza en los Partidos Políticos**  
**Análisis de Regresión Logística**  
**Odds Ratios y Niveles de Significación**

VARIABLES		ECCP 2008	WVS 2006
<b>Interés por la Política</b>		p<0.001	p<0.001
-No muy interesado		<b>0,442</b> p<0.03	<b>0,490</b> p<0.001
-Bastante / Muy interesado		<b>0,199</b> p<0.001	<b>0,332</b> p<0.001
<b>Actitudes hacia la Democracia</b>	<b>La Democracia es Preferible a un Gobierno Autoritario</b> (dicotomía)	<b>0,492</b> p<0.03	
	<b>Grado de Democracia en el País</b> (escala)	<b>0,840</b> p<0.01	<b>0,881</b> p<0.001
<b>Actitudes hacia los Partidos</b>	<b>"La Democracia puede existir sin Partidos Políticos"</b>	<b>2,629</b> p<0.001	
<b>Cinismo Político</b>	<b>"Los políticos no se preocupan nada por lo que piensa la gente como uno"</b>	<b>3,995</b> p<0.001	
	<b>Desacuerdo: "Las elecciones hacen que los gob. presten atención a la gente"</b>	<b>2,034</b> p<0.03	
<b>Valores</b>	<b>Sentimiento de Libertad de Elección y de Control sobre la Propia Vida</b>	No sig.	<b>0,928</b> p<0.04
<b>Variables Demográficas</b>	<b>Región del País</b>		p<0.001
	-Ciudad de Bs. As.		<b>2,376</b> p<0.001
	-Conurbano		<b>2,060</b> p<0.001
<b>Uso Medios de Comunicación</b>	<b>TV: Miró Informes Especiales la semana anterior</b>		<b>0,734</b> p<0.04
	<b>Internet: Usó la semana anterior</b>		<b>1,515</b> p<0.03
	<b>Periódicos: Lee</b> (cualquier frecuencia)	<b>0,319</b> p<0.05	
	<b>TV: Fuente de Información Política Confiable</b> [Modelo 2 ECCP 08] [a]	<b>0,613 [a]</b> p<0.12	
<b>MODELO</b>	<b>R<sup>2</sup> Nagelkerke</b>	<b>0,413</b> Modelo 2: 0,420	<b>0,170</b>
	<b>Test de Hosmer - Lemeshow</b>	<b>0,543</b> Modelo 2: 0,964	<b>0,612</b>
	<b>Eventos predichos</b>	<b>77,1%</b> Modelo 2: 78,4%	<b>66,3%</b>

[a] Para la ECCP 2008 se calculó un Modelo 2, agregando "TV: Fuente de Información Política más Confiable". Los odds ratios y niveles de significación del cuadro corresponden al Modelo 1.

**Tabla N° 4**  
**Influencias sobre Indicadores de Cinismo Político**  
**ECCP Gran La Plata 2008**  
**Análisis de Regresión Logística**  
Odds Ratios y Niveles de Significación

VARIABLES		"Ni siquiera el mejor gobierno puede solucionar los problemas"	"Los políticos no se preocupan NADA por lo que piensa la gente como uno"	Desacuerdo: "Las elecciones hacen que los gobiernos presten atención a la gente"
<b>Nivel Educativo</b>		p<0,04	p<0.08	No sig.
-Alto		<b>0,594</b> p<0,04	<b>0,499</b> p<0.03	
-Medio		No sig. [a]	<b>0,634</b> p<0.133	
<b>Evaluación del Entorno Institucional</b>	<b>Situación Política Reg - Mala</b>	<b>4,037</b> p<0.001	<b>3,374</b> p<0.007	No sig.
	<b>Sit. Económica Reg - Mala</b>	No sig.	No sig.	<b>3,934</b> p<0.02
	<b>Partidos: Ninguna confianza</b>	No sig.	<b>4,220</b> p<0.001	<b>2,053</b> p<0.01
	<b>Corrupción de los funcionarios: Casi todos</b>	No sig.	<b>2,018</b> p<0.005	<b>2,098</b> p<0.008
<b>Actitudes hacia la Democracia</b>	<b>Grado de Democ. en el País (escala)</b>	<b>0,895</b> p<0.05	<b>0,838</b> p<0.008	<b>0,884</b> p<0.08
<b>Capital Social</b>	<b>Confianza Interpersonal</b>	No sig.	No sig.	<b>0,434</b> p<0.05
	<b>Pertenencia a Org. Voluntarias (dicotomía)</b>	<b>0,482</b> p<0.002	<b>0,643</b> p<0.08	No sig.
<b>Sentimiento de Eficacia Interna</b>	<b>"La política es complicada y no se entiende"</b>	<b>1,855</b> p<0.01	No sig.	No sig.
<b>Valores</b>	<b>Sentimiento de Libertad Elección</b>	<b>0,863</b> p<0.02	No sig.	No sig.
<b>Uso Medios de Comunicación</b>	<b>TV: Horas de Exposición</b>	<b>1,090</b> p<0.004	No sig.	<b>0,925</b> p<0.04 [Modelo 2] [b]
	<b>TV: Fuente de Inf. Pol. Confiable</b>	No sig.	No sig.	<b>0,535</b> p<0.03
	<b>TV: Principal Entretenimiento</b>	No sig.	No sig.	<b>0,399</b> p<0.007
	<b>Periódicos: Fuente de Inf. Pol. Confiable</b>	No sig.	<b>0,572</b> p<0.1	No sig.
<b>MODELO</b>	<b>R<sup>2</sup> Nagelkerke</b>	<b>0,214</b>	<b>0,308</b>	<b>0,205</b> Modelo 2: 0,204
	<b>Test de Hosmer - Lemeshow</b>	<b>0,878</b>	<b>0,818</b>	<b>0,623</b> Modelo 2: 0,332
	<b>Eventos predichos</b>	<b>67,2%</b>	<b>71,6%</b>	<b>78,9%</b> Modelo 2: 77,2%

[a] Incorporado a la categoría de referencia. [b] Para la regresión del indicador "Las elecciones hacen..." se calculó un Modelo 2, con "TV: Horas de Exposición" en lugar de "TV: Fuente de Información Política más Confiable". Los odds ratios y niveles de significación del cuadro corresponden al Modelo 1.

**Notas a los modelos:** Sobre la construcción del Índice de Valores Democráticos, ver Jorge, 2008c. Acerca del Índice de Postmaterialismo de Inglehart, ver Inglehart, 1997, o Jorge, 2008b. Sobre la medición de la confianza interpersonal y de la inserción en organizaciones voluntarias, ver Jorge, 2008b. Los valores "tolerancia" y "abnegación" corresponden a una lista de de 11 valores "que se pueden hacer desarrollar a los niños", de los que el entrevistado puede elegir hasta 5. El "grado de democracia en el país", el "sentimiento de libertad de elección y control sobre la propia vida" y la posición en la escala política derecha / izquierda se miden en una escala de 1 a 10.

## **JOSÉ EDUARDO JORGE**

Es Licenciado en Comunicación Social. Titular del Seminario Interdisciplinario Comunicación y Cultura Política de la FPyCS y director de los proyectos de investigación “La Cultura Política en el Noroeste Bonaerense” (UNNOBA) y “Comunicación y Cultura Política en el Gran La Plata” (UNLP). Ha sido, durante nueve años, consultor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en proyectos de apoyo a las políticas públicas de la Provincia de Buenos Aires. Se ha desempeñado desde 1983 como periodista político, asesor en comunicación de instituciones públicas y director de encuestas de opinión.