

## Contenidos y prácticas políticas de los internautas en el Estado español. Análisis diferencial de internautas y no-internautas en su comportamiento político y asociativo a fecha de abril de 2002

---

Francisco Javier Mayo ([fmayo@uoc.edu](mailto:fmayo@uoc.edu))

*Estudiante del programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*

Trabajos de doctorado TD05-002

Programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento

Director del trabajo: Manuel Castells

Fecha de presentación: julio de 2004

Fecha de publicación: mayo de 2005

Internet Interdisciplinary Institute (IN3): <http://www.uoc.edu/in3/esp/index.htm>

## RESUMEN

Las personas, a través de sus valores y su expresión en prácticas concretas, configuran en los intercambios comunicacionales de su vida cotidiana las formas sociales, incluidas las formas de expresión política. Internet adquiere cada vez más presencia en esos intercambios y es pertinente estudiar si su uso indica cambios sociales y a qué tipo corresponden. El presente trabajo describe las diferencias que presentan en las actitudes, valores, ideología y práctica política los internautas en relación con los que no lo son a partir de los datos suministrados por la encuesta *Ciudadanía, participación y democracia*, llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en el año 2002. También se trazan algunas tipologías de expresión política a partir de los factores latentes que las indican y se analiza hasta qué punto puede considerarse la variable frecuencia de uso de Internet más explicativa de la actividad política que otras variables estructurales.

## PALABRAS CLAVE

Internet, política, actitudes, valores, ideología, identidad, abstención

## SUMARIO

Introducción

1. Métodos

2. Resultados, primera parte: descripción comparativa de opiniones, actitudes, valores, ideología e identidad

2.1. Las actitudes ante la política

2.2. Las actitudes ante las demás personas

2.3. Ideología y valores

2.4. Identidad social

3. Resultados, segunda parte: descripción comparativa de prácticas sociales vinculadas a la política

3.1. Las prácticas de información política

3.2. La práctica de la abstención

3.3. Prácticas comunicativas sobre política en la vida cotidiana

3.4. Prácticas de actividad política

3.5. Prácticas de agregación de intereses

4. Resultados, tercera parte: Aproximación al análisis de tipos de expresión política y la causalidad del uso de Internet en la actividad política

5. Discusión

6. Conclusiones

Bibliografía

**Para citar este documento, puedes utilizar la siguiente referencia:**

MAYO, Francisco Javier (2005). *Contenidos y prácticas políticas de los internautas en el Estado Español. Análisis diferencial de internautas y no internautas en su comportamiento político y asociativo a fecha de Abril del 2002* [trabajