

Las redes sociales en Internet y su uso e influencia en la vida política.

José Félix Tezanos
Catedrático de Sociología
UNED

Verónica Díaz
Profesora de Sociología
UNED

Una aproximación empírica

En contraste con algunas presunciones establecidas, una rigurosa investigación empírica realizada por el GETS durante los cuatro últimos años demuestra que la influencia de las redes en la adopción de decisiones políticas importantes es bastante inferior a la que ejerce la televisión y, sobre todo, la que se deriva de los contactos y conocimientos personales directos, situándose incluso por detrás de los periódicos. Solamente entre los menores de 30 años tiende a incrementarse significativamente la influencia política de las redes, quedando aún en tercer lugar, por detrás de la televisión y los contactos personales, mientras que entre la población mayor de 45 años la influencia política de las redes es bastante escasa, especialmente entre los mayores de 60 años.

El uso cada vez más intenso de las redes en la vida política ha introducido instrumentos muy potentes de información e influencia de los que se carecía en las sociedades democráticas hace muy poco tiempo. Por lo tanto, nos encontramos ante una innovación social sustantiva que, lógicamente, ha abierto paso a interpretaciones de todo tipo, desde los que minusvaloran sus efectos prácticos hasta los que sostienen, con algunos matices o sin ellos, que nos encontramos ante los umbrales de una nueva etapa en la evolución de los sistemas políticos: *la democracia electrónica*, que se caracterizaría, según dichos intérpretes, por la conformación de unos poderes de base que posibilitarían el ejercicio directo de la democracia a todos los ciudadanos, sin intermediarios ni trabas, a través de las redes de comunicación e información, en una dinámica imparable de ejercicio cotidiano de la codecisión ciudadana. Lo cual pondría en cuestión la mayor parte de los mecanismos institucionales establecidos de intermediación y participación reglada propios de las democracias clásicas.

Más allá de la verosimilitud de algunos ejercicios desbordados de imaginación —o de ensoñación— política, lo cierto es que estamos ante una situación nueva, que es preciso calibrar con rigor, analizando con adecuada apoyatura empírica los efectos prácticos que están teniendo las nuevas redes de información y comunicación en la vida política. Efectos que no son pocos ni despreciables.

Multiplicación y saturación de las informaciones

Desde luego, las redes están posibilitando un acceso cada vez más rápido y directo a las más diversas informaciones, hasta el punto que no es exagerado afirmar que las redes, al tiempo que influyen en determinar lo que es o no es noticia, dificultan que algunas informaciones puedan ser ocultadas o mantenidas en la penumbra, como ocurría hasta hace bien poco debido a las estructuras de poder y control establecidas en los medios de comunicación social. Ahora, el problema muchas veces es que existe tanta información

circulando por las redes que nuestra capacidad para ordenar y priorizar las noticias y discernir sobre lo que es falso y no lo es, o lo que es pertinente o prescindible, se ve condicionada por un efecto al que podríamos calificar como de "saturación de contenidos contrarios y no armonizables". Con lo cual la influencia de las informaciones que circulan por las redes podrían llegar a neutralizarse y compensarse mutuamente, con un balance final de influencia efectiva bastante escaso.

Ante dicha saturación pluriforme, la tendencia que se está imponiendo es la de la autoorganización y selección de las informaciones en *plataformas de afinidad*. Es decir, en publicaciones digitales que organizan y filtran las informaciones —como hacen los medios escritos— para una clientela específica que busca la información según sus afinidades y preferencias, en plataformas previamente decantadas. Lo cual no impide que los usuarios más curiosos y los "buscadores de informaciones diversas" puedan husmear por unos y otros lugares con total libertad y de manera más fácil, barata y accesible que hace algunos años, cuando la mayor o menor pluralidad de la prensa escrita exigía recursos cuantiosos para garantizar su permanencia o posibilitar su acceso. Ahora, en cambio, se han minimizado los filtros y los condicionantes económicos, de forma que la información y la opinión puede fluir de forma mucho más abierta y plural. Incluso a través de blogs personales, cuentas de Twitter, etc.

Por otro lado, también es evidente que la revolución tecnológica ha facilitado mayores posibilidades prácticas de evitar que existan zonas opacas o de sombra en la vida cotidiana en nuestra sociedad, en la que todo se puede filmar y transmitir en directo, al tiempo que se han abierto enormes posibilidades prácticas para realizar convocatorias de protesta y de movilización ciudadana, como demuestran movimientos como el 15-M y las mareas en España, o las primaveras árabes, o "cerca Wall Street" (*Occupy Wall Street*), o contra el 1%, etc.

Todo esto significa que con la revolución en las comunicaciones se han logrado mayores componentes de información abierta y control democrático efectivo en nuestras sociedades, al menos en su actual fase de evolución y mientras no se establezcan medidas de control que limiten la libre circulación de las informaciones por las redes, como de hecho ocurre en algunos países.

En los días en los que se cumplía el aniversario del Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, algunos lanzaron al aire la pregunta de qué ocurriría en estos momentos si se produjera un acontecimiento similar. A lo que respondían que los diputados no quedarían aislados en el Parlamento, ya que sus móviles les permitirían saber qué pasaba fuera, tomarían imágenes en directo y las transmitirían instantáneamente, añadiendo mensajes de voz y texto... Pero, ¿y si los golpistas hubieran bloqueado previamente todas las comunicaciones, bien de manera general, bien mediante inhibidores de frecuencia en la zona?

La saturación y diversificación de las informaciones políticas que circulan por la red genera dificultades de selección y priorización que reducen su capacidad de influencia práctica.

Uno de los efectos peculiares de la generalización de las redes es la enorme difusión que están alcanzando los contenidos humorísticos y de crítica mordaz. De hecho, hoy en día en las redes se puede encontrar la mejor revista abierta de humor político y social que haya existido nunca, con creativos de base, poco o nada conocidos, pero muy fértiles e imaginativos.

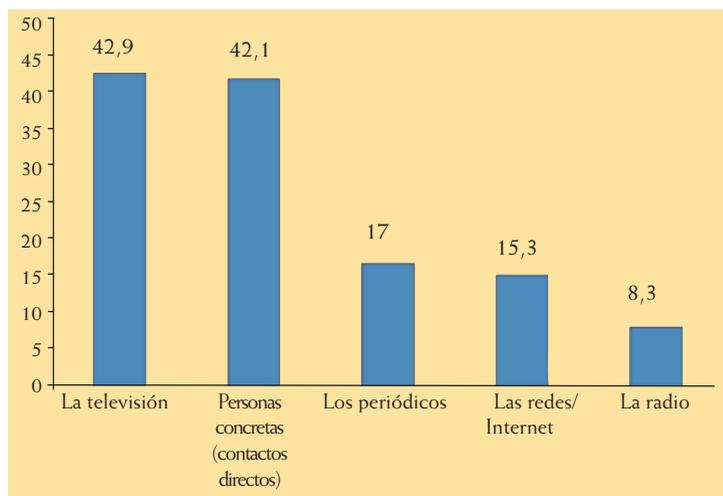
Efectos políticos prácticos evaluables

Desde una perspectiva más concreta y evaluable, habría que investigar si todo ese campo exuberante de posibilidades y oportunidades que se han abierto con Internet y las redes se está traduciendo en influencias específicas en las decisiones políticas, y de qué manera se estructuran y evolucionan tales influencias.

En este sentido, en el marco de la investigación sobre *Tendencias Sociales de Nuestro Tiempo*, impulsada por el GETS (Grupo de Estudio sobre Tendencias Sociales), se ha venido analizando desde 2012 la manera en la que son influidas las principales decisiones políticas que adoptan los ciudadanos españoles. Dicha investigación se ha realizado mediante varias preguntas incluidas en la Encuesta sobre Tendencias Sociales que se efectúa todos los años en otoño, en base a una muestra representativa de la población española que implica la realización de 1.700 entrevistas domiciliarias¹.

¹ La muestra se estratifica por tamaño de hábitat, con cuotas de control por edad y sexo, en 98 puntos de muestreo, repartiéndose las 1.700 entrevistas por todas las Comunidades Autónomas. La selección de entrevistados se efectúa mediante un sistema de rutas, con selección aleatoria de unidades censales, calle y número. Para una muestra de este tamaño y para una seguridad del 95,5%, los márgenes teóricos de error son de $\pm 2,5\%$ en distribuciones de 50%/50%.

GRÁFICO 1
Principales influencias en las decisiones políticas
(Frecuencias acumuladas)
%



Fuente: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales 2015.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

En principio se consideró que en el año 2012 se había producido en España una densidad

prácticamente lo mismo con los contactos personales directos.

suficiente de equipamientos tecnológicos como para que el grado de acceso a la red hubiera alcanzado niveles similares a los de la televisión, la radio, etc. Por ello, lo que se intentó fue verificar qué influía más, o qué se tenía más en cuenta, a la hora de tomar las principales decisiones políticas (votar o no votar, manifestar una opinión u otra, etc.).

Así planteadas las cosas, nuestra investigación ha permitido verificar que la televisión es, a gran distancia, junto a los contactos interpersonales directos, e incluso los periódicos, la que ejerce más influencia, a notable distancia de las redes sociales-Internet, a la hora de adoptar las principales decisiones que se toman en la esfera política (vid. gráfico 1 y tabla 1). De hecho la influencia de la televisión es casi tres veces superior a la de las redes (42,9% respecto a 15,3%), ocurriendo

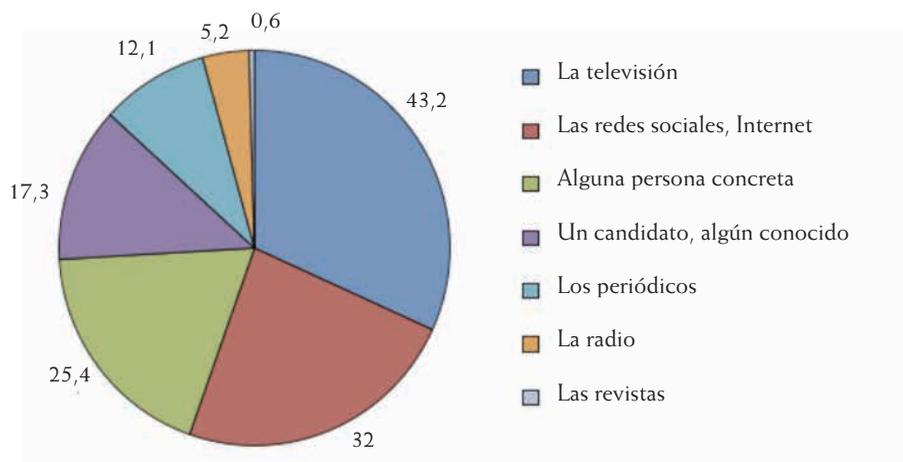
TABLA 1
Factores de influencia en la toma de decisiones políticas importantes
%

	2012			2013			2014			2015		
	Primer lugar	Segundo lugar	Total menciones	Primer lugar	Segundo lugar	Total menciones	Primer lugar	Segundo lugar	Total menciones	Primer lugar	Segundo lugar	Total menciones
Alguna persona concreta	12,3	7,1	19,4	12,1	8,3	20,4	12,9	10,7	23,7	11,4	10,4	21,8
Un candidato, algún conocido de ud.	14,8	6,0	20,8	15,2	7,0	22,2	15,2	9,1	24,3	12,9	7,3	20,3
La radio	4,3	5,2	9,5	3,4	4,7	8,1	2,2	5,3	7,5	3,3	5,1	8,3
La televisión	17,1	10,4	27,5	16,1	11,4	27,5	21,3	12,9	34,2	27,7	15,2	42,9
Las redes sociales, internet	3,9	3,9	7,8	2,8	3,7	6,5	7,4	5,3	12,8	7,5	7,8	15,3
Los periódicos	4,8	6,1	10,8	4,8	6,5	11,3	6,4	8,5	15,0	4,8	12,2	17,0
Las revistas	0,1	0,3	0,4	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,6	0,1	0,3	0,4
Otros	0,7	0,6	1,1	8,1	4,0	11,0	5,0	1,6	6,4	3,4	1,5	4,9
Nadie	37,8	18,7	37,8	33,5	36,4	33,5	24,4	29,5	20,1	26,6	30,0	20,2
NS/NC	4,2	41,6	4,2	3,9	17,9	3,9	4,9	16,6	9,1	2,3	10,1	5,8

Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias sociales, varios años

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

GRÁFICO 2
Principales influencias en las decisiones políticas en los jóvenes españoles
(Frecuencias acumuladas)
(De 18 a 29 años)
%



Fuente: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales, 2015.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado Ud. en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opción, etc.), en general ¿qué la ha influido a Ud más, o qué ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo lugar?

Diferencia de patrones de influencia política

La ventaja de la televisión sobre las redes es aún superior –3,6 veces más–, en lo que concierne a las influencias prioritarias (en primer lugar), recuperando algo más de peso los periódicos como segundo factor de influencia, sobre todo, para los sectores de población que tienen mayores niveles de instrucción.

Los datos empíricos indican que no toda la población española se encuentra afectada por el mismo patrón de influencia. Por ejemplo, entre los jóvenes el peso de las redes se sitúa casi al mismo nivel que la televisión (32%, respecto a 43,2%) y bastante por encima

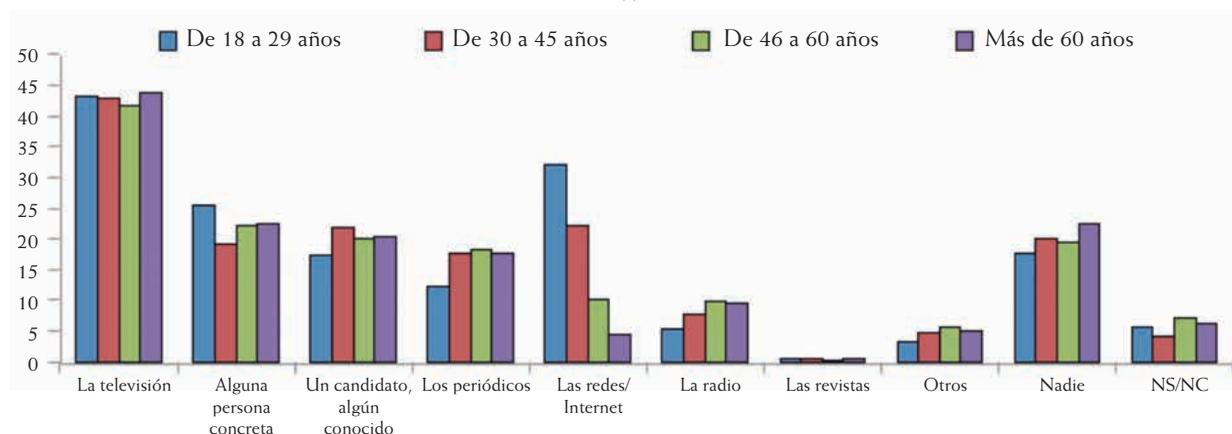
de los periódicos (12,1%) y la radio (5,2%), al tiempo que se mantiene una influencia similar de las relaciones personales directas (42,7% en su conjunto, respecto a un 42,1% en el total de la población) (Vid. gráficos 2 y 3 y tabla 2).

En cambio, entre los mayores de 60 años la influencia de los medios de comunicación tradicionales, sobre todo de la televisión, es mayor que en la media, mientras que las redes solo son mencionadas por un 4,5% (en comparación con un 15,3% en el conjunto de la muestra).

A su vez, las generaciones intermedias se sitúan en posiciones también intermedias: entre los que tienen entre 30 y 45 años, un 22,1% dicen que les influyen las redes (en comparación con un 42,8% de la televisión y un 17,7% de los periódicos), mientras que entre los que tienen entre 46 y 60 años los que refieren las redes son solo un 10%, en comparación con un 41,8% de la televisión y un 18,3% de los periódicos.

Es decir, existen patrones diferenciados de influencia en la toma de decisiones políticas en los distintos sectores de la población española, con un modelo muy remarcado entre los más jóvenes y entre una parte de

GRÁFICO 3
Influencia en la toma de decisiones políticas por edad
%



Fuente: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales, 2015.

TABLA 2
Influencia en la toma de decisiones políticas según edad
(Total menciones)

	De 18 a 29 años				De 30 a 45 años				De 46 a 60 años				Más de 60 años			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Alguna persona concreta	23,3	24,5	22,2	25,4	19,5	18,9	23,3	19,1	18,6	18,6	21,8	22,1	17,9	21,3	26,5	22,5
Un candidato, algún conocido de ud,	18,3	20,2	21,8	17,3	22,7	24,0	22,1	21,9	20,2	21,1	26,3	20,2	20,6	22,5	26,1	20,3
La televisión	30,8	32,3	30,7	43,2	28,1	25,0	33,7	42,8	26,0	28,3	33,5	41,8	26,3	26,8	37,0	43,7
Las redes sociales, internet	20,1	18,3	28,8	32,0	10,3	8,8	17,1	22,1	4,6	2,9	9,9	10,0	1,2	1,4	2,8	4,5
Los periódicos	10,0	8,2	15,2	12,1	12,6	13,5	14,0	17,7	10,9	13,9	17,3	18,3	9,4	8,4	13,8	17,8
La radio	7,2	6,6	4,3	5,2	9,2	7,4	7,0	7,7	11,6	9,0	8,1	9,7	9,4	8,6	9,1	9,4
Las revistas		0,4	0,4	0,6	0,4		1,0	0,4	0,2	0,4	0,2	0,2	0,8	0,2	0,6	0,4
Otros	1,4	12,1	5,1	3,2	1,1	11,9	5,8	4,8	1,4	11,4	7,4	5,7	0,6	9,0	6,7	5,1
Nadie	34,0	27,2	19,1	17,6	35,8	33,2	20,3	20,0	38,7	34,1	20,4	19,5	41,3	36,4	20,0	22,5
NS/NC	3,2	3,8	9,7	5,7	3,1	3,7	9,3	4,2	4,6	2,9	10,1	7,1	5,7	5,1	7,9	6,2

Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias sociales, varios años.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

los que tienen entre 30 y 45 años, con una fractura diferenciadora neta de modelos a partir de esta edad, que se hace mucho más palpable entre la población que tiene más de 60 años. En este sentido, la quinta columna del gráfico 3 refleja muy plásticamente la importancia de la variable generacional en este campo, no tanto por el factor de "influibilidad", como por los distintos grados de acceso a las redes que existen entre las diferentes generaciones.

La influencia de la televisión y de los contactos y conocimientos personales en la adopción de decisiones políticas importantes es casi tres veces superior a la de las redes.

Estas disparidades permiten entender que la complejidad sociológica que existe en este plano en países como España obliga a considerar –simultáneamente– modelos diferentes, y bastante segmentados, de los comportamientos políticos en lo que se refiere a un

aspecto tan decisivo de la vida política como es el que concierne a los principales emisores de información y opinión susceptibles de pesar en las decisiones políticas de la población. Lo cual confirma, una vez más, la importancia creciente de la variable generación en los comportamientos sociales y políticos (Vid. cuadro 1).

No obstante, es preciso resaltar que en todos los grupos de edad la principal influencia en la adopción de decisiones políticas es la que se ejerce por personas concretas en relaciones interpersonales directas, bien sea una persona del entorno (21,8%), bien algún candidato o alguien a quien se conoce (20,3%) (Vid. gráfico 4).

Las redes ¿para qué?

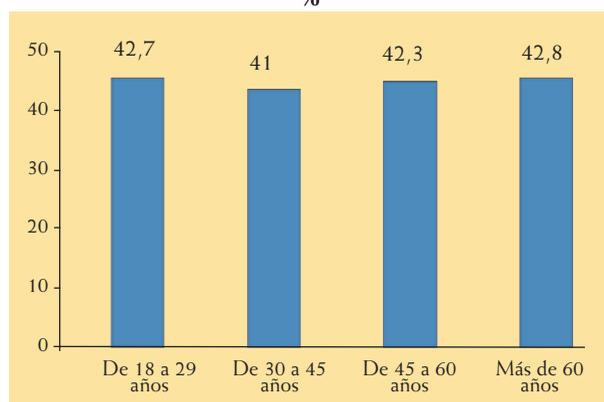
El barómetro de febrero de 2016 del CIS incluyó una amplia batería de preguntas orientadas a conocer la forma en la que los españoles utilizan las nuevas tecnologías de la comunicación. La principal constatación de dicho estudio sociológico es un alto grado de penetración de dichas tecnologías y una alta intensidad de su uso cotidiano, casi hasta llegar al nivel de la adicción. Así, un 91% de la población española mayor

CUADRO 1
Modelos diferenciados de influencia en la adopción de decisiones políticas importantes

	Modelo juvenil (De 18 a 29 años)	Modelo senior (Mayores de 60 años)
Elementos diferenciadores	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor prevalencia comparativa de las redes-Internet (32%) - Menor incidencia de la prensa escrita (12,1%) - Práctica desaparición de la influencia de las radios (5,2%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor seguimiento comparativo de los periódicos (17,8%) - Cierta atención a la radio (9,4%) - Escasa incidencia de las redes-Internet (4,5%)
Elementos comunes	<ul style="list-style-type: none"> - La televisión continúa siendo el principal factor de influencia en las decisiones (43,2%) - Predominio de la influencia de las relaciones directas (42,7%) 	<ul style="list-style-type: none"> - La televisión continúa siendo el principal factor de influencia en las decisiones (43,7%) - Predominio de la influencia de las relaciones cara a cara (42,8%)

Fuente: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales, 2015.

GRÁFICO 4
Influencia de las relaciones personales directas en la adopción de decisiones políticas por edad
%



Fuente: GETS, Encuesta sobre Tendencias Sociales 2015.

NOTA: Proporción de personas que dicen estar más influidas en sus decisiones políticas importantes por alguna persona concreta, un candidato o conocido, etc.

de 18 años ha utilizado intensamente alguna de tales tecnologías en los últimos seis meses. En concreto, del 70,2% que ha utilizado Whatsapp u otra aplicación similar, un 89,7% dice que lo consulta continuamente o varias veces al día, llegando al 96,1% los que consultan diariamente. A su vez, de los que han utilizado redes sociales virtuales (46,3%), el 49,8% las emplea continuamente y otro 25,3% al menos una vez al día (75% en total), llegando la proporción de usuarios continuos al 71% entre los que tienen entre 18 y 24 años y al 62,6% entre los que tienen entre 25 y 34 años (86,3%, 83,7% si se suma el total de usuarios diarios).

Un patrón similar de utilización intensiva se da entre el 55,8% que utilizan correo electrónico (37,5% continuamente y en total un 65% diariamente).

Sin embargo, la mayor parte de las utilizaciones no se focaliza en actividades o relaciones de tipo político, ni siquiera de un carácter muy abierto y general. Por ejemplo, solo un 6,3% del 91,3% que ha utilizado estas aplicaciones lo ha hecho para comunicarse con algún político (diputado, concejal, senador) o partido político, es decir, un 5,7% del total de encuestados. También es muy escasa la proporción de quienes han participado en la convocatoria de una manifestación o un acto reivindicativo (7,3% de estos y un 6,6% del total). De igual manera, solo un 9,1% han realizado una donación a alguna asociación u organización y un 13% han solicitado documentos o informaciones, etc. (Vid. tabla 3).

Las prácticas de utilización de las redes se encuentran muy segmentadas por edad, localizándose la mayor parte de los usuarios más activos en las franjas de edad inferiores a 35 años, con una situación neta de práctica exclusión tecnológica entre los mayores de 65 años (Vid. gráfico 5).

Solo entre los menores de treinta años las redes e Internet tienen una influencia política importante, pero todavía inferior a la de la televisión y los contactos personales.

Es decir, la mayoría de la población entiende las redes, más bien, como una vía de comunicación interpersonal asociada a las amistades, la familia, el ocio, la diversión, la curiosidad, el trabajo, los estudios, etc. Pero pocos las ven como algo propio de la actividad política o de asuntos focalizados en este sentido.

TABLA 3
Utilización de las tecnologías de la comunicación (teléfono móvil, correo electrónico, whatsapp, mensajería instantánea y redes sociales) para contactos o actividades políticas, por edad
 (% Sobre el total de usuarios de alguna: 91,4%)

	Total	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años
Contactar y/o comunicarse con alguna asociación u organización (cultural, deportiva, profesional, etc.)	21,9	28,4	27,6	25,4	23,9	19,5	9,6
Escribir comentarios sobre temas de actualidad sociales y políticos en algún foro, blog, red social, etc.	18,8	33,8	30,6	25,2	14,5	10,5	5,9
Firmar una petición o adherirse a un manifiesto o campaña	17,7	21,1	27,6	23,2	17,7	13,6	4,2
Suscribirse a una lista de distribución sobre temas de actualidad para recibir documentos, peticiones, campañas	13,0	19,6	18,0	17,5	11,9	10,2	4,0
Realizar una donación a alguna asociación u organización	9,1	7,4	9,6	11,1	10,7	10,2	4,5
Participar en la convocatoria de una manifestación o acto reivindicativo	7,3	9,3	10,1	11,1	6,9	5,1	1,9
Contactar y/o comunicarse con algún político (diputado, concejal, senador) o partido político	6,3	5,4	8,7	7,9	5,8	7,4	2,6

Fuente: CIS, Barómetro de febrero de 2016.

PREGUNTA: En los últimos doce meses, ¿ha utilizado alguna vez las tecnologías de la comunicación (teléfono móvil, correo electrónico, Whatsapp u otra aplicación de mensajería instantánea y redes sociales) para...?

Las influencias políticas en una perspectiva dinámica

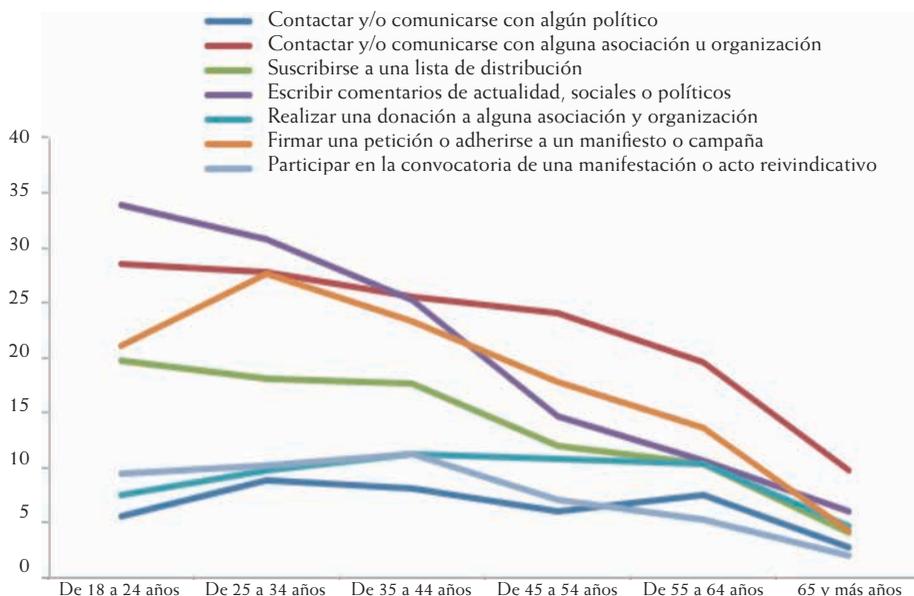
Uno de los aspectos más relevantes de nuestra investigación es la manera en la que los patrones de influencia en las decisiones políticas han evolucionado en el tiempo. En términos generales, nuestros datos indican

