

Bloqueo mediático, redes sociales y malestar ciudadano. Para entender el movimiento español del 15-M

Xosé Ramón Rodríguez-Polo¹

Recibido: 2012-06-08
Envío a pares: 2012-06-22

Aprobado por pares: 2012-10-10
Aceptado: 2013-01-20

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Rodríguez-Polo, X. R. Abril de 2013. Bloqueo mediático, redes sociales y malestar ciudadano. Para entender el movimiento español del 15-M. Palabra Clave 16 (1), 45-68.

Resumen

El movimiento del 15-M ha sido la movilización más importante que ha vivido España en los últimos años. En este trabajo proponemos analizar este fenómeno mediante el estudio de cuatro elementos que consideramos que presentan las claves para entender algunas de sus causas y el enorme respaldo social que alcanzó. Empleando el análisis secundario de datos abordamos el estudio de la situación de bloqueo del debate público, la incidencia política que facilitan los medios sociales, los colectivos activistas y el descontento de la ciudadanía española. Del análisis de la opinión pública se colige que el problema económico de la crisis derivó, por causa de su gestión, en un problema social, para transformarse finalmente en un problema político, manifestado en un clima de enorme descontento con la situación política y con el gobierno. La irrupción del 15-M hizo aflorar todo el malestar acumulado, convirtiendo un acto organizado por colectivos minoritarios en toda una marea ciudadana de repulsa.

Palabras clave

Opinión pública, medios de comunicación, compromiso cívico, malestar ciudadano, medios sociales.

¹ Universidad Rey Juan Carlos, España. joseamon.rodriguez.polo@urjc.es

Media Blockage, Social Networks and the Citizen's Unrest- An Understanding of Spain's 15-M Movement

Abstract

The M-15 has been the most important movement that Spain has seen in the past years. This article analyzes the M-15 phenomenon by studying the four elements that are believed to be at the root of its causes and of the enormous social support it attained. Secondary data analysis was used to study blockage of public debate, how social media accelerate political impact, activist groups and the unrest of Spanish society. Analyzing public opinion concluded in an understanding that crisis management caused the economic issue in the crisis to become a social issue, which later evolved into a political issue expressed in an overall restlessness towards the political situation and the government. The onset of the M-15 was an asset to the eruption of the unrest that had accumulated, turning a small act of protest organized by minority groups into a wave of citizen rejection.

Keywords

Public opinion, communication media, civic commitment, citizens' unrest, social media.

Bloqueio mediático, redes sociais e mal-estar cidadão. Para entender o movimento espanhol do 15-M

Resumo

O movimento do 15-M é a mobilização mais importante que a Espanha já viveu nos últimos anos. Neste trabalho, propomos analisar este fenômeno mediante o estudo de quatro elementos que consideramos que apresentam as chaves para entender algumas de suas causas e o enorme respaldo social que atingiu. Empregando a análise secundária de dados, abordamos o estudo da situação de bloqueio do debate público, a incidência política que facilitam os meios sociais, os grupos ativistas e o descontentamento da cidadania espanhola. Da análise da opinião pública, deduz-se que o problema econômico da crise derivou, por causa de sua gestão, em um problema político, manifestado em um clima de enorme descontentamento com a situação política e com o governo. A irrupção do 15-M fez aflorar todo o mal-estar acumulado, convertendo um ato organizado por grupos minoritários em uma maré cidadã de repulsa.

Palavras-chave

Opinião pública, meios de comunicação, compromisso cívico, mal-estar cidadão, meios sociais.

El surgimiento del movimiento 15-M ha sido un fenómeno insólito que presentó una nueva forma de actuar en el ámbito público al margen del sistema establecido, y vino a poner en evidencia a los mediadores tradicionales: partidos, sindicatos y medios de comunicación convencionales.

Las concentraciones iniciadas el 15 de mayo de 2011, por jóvenes universitarios en la Puerta del Sol de Madrid, han venido a poner en cuestión la idea –dominante en la mayoría de los análisis sobre la opinión pública– de que la sociedad vive instalada en la apatía política. Coincidiendo, por tanto, con la posición defendida por Inglehart, que rechaza la desafección ciudadana afirmando que efectivamente la gente abandona “las organizaciones políticas oligárquicas de vieja línea, que los movilizaron en la era de la modernización; pero –nada apáticos– se muestran cada vez más activos que nunca en una amplia serie de formas de participación política desafiantes para la élite” (1999, p. 404).

Su irrupción ha servido para denunciar la gran simulación en que se ha convertido la vida pública que, como evidenció Wolton, se reduce al mero seguimiento por parte de los ciudadanos de una agenda de temas ofrecida por las estructuras de poder y la comunicación (1999, p. 285).

También el éxito de este movimiento ha supuesto un salto muy importante para el activismo desarrollado desde las redes sociales. Cuyas acciones, generalmente, se quedaban encerradas en la autorreferencialidad de sus flujos comunicativos, sin incidencia alguna sobre la política ni sobre la población que no accedía a ellos.

En el presente trabajo proponemos el análisis de algunos elementos que consideramos importantes para entender las circunstancias que explican la aparición del 15-M y su respaldo social.

Trataremos de presentar, en primer lugar, la situación actual del debate público, secuestrado por la alianza de intereses entre los partidos y los medios en lo que se ha venido a denominar como “bloqueo partido-mediático de la esfera pública”. A continuación abordaremos las posibilidades de los medios sociales para evadir el bloqueo y constituirse en una nueva arena

de intervención política. Sin embargo, son la conciencia y el compromiso cívico los que animan la participación, y no las posibilidades tecnológicas, por lo que entendemos que la tercera de las claves del 15-M reside en los grupos y colectivos de activistas que han tenido la iniciativa. Finalmente presentamos un análisis del estado de la opinión pública, donde nos encontramos con la existencia, entre los españoles, de un fuerte clima de malestar social. Consideramos que este es el cuarto elemento explicativo del éxito del movimiento 15-M.

La democracia centrada en los medios

Uno de los elementos más característicos del pasado siglo ha sido el progresivo protagonismo y la centralidad que han ido adquiriendo los medios de comunicación en nuestra vida social, convirtiéndose en nuestra fuente principal de conocimiento del mundo.

De entre todos los ámbitos podemos decir que ha sido el campo de la política el que ha vivido una transformación más grande y de mayor repercusión. Este proceso de reconfiguración de la política se puso en marcha cuando los medios fueron adquiriendo autonomía respecto a los partidos, y el periodismo se fue desarrollando como cultura profesional. Los medios de difusión consiguieron su independencia a medida que llegaron a ser empresas con lectores, oyentes y publicidad suficiente para ser viables. Esta situación de fortaleza propició que fuera la política la que, de manera progresiva, aumentara su dependencia de los medios y se adaptara a su lógica.

La llegada de la televisión acabó por culminar el proceso de imposición de la lógica mediática, y transformó la política democrática en lo que se ha venido llamando democracia mediática o mediatizada (Muñoz Alonso y Rospir, 1999). En ella, la actuación política se pliega a las exigencias de los medios, de manera que la política y el consenso político pasan a establecerse en y a través de los medios de comunicación (Pye, 1963, p. 3; Donsbach, 1995, p. 41; y Santillán, 2009).

Crisis de la comunicación pública

Fueron Blumer y Gurevitch (1995) de los primeros que advirtieron el peligro del aumento de la trivialización de la información política y la crecien-

te profesionalización de su gestión desde el poder, en lo que denominaron “la crisis de la comunicación pública”.

La comercialización, el sensacionalismo, la americanización y la contaminación de la información por el entretenimiento habían llevado al declive del periodismo político. Las estrategias empresariales de los medios entraban en contradicción con la función política que debían asumir: garantizar la libre circulación de ideas y permitir a los ciudadanos la posibilidad de tomar sus decisiones racionalmente (Martín Algarra, 1999; McChesney, 1999; Rodríguez-Polo y Martín Algarra, 2011).

En este proceso de degeneración de la comunicación pública, fueron las instituciones políticas, especialmente los partidos y los gobiernos, quienes más se implicaron, por medio de lo que Blumer llama “profesionalización de las fuentes informativas” (1990, p. 104). Un modo de ejercer la acción pública orientada a satisfacer la lógica mediática con la ayuda de expertos.

Se organizan acontecimientos ajustados a los criterios de noticiabilidad (espectacularidad, conflicto, polémica), y se acomodan las actividades y declaraciones al ritmo de la producción informativa. Se promocionan dirigentes, candidatos o portavoces en función de su telegenia, y se cultivan sus habilidades para producir buenos titulares, cortos y contundentes, que puedan llegar a ser portada o a abrir noticiarios (Mancini y Swanson, 1996, pp. 14-15).

Convertidos así en fuentes profesionales, producir noticias es un instrumento al servicio de la lucha por el poder antes que una actividad orientada a clarificar los diversos planteamientos sobre los problemas públicos, abandonando su función de enriquecer el debate democrático. En consencuencia, la cultura política se ve transformada en un nuevo entorno perceptivo en el que la comprensión de los asuntos públicos se simplifica cada vez más, por medio de la reducción del contenido intelectual del discurso político entre los ciudadanos (Manheim, 1984, pp. 132-135).

La democracia mediática había propiciado la acumulación de graves distorsiones en el funcionamiento de la esfera pública hasta llegar a con-

vertirse en uno de los factores desencadenantes de la crisis generalizada de las democracias representativas (McNair, 2000, p. 8; Martínez Nicolás, 2011b, p. 16).

La formación del complejo político-mediático

La imposición de la lógica mediática a la acción política ha corrido de la mano de otro proceso histórico simultáneo, como ha sido la concentración de la representación política en casi total exclusividad por parte de los partidos políticos.

Ambos procesos han sido muy útiles para la ordenación de la vida política en las democracias parlamentarias, ya que han permitido reducir la complejidad de los procesos de toma de decisiones, garantizando que transcurran con un mínimo de publicidad. Pero el fortalecimiento de la interdependencia entre el sistema político y el mediático ha conducido a la construcción de lo que Swanson (1992) denomina el complejo político-mediático.

Como explica Martínez Nicolás (2010, pp. 20 y ss.), si por un lado nos encontramos con que la política se ha visto plegada a la lógica mediática y, en particular, a los criterios que regulan la noticiabilidad, por el otro, los medios se han visto sometidos a la lógica partidista de la lucha por el poder. En consecuencia, se ha reducido la vida pública democrática a la asociación de partidos y medios que se necesitan mutuamente para alcanzar sus fines: de poder unos y económicos los otros.

El bloqueo partido-mediático de la esfera pública

La conjunción de los intereses empresariales de los medios y los intereses mediáticos de los políticos se confunden para aliarse y sobrevivir juntos. De esta forma se impone a la sociedad una visión partidista de la realidad, en la que la información se pierde en encuadres que sólo sirven para la lucha por el poder.

Este complejo político-mediático impone sobre qué se debe hablar y cuáles son las posibles opciones dentro de cada cuestión, excluyendo la

presencia de otros enfoques posibles o la emergencia de otros temas a los defendidos por los grandes partidos.

Estos modos de hacer política, y de hacer información, conducen a lo que Martínez Nicolás ha denominado como “el bloqueo partido-mediático de la esfera pública” (2010, p. 21), que dificulta la participación activa de la ciudadanía en la vida democrática y reduce la comunicación pública a un juego limitado a las élites políticas y mediáticas.

La desafección ciudadana

La consolidación del complejo político-mediático y el bloqueo consecuente de la esfera pública redundan en la progresiva desvinculación de la sociedad con lo mediático y lo político.

La política tiende a ser percibida como “un coto cerrado, autorreferencial, movido por la obtención de un poder del que no acaba de verse su conexión con los problemas más cercanos a la experiencia de los ciudadanos” (Martínez Nicolás, 2011b, p. 23). La ciudadanía, pues, queda relegada a la mera condición de espectador (Mancini y Swanson, 1996, pp. 16-17) y, en consecuencia, responde ante la política con una visión desencantada, cínica (Miller, 1974, p. 952; Cappella y Hall Jamieson, 1997).

Respecto a los medios, la población suele asociar su actuación con el cuidado prioritario de sus intereses empresariales y la procura de una proximidad ventajosa con respecto al poder político. La respuesta social ante este comportamiento se traduce en una especie de boicot a los medios, que queda de manifiesto en la reducción del número de lectores y telespectadores que siguen la información política (Fallows, 1996, p. 13).

El poder emancipador de las TIC

En esta situación de bloqueo del espacio público, los medios digitales y sociales pasan a convertirse en la arena adecuada para que la ciudadanía recupere su protagonismo en el proceso de gestión de la cosa pública, y se desarrolle la sociedad civil (Norris, 2001, p. 239 y ss.).

Los principales usos de los nuevos medios son: informar, interpelar, deliberar, organizar y movilizar. A estas prácticas, ninguna nueva, los medios sociales les confieren unas cualidades que las vuelven novedosas. A unas (informar, interpelar, deliberar) les aporta la posibilidad de obtener una cualidad largamente vedada a esas prácticas ciudadanas: la publicidad, la opción de ejercerse y de proyectarse en la esfera pública. A otras (organizar, movilizar) les confiere una enorme eficacia, rapidez y capacidad para aglutinar voluntades que sólo con mucho coste y esfuerzo podrían alcanzarse por otros medios. Ahí es donde radica su potencial para la renovación democrática (Martínez Nicolás, 2011a, p. 5-14).

Estos medios se nos aparecen, pues, como la herramienta adecuada para superar la situación de bloqueo impuesta por el complejo partido-mediático, ya que permite obtener visibilidad pública sin depender de intermediarios, ni tener que amoldarse a criterios impuestos. Esto conduce a potenciar la autonomía del ciudadano que puede acceder de forma directa a lo que le interesa, volviendo innecesarios a los medios tradicionales.

Los medios convencionales han perdido, por lo tanto, el monopolio de la gestión de la comunicación pública, aunque continúan siendo sus gestores fundamentales. Internet y las redes sociales se constituyen como espacios comunicativos que pueden generar dinámicas sociales al margen de los medios, y llegar a influir eficazmente en la vida pública.

La fascinación tecnológica

Las redes sociales, e Internet en última instancia, no son más que herramientas, y no convierten a quien se acerca a ellas en un ciudadano activo y responsable por el mero hecho de su uso.

En este mismo sentido contestaba Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, ante las preguntas sobre el protagonismo que había tenido su red social en las revueltas vividas en los países árabes: “Facebook no es necesario ni suficiente para hacer la revolución” (El Mundo, 26/05/2011).

Los medios sociales, cuando se hace un uso estratégico de sus posibilidades, permiten nuevas formas de actuación que abren un horizonte de

posibilidades al empoderamiento ciudadano. Pero su empleo para la participación en el ámbito público depende del nivel de conciencia e implicación de sus usuarios.

Conciencia cívica y participación

Los estudios clásicos de Lazarsfeld y su equipo fueron de los primeros que pusieron de manifiesto que la educación tenía una correlación directa con el interés y el seguimiento de la política. Las personas de mayor nivel educativo eran las que se mostraban más interesadas por ella (Berelson, Lazarsfeld y McPhee, 1954, p. 25).

También Almond y Verba, en su estudio pionero sobre cultura cívica, señalaban la relación que existía entre el nivel educativo y la participación ciudadana, tanto en la política como en otras actividades sociales (1970, p. 435). Estudios posteriores como el de Putnam (2002) no han hecho más que corroborar esta relación, por la cual la educación es la clave del nivel de compromiso cívico.

Esta constatación ha llevado a hablar recientemente de la brecha cívica como un elemento más relevante para la democracia que la misma brecha digital. Y es que el cuerpo social se encuentra segmentado por esta brecha, que distribuye de manera desigual el compromiso cívico de sus miembros (Martínez Nicolás, 2011a, p. 2-14).

En el debate sobre Internet (López-Escobar, 2000-01, pp. 304 y ss.; Norris, 2001, y Cavalli, 2009) “el salto del acceso a la participación se encuentra mediado por la implicación cívica” (Martínez Nicolás, 2011b, p. 30).

Es pues necesario, ya que no toda la sociedad participa del mismo grado de implicación ciudadana, que debamos hablar de un grupo concienciado como iniciador del movimiento del 15-M.

El núcleo activista

En España la idea del bloqueo de la esfera pública, por la connivencia entre los medios y los dos principales partidos, surgió de una investigación cua-

litativa sobre las elecciones generales de 2004, elaborada por Sampedro y Martínez Nicolás (2005).

En la investigación, desarrollada por medio de grupos de discusión con estudiantes universitarios, se encontró que los estudiantes que antes de las elecciones generales se habían posicionado como votantes de Izquierda Unida (IU) y abstencionistas compartían el problema de que sus ideas no se encontraban presentes en la esfera pública. Esto constató la existencia de ese complejo político-mediático que bloquea los temas o enfoques ajenos a los planteamientos de los principales partidos.

Aunque todos los grupos mantenían una actitud de descrédito respecto a los medios, el grupo de votantes de IU y abstencionistas era el que sostenía el discurso más duro sobre los medios tradicionales, porque había visto negada la visibilidad y legitimidad de las protestas en las que había participado (Sampedro y Martínez Nicolás, 2005, p. 60).

Este grupo que se había posicionado como abstencionistas y votantes de IU, tras los brutales atentados del 11-M y los sucesos posteriores, decidieron dirigir su voto al Partido Socialista Obrero Español (PSOE) (Sampedro y Martínez Nicolás, 2005, pp. 54 y ss.).

La izquierda social madrileña

Jerez Novara y López Martín (2005) analizan más en profundidad a este grupo que denominan como “la izquierda social madrileña”, y presentan algunas características que nos pueden ayudar a conocerlo mejor.

Están vinculados al movimiento antiglobalización y son partidarios de una cierta confrontación como medida necesaria para obtener visibilidad en sus protestas y procurar incidencia política. En el ámbito político se sitúan cercanos a Izquierda Unida. Se organizan en un amplio tejido asociativo desde el que desarrollan actividades de promoción de participación ciudadana en los ámbitos inmediatos de los barrios, como en el caso de Madrid, o de desobediencia civil, como el apoyo a ocupaciones de viviendas deshabitadas por parte de grupos okupas.

El discurso de este activismo plantea el cuestionamiento del sistema político, criticando el sistema electoral y de representación como muestra de la crisis institucional y política que vive la democracia.

El recurso a las tecnologías y el uso de los medios sociales son fundamentales tanto para el mantenimiento de sus redes locales como para el contacto con los movimientos de otras ciudades y países. Sus labores también se han centrado en la creación de espacios de información alternativa en la red como Indymedia o Nodo50, por ejemplo (Jerez N. y López M., 2005, pp. 78 y ss.).

Las consignas “Que no, que no nos representan” y “Lo llaman democracia y no lo es” eran, según los autores del estudio, las más cantadas en sus manifestaciones y bien conocidas a la altura de 2004 (Jerez N. y López M., 2005, p. 79). Las mismas que corearía en 2011 el movimiento del 15-M.

Numerosas causas

Muchas han sido las causas que estas personas organizadas en asociaciones y colectivos han ido animando y defendiendo. Comenzaron con el movimiento altermundista, participando en los Foros Sociales tanto europeos como mundiales, y en las contracumbres, concentraciones de activistas que aprovechan las reuniones internacionales de alto nivel. Después fueron las movilizaciones contra la Segunda Guerra de Irak, aunque la importante presencia ciudadana en esta causa hace difícil que se pueda hablar de algún protagonismo; y el 13-M frente a la sede del partido conservador entonces en el gobierno, el Partido Popular, en la calle Génova de Madrid, así como en numerosas ciudades españolas (Jerez y López M., 2005).

A partir de 2005 promovieron la causa de la ‘vivienda digna’, organizando manifestaciones, concentraciones, acampadas y sentadas en protesta por la especulación inmobiliaria y los abusivos precios de la vivienda. Participaron en las protestas de internautas contra la Ley Sinde, de la que surgió la iniciativa ‘No les votes’ para castigar a los grandes partidos que fueron los que apoyaron la ley que recortaba libertades en Internet. Y este tejido asociativo promovió otras muchas iniciativas y causas reivindicativas como

‘Juventud sin futuro’, la red de activistas cibernéticos ‘Anonymous’ y, la iniciadora de las concentraciones en la Puerta del Sol, ‘Democracia real Ya.’

Ante estas causas que han tenido impacto social desigual –aunque mínimo, por lo general–, la pregunta que surge es evidente: ¿qué explica que la iniciativa del 15-M haya obtenido un respaldo popular tan amplio?

El clima social es la clave

La explicación más plausible pasa por una reconsideración de la acción en su marco constitutivo. Como bien señala Hans Joas frente a la teoría de la acción social de Parsons –que considera al agente como autónomo respecto a los demás–, la situación en la que acontece la acción debe dejar de considerarse como un elemento contingente, para entenderse como parte integrante de la acción (1995, p. 160).

Trasladado a nuestro caso, para comprender el éxito del 15-M debemos considerar el estado de la opinión pública. Para orientar nuestro análisis con carácter exploratorio, proponemos la siguiente interpretación.

Una interpretación desde la opinión pública

Desde que España entró en recesión, oficialmente en el último trimestre de 2008, la situación económica ha ido deteriorándose de manera progresiva, y las decisiones del gobierno no han hecho otra cosa que trasladar a la ciudadanía el impacto de la crisis, convirtiendo el problema económico en un problema social.

Las decisiones políticas adoptadas por el gobierno han sido fundamentalmente dos. La primera consistió en la constitución de un fondo de miles de millones para rescatar a los bancos y dar viabilidad a las cajas de ahorro. La segunda fue un fortísimo recorte, en marzo de 2010, por el cual se bajaba el sueldo a los empleados públicos, se congelaban las pensiones, los beneficios sociales a las familias se eliminaban, y la prestación a los parados de larga duración también.

Se puede decir que a la altura de marzo de 2011, cuando surgió el 15-M, la totalidad de la ciudadanía había recibido, de una manera o de otra, el impacto de la crisis: cinco millones de parados, reducción de sueldos (tanto en empleados públicos como de empresas privadas), aumento de la presión fiscal y una inflación que paulatinamente va mermando la capacidad adquisitiva.

La sociedad española vivía inmersa en un clima de malestar, y el surgimiento de las concentraciones del 15-M sirvió para abrir la espita y dejar que el enorme descontento acumulado se hiciera patente, en actitud desafiante ante los políticos, los medios y los poderes financieros.

La percepción social de la problemática del país

Para percibir el estado de la opinión pública resulta muy interesante observar los principales problemas que tiene el país desde el punto de vista de los ciudadanos (gráfico 1).

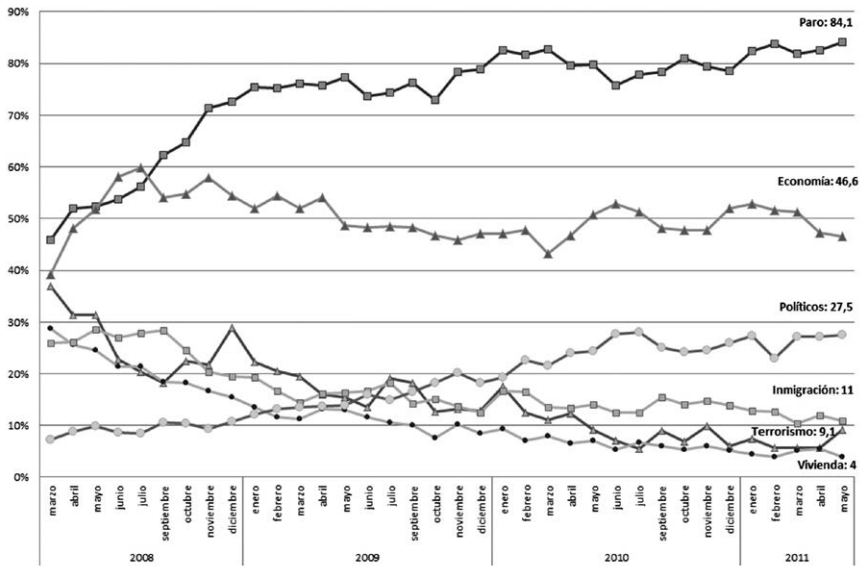
Al comienzo del segundo mandato del gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, en marzo de 2008, la preocupación ciudadana se repartía en cinco temas: el paro, la economía, el terrorismo, la vivienda y la inmigración.

Pero, en apenas un par de meses del comienzo de la segunda legislatura, se produce un rápido aumento de la preocupación sobre el paro y la marcha económica. Crecimiento que, de manera progresiva, fue desalojando el interés de la ciudadanía por las cuestiones relativas al terrorismo, la vivienda y la inmigración. Todo esto nos habla de la centralidad que la crisis va adquiriendo para la mayoría social.

En medio de esta situación vemos cómo emerge, claramente a partir del último trimestre de 2009, una nueva cuestión de preocupación social: los políticos. Este nuevo problema termina por desplazar a esos otros problemas comentados, antaño importantes.

Resulta clarificador para comprender la situación social y el estado de la opinión pública saber cómo la atención social pasa de estar repartida en cinco temas, para concentrarse sólo en tres.

Gráfico 1. Principales problemas de España, marzo 2008 - mayo 2011



Fuente: elaboración propia sobre datos de los barómetros mensuales del CIS.

El carácter de estas cuestiones (paro, economía y los políticos) nos habla además de una situación problemática que se distribuye en tres arenas: la económica, la social y la política. Es decir, según el planteamiento que hemos expuesto anteriormente, el problema económico de la crisis se deriva –por las decisiones políticas tomadas– en un problema social, y se transforma finalmente –por la respuesta ciudadana– en un problema político.

Una observación metodológica

En la categorización que realiza el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) –institución dependiente del gobierno de España– sobre los principales problemas, nos encontramos con que los políticos aparecen codificados en dos categorías distintas: ‘La clase política, los partidos políticos’, y ‘El gobierno, los políticos y los partidos’. También aparece una tercera que el CIS denomina de manera ambigua ‘La corrupción y el fraude’; ambigua porque aunque la corrupción la podemos asimilar al ámbito político, el fraude se entiende como algo que lo excede (fraude fiscal, estafa, engaño en las cuentas de una empresa).

Nuestro criterio ha sido el de construir una nueva categoría denominada ‘Políticos’, sobre la suma de los porcentajes de las respuestas agrupadas en las categorías de ‘La clase política, los partidos políticos’, y la de ‘El gobierno, los políticos y los partidos’.

Recientemente, el 16 de junio de 2011, el CIS publicaba en su *web* una nota metodológica sobre la categoría de ‘La clase política, los partidos políticos’ (CIS, 2011). En ella intentaba aclarar qué tipo de referencias se incluyen bajo esta etiqueta, al menos en las últimas encuestas, dejando así en evidencia la complicación que presenta la actual categorización, y la necesidad de establecer un criterio claro y una denominación que evite ambigüedades.

Los políticos como problema

Para elaborar el catálogo de los principales problemas, el CIS suele emplear la siguiente pregunta: “¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?”.

Que los ciudadanos respondan que son los políticos uno de los principales problemas de España (gráfico 2) es una manifestación evidente de la existencia de un enorme descontento.

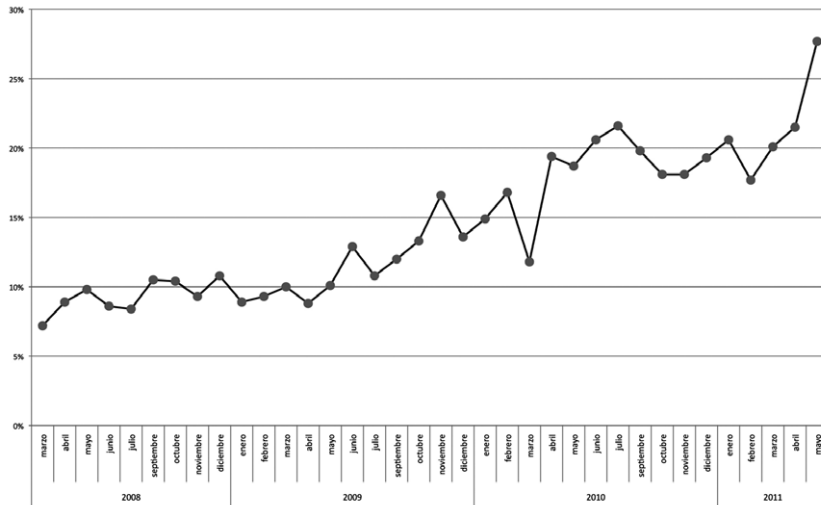
El único precedente que podemos encontrar en las encuestas se produjo entre finales de 1995 y comienzos de 1996, y condujo al cambio del partido en el gobierno (PSOE) en marzo de 1996 (CIS, 2011).

La aparición de la percepción problemática de los políticos podemos entenderla como la respuesta social que acusa a los políticos de la situación creada por su gestión política, trasladando al ámbito político el problema de la crisis.

El gobierno como problema

A primera vista las encuestas muestran un descontento que se dirige a los políticos y los partidos de manera genérica sin establecer diferencias y, aunque no hay que olvidar la connivencia de casi todos –al menos en el respal-

Gráfico 2. Los políticos como problema, marzo 2008 - mayo 2011



Fuente: elaboración propia sobre datos de los barómetros mensuales del CIS.

do al sector financiero—, resulta lógico pensar que en este estado de cosas no tiene la misma responsabilidad la oposición que el gobierno, que es el que ha tomado las decisiones.

Como bien ha sabido ver el profesor Bouza (2011), la opinión pública dirige su malestar, en casi su totalidad, hacia el gobierno y el partido que lo sustenta.

Por medio de un análisis de correlación estadística se encuentra con que la consideración de los políticos como problema presenta una correlación altamente negativa con el voto del PSOE (**-0,875); es decir, cuando sube una baja la otra y viceversa. Esto significa que cuando aumenta el malestar con la clase política el voto al Partido Socialista cae.

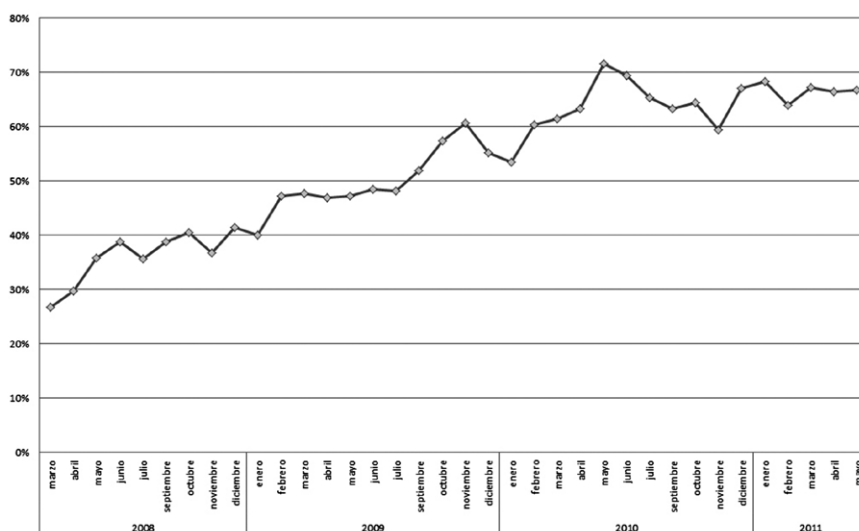
Por el contrario, el voto del Partido Popular (PP) tiene una correlación altamente positiva con la percepción de los políticos como problema (**+0,703), suben y bajan juntos. Esta correlación positiva viene a decir que el voto al PP crece cuando aumenta el malestar con los políticos.

Resulta evidente que, aunque la información que traslada las encuestas del CIS no es clara a primera vista, el análisis estadístico viene a mostrarnos que la emergencia de los políticos como problema encierra el cuestionamiento directo del gobierno y su partido.

El grado de malestar

Para calibrar el grado de malestar en la ciudadanía puede servirnos de indicador también la valoración de la situación política. Para ello sumamos los porcentajes de los que estiman que la situación es mala o muy mala, y obtenemos un gráfico de la percepción negativa (gráfico 3) que muestra de manera muy clara la existencia de un fuerte descontento con la marcha política.

Gráfico 3. Percepción negativa de la situación política 2008-2011



Fuente: elaboración propia sobre datos de los barómetros mensuales del CIS.

Podemos ver cómo la situación política alcanza una valoración negativa para más del 50% de la población a partir de septiembre de 2009. En febrero de 2010 son ya más del 60% de españoles los que manifiestan su descontento con la situación, para llegar a mayo de 2011 con un porcentaje que alcanza al 68,8% de la población.

El malestar en perspectiva

Para apreciar convenientemente el grado de descontento social con la situación política debemos ponerla en comparación con otros momentos de nuestra historia reciente. Para ver la evolución de la percepción consideramos adecuado tomar este indicador desde el comienzo del gobierno Aznar, en marzo de 1996, hasta la actualidad (gráfico 4).

Gráfico 4. Percepción negativa de la situación política, marzo 1996 - mayo 2011



Fuente: elaboración propia sobre datos de los barómetros mensuales del CIS.

Desde esta perspectiva podemos observar cómo los sucesos acaecidos a finales de 2002 –catástrofe del *Prestige* y especialmente la Segunda Guerra de Irak en 2003– son los momentos de mayor descontento que vivió el gobierno Aznar. Baste recordar la enorme marea blanca de voluntarios desplazados a Galicia para combatir el *chapaote*, las críticas que levantó su gestión política y las protestas organizadas por el movimiento Nunca Más.

La intervención en Irak, justificada en la supuesta existencia de unas armas de destrucción masiva que nunca se encontraron, y el protagonismo internacional que adoptó el gobierno en respaldo de la postura belico-

sa del gobierno norteamericano, provocaron una fuerte repulsa en la calle con manifestaciones multitudinarias.

Durante aquellos momentos de especial convulsión, que fueron los más críticos de toda la etapa popular (González y Bouza, 2009, p. 178), el descontento con la situación política no llegó a alcanzar el 50%.

Fue también en la segunda legislatura cuando el gobierno Zapatero vivió los mayores niveles de descontento. A finales de 2009 más del 50% de los españoles valoraron de manera negativa la situación política, poniendo de manifiesto la existencia de un grado de malestar que superó a los tiempos convulsos de las manifestaciones contra la Guerra de Irak y situó al malestar por encima del 60% desde comienzos de 2011.

Creemos que esta comparación nos ayuda a entender mejor el nivel de descontento y malestar con la política que la sociedad española había ido acumulando a la altura de mayo de 2011.

A modo de conclusión

La confluencia de los intereses de los partidos políticos y de las empresas mediáticas con motivo de la crisis se han unido –si no lo estaban ya– a los intereses del capital financiero para, entre todos, trasladar a la ciudadanía la factura económica de la crisis.

Esta alianza puede explicar la ausencia de noticias en los medios tradicionales sobre lo que sucedía en Islandia. En este pequeño país la crisis sirvió para movilizar al pueblo, que mediante la protesta popular provocó la dimisión en bloque del gobierno, la nacionalización de la banca y la reforma de su constitución, para evitar que el problema se volviera a producir y blindar la libertad de expresión. La reacción popular, y una justicia independiente, están sentando en los tribunales a banqueros y políticos para responder por la quiebra de las instituciones financieras y las medidas tomadas.

La irrupción del 15-M, promovido por las redes de la izquierda social, con su discurso crítico sobre el funcionamiento de la política, sirvió

para hacer aflorar el descontento que la sociedad española había ido acumulando mientras asistía atónita a la constatación de que los partidos, y el gobierno en particular, abandonaban los intereses de los ciudadanos a los que decían defender, para salir en rescate de las instituciones financieras.

Las elecciones celebradas en mayo de 2011 (Rodríguez-Polo, 2011) vinieron a confirmar el fin del apoyo de la izquierda social al PSOE, al que había llevado al poder en 2004 tras los atentados del 11-M, y que la gestión atenta del gobierno socialista había conseguido mantener en las generales de 2008.

Queda ahora por saber si la sociedad, que tan bien acogió las reclamaciones de una participación más directa en las decisiones políticas, será capaz de imponer sus intereses y conseguir que el sistema avance en una profundización democrática, cuanto más real mejor.

Referencias

- Berelson, B.R., Lazarsfeld, P.F. y McPhee, W.N. (1954). *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bouza, F. (2011). “Una razón sociológica del 22-M”. En: *El voto con botas*. Blog disponible en: <http://votoconbotas.trincheradigital.com/?p=10474> [nota publicada el 24 de mayo de 2011].
- Cappella, J. N. y Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynism. The press and the public good*. NuevaYork: Oxford University Press.
- Cavalli, O. (2009). “Gobernanza de Internet: el debate en Latinoamérica”. *Telos*, 80, 106-109.
- CIS (2011). Nota sobre el problema “La clase política, los partidos políticos”. Disponible en: www.cis.es [publicada el 16 de junio de 2011].

- Donsbach, W. (1995). "Contenidos, utilización y efectos de la Comunicación Política". En: A. Muñoz-Alonso y J. I. Rospir (eds.). *Comunicación Política* (pp. 41-67). Madrid: Editorial Universitas.
- Fallows, J. (1996). *Breaking the news: how the media undermine American democracy*. Nueva York: Pantheon Books.
- González, J. J. y Bouza, F. (2009). *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Inglehart, R. (1999). *Modernización y postmodernización: el cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: Centro de investigaciones sociológicas.
- Jerez Novara, A. y López Martín, S. (2005). "El núcleo activista: la izquierda social madrileña y la convocatoria del 13-M". En: Sampedro, V. (ed.). *13-M. Multitudes on line* (pp. 77-110). Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Joas, H. (1995). *The creativity of action*. Cambridge: Polity Press.
- López-Escobar, E. (2000-2001). "Comunicación, participación ciudadana y nuevas tecnologías: una perspectiva desde la globalización". *Anuario jurídico de La Rioja*, 6-7, 287-306.
- Mancini, P. y Swanson D. L. (1996). "Politics, media, and modern democracy: introduction". En: Swanson, D. L. y Mancini, P. (eds.), *Politics, media and modern democracy. An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences* (pp. 1-26). Nueva York: Praeger Publishers.
- Manheim, J. (1984). "Can democracy survive television?". En: Graber, D. (ed.). *Media power in politics* (pp. 131-138). Nueva York: CQPress.
- Martín Algarra, M. (1999). "Capitalismo y crisis funcional de los medios de comunicación". *Estudios de periodística*, VII, 315-326.

- Martínez Nicolás, M. (2010). "Uso político de internet y brecha cívica". En: Martínez Hermida, M. (comp.). *Ciudad y comunicación* (pp. 313-332). Madrid: Fragua.
- Martínez Nicolás, M. (2011a). "De la brecha digital a la brecha cívica. Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida pública". *Telos*, 86, 24-36.
- Martínez Nicolás, M. (2011b). "De la democracia mediática a la democracia digital". *Punto-e-vírgula*, 9, 14-34.
- McChesney, R. W. (1999). *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. Urbana: University of Illinois Press.
- Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. I. (eds.) (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: civic engagement, information poverty and the internet worldwide*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Putnam, R. (2002) [2000]. *Solo en la bolera. Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. Barcelona: Galaxia Gutenberg - Círculo de Lectores.
- Pye, L. W. (ed.) (1963). *Communications and political development*. New Jersey: Princeton University Press.
- Rodríguez-Polo, X. R. (2011). "Mayo de 2011: las elecciones del malestar". *Cuenta y Razón*, 20, 41-47.
- Rodríguez-Polo, X. R. y Martín Algarra, M. (2011). "Los principios del sistema liberal de medios ante la crisis de la comunicación pública. Una aproximación crítica". *Vivat Academia*, 117, 1-19.

Sampedro, V. y Martínez Nicolás, M. (2005). "Primer voto: castigo político y descrédito de los medios". En: Sampedro, V. (ed.). *13-M: Multitudes on line* (pp. 24-62). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Santillán Buelna, J. R. (2009). *La prensa mexicana frente al cambio político*. Madrid: Dykinson.

Swanson, D. L. (1992). "The political-media complex". *Communication Monographs*, 59 (4), 397-400.

Wolton, D. (1999). *Sobre la comunicación*. Madrid: Acento.