que estamos ante una secuencia progresiva –pero no determinante todavía– de aumento de la influencia de las redes en las decisiones políticas. Pero, no solo está aumentando el peso de Internet y de las redes a medida que aumentan sus niveles de penetración y difusión de su uso, sino que también está acentuándose la influencia

de los periódicos y de la propia televisión, en un ciclo temporal que bien podría calificarse como de creciente politización (Vid. gráfico 6).

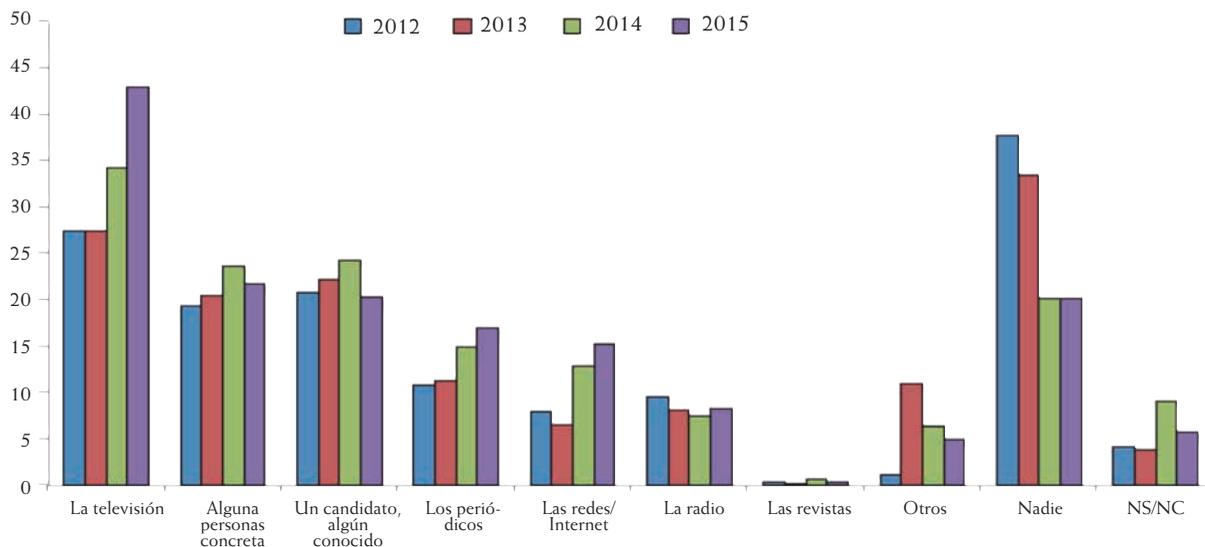
En lo que se refiere a la variable educativa, se ha podido constatar que existe una relación directa entre tener un mayor nivel educativo y estar más influido por las redes (35%) que por la televisión (28,7%). Lo cual se conecta, verosímelmente, con el mayor acceso a Internet entre las personas que tienen estudios medios

GRÁFICO 5
Tendencias de utilización política de las tecnologías de la comunicación, por edad
 %



Fuente: CIS, Barómetro de febrero de 2016.

GRÁFICO 6
Evolución temporal de las influencias en la adopción de decisiones políticas importantes
(Frecuencias acumuladas)
%



Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias sociales, varios años.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

La influencia política de las redes prácticamente se ha duplicado en los cuatro últimos años, habiendo pasado los que las refieren del 7,9% en 2012 a un 15,3% en otoño de 2015.

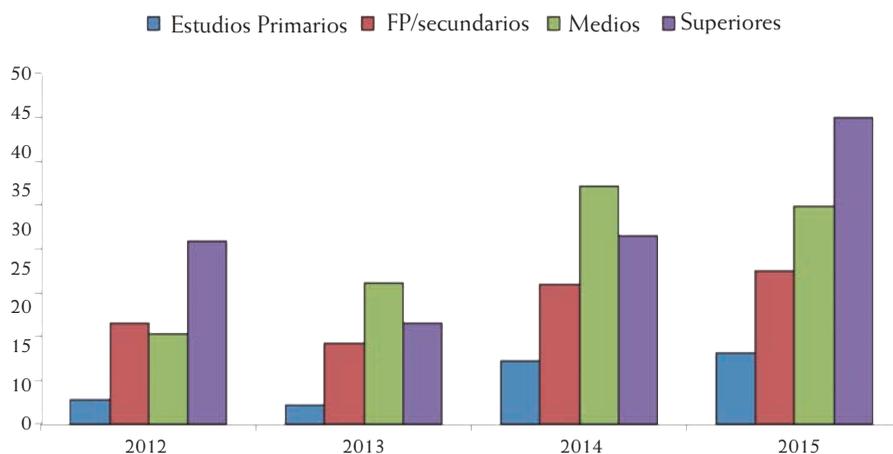
y superiores. Algo que habría que considerar, en consecuencia, como una variable superpuesta (Vid. gráfico 7 y tabla 4).

También entre la población con mayor nivel de estudios es mayor la influencia de los periódicos (22,4%), mientras que entre aquellos que tienen menos estudios predomina en mayor grado la influencia de los contactos interpersonales directos (44%)

y, muy especialmente, la de la televisión (50,4%).

En particular, las redes sociales han pasado de ser referidas por el 7,9% de los encuestados en 2012 a un 15,3% en 2015. Es decir, prácticamente se han duplicado en solo cuatro años. Lo cual implica que, de mantenerse esta secuencia en el tiempo, en seis o siete años su incidencia podría llegar a ser superior a la de la televisión. Siempre, claro está, que la televisión no siga también la tendencia

GRÁFICO 7
Influencia de las redes en la toma de decisiones políticas según estudios realizados
(Frecuencias acumuladas)
%



Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias Sociales, varios años.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

TABLA 4
Influencia en la toma de decisiones políticas según estudios realizados
(Frecuencias acumuladas)
 %

	2012				2013				2014				2015			
	Primarios	FP/ Secundarios	Medios	Superiores												
Alguna persona concreta	19,1	19,8	20	19,2	20,8	18,9	25,6	18,9	26,5	24,1	23,7	10,3	23,6	20	19,2	19,8
Un candidato, algún conocido de ud.	21,1	21,1	20	18,6	21,3	21,7	27,4	24,7	25,8	22,9	34,2	15,9	20,4	20,5	18,1	20,3
La radio	10,8	8,3	7,0	8,1	8,9	7,0	12,0	5,3	8,9	5,7	1,8	8,2	8,6	8,3	8,8	6,8
La televisión	29,6	25,4	31,3	20,9	30,7	27,4	17,9	20,3	39,9	28,7	25,4	24,6	50,4	37,1	37,3	28,7
Las redes sociales, internet	2,8	11,5	10,4	20,9	2,2	9,3	16,2	11,5	7,2	16,0	27,2	21,5	8,2	17,5	24,9	35,0
Los periódicos	7,0	13,1	13,9	21,5	8,6	11,7	14,5	19,4	9,0	17,2	25,4	28,7	14,7	18,1	21,2	22,4
Las revistas	0,4	0,4	0,6	0,6	0,1	0,2	0,9	0,9	0,4	0,8	--	1,0	0,2	0,6	1,0	0,4
Otros	0,4	1,8	0,9	2,3	7,8	11,9	12,8	19,8	4,7	6,7	11,4	10,8	4,4	5,5	3,6	6,3
Nadie	40,4	36,1	33,9	32,0	36,4	33,6	23,1	27,3	19,5	21,1	15,8	23,6	19,5	22,1	19,7	18,6
NS/NC	5,3	2,6	3,5	4,6	5,2	3,3	2,6	1,3	9,4	10,9	2,6	8,3	6,3	6,5	4,7	3,5

Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias Sociales, varios años.

PREGUNTA: De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los últimos dos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc...) En general, ¿qué le ha influido a Ud más, o que ha tenido más en cuenta en primer lugar? ¿Y en segundo?

creciente que se ha experimentado en este período. Al igual que ha ocurrido con los periódicos, mientras que aquellos que están influidos por la radio han descendido desde el 9,5% de 2012 a un 7,5% en 2014 y un 8,3% en 2015.

Los periódicos solo influyen políticamente en un 12,1% de los jóvenes y la radio únicamente en un 5,2%, con una tendencia constante de retroceso.

Lo que permanece prácticamente estable –y prevalente– en este período, con algunos altibajos, es la mayor influencia de las relaciones interpersonales directas.

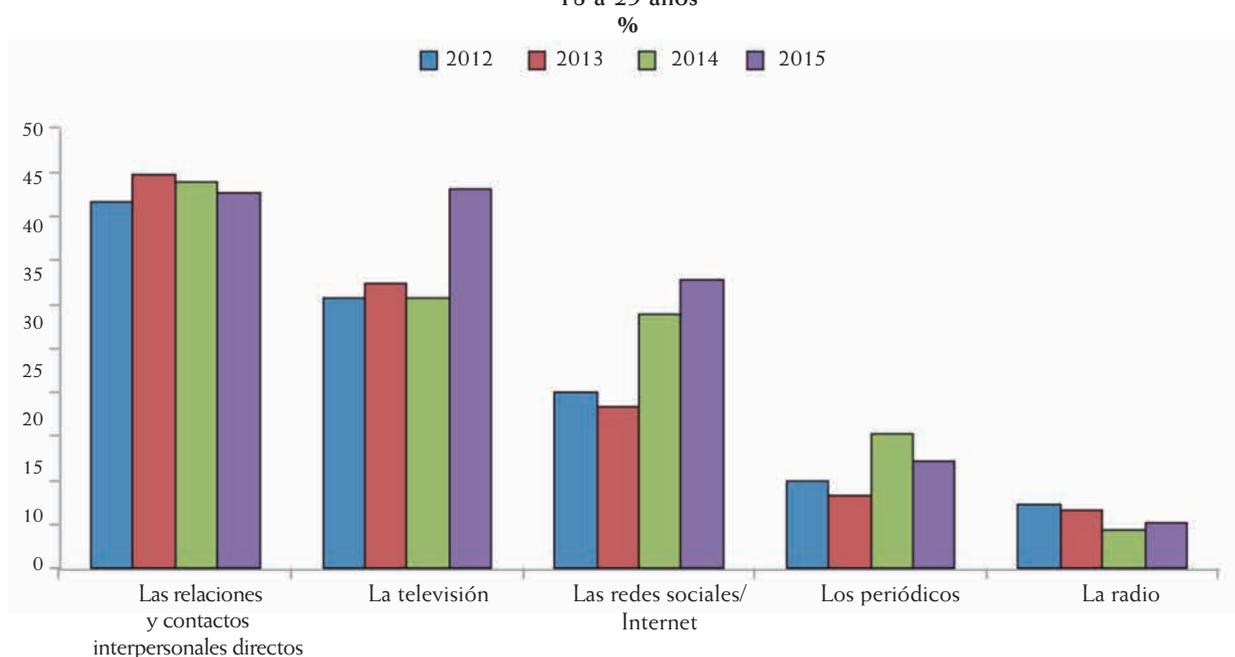
La evolución específica experimentada por los jóvenes en el breve período de tiempo que abarca nuestra investigación muestra un incremento secuencial constante –pero no espectacular– del incremento del

papel de las redes, que han pasado de ser prioritarias para un 20,1% de los jóvenes en 2012 a un 28,8% en 2014 y un 32% en 2015, al tiempo que los periódicos son tenidos en cuenta por poco más del 10% de los jóvenes, y la radio por el 5,2%, con un descenso significativo de su incidencia desde 2012, cuando eran un 7,2% los que la referían como elemento de influencia en sus decisiones políticas importantes (Vid. Tabla 3 y gráfico 8).

Por otro lado, la secuencia de ordenamiento de las influencias (en primer o en segundo lugar) revela que en este período no han tenido lugar grandes oscilaciones ni alteraciones. Así, en 2012 lo que más influía, después de las personas concretas, era la televisión en primer lugar (17,1%) con los periódicos en segundo lugar (6,1) (Vid. tabla 1), secuencia que prácticamente se mantiene hasta 2015, año en el que las redes empiezan a ser mencionadas por determinados sectores de población en mayor grado (7,5% en primer lugar y 7,8% en segundo lugar), pero todavía a bastante dis-

GRÁFICO 8

Evolución del peso de los factores de influencia en la toma de decisiones políticas importantes en los jóvenes de 18 a 29 años

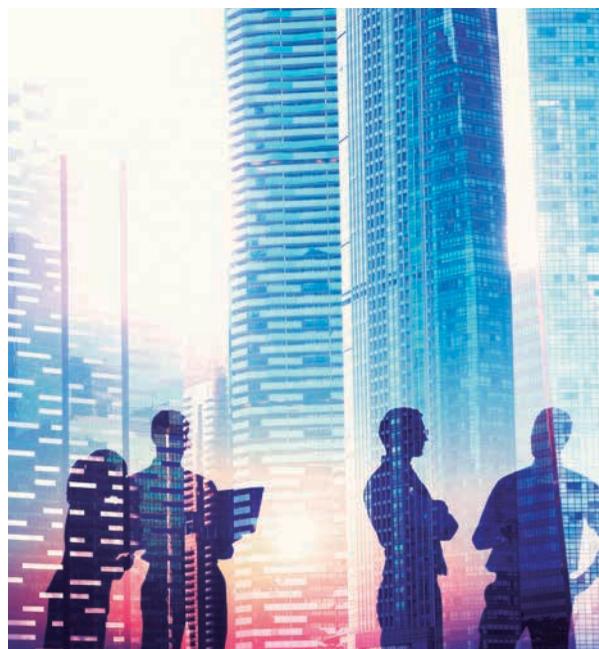


Fuente: GETS, Encuestas sobre Tendencias Sociales, varios años.

tancia de las instancias más decisivas. Por lo demás, en los años analizados no se ha podido constatar una tendencia neta a que las redes sean consideradas como la influencia más determinante y prioritaria, siendo muy similar la proporción de españoles que las refieren en primer lugar o en segundo.

¿Repolitización o demanda de más información?

Finalmente, hay que subrayar que una parte apreciable de la población española analizada en nuestra investigación ha sostenido durante estos años que "nadie" ni "nada" les influye. Lo cual, sumado a los que no contestan, nos sitúa ante la franja de población más dada a la abstención y la inhibición política. Sin embargo, es muy significativo que mientras que este sector de población era del 42% en 2012 y del 37,4% en 2013, en 2014 descendió al 29,2% y en 2015 se situó en el 26%. ¿Significa esto que una parte de la población española más autosuficiente o menos interesada por las cuestiones políticas tiende a demandar cada vez en mayor grado informaciones y valoraciones en las que poder sustentar sus principales decisiones políticas? ¿Tiene que ver todo esto con los cambios que se han producido durante los últimos años en los liderazgos y en el propio mapa de partidos políticos en España? ¿Estamos realmente ante proce-



sos de *repolitización*, o más bien ante un aumento de la demanda de información y opinión como elementos de ayuda para la comprensión e interpretación de las nuevas realidades políticas? ¿Qué papel puede –o podría– cumplir Internet y las redes de cara a estas demandas, y respecto a qué sectores específicos de población? He aquí un tema de interés y pertinencia para los investigadores sociales. **TEMAS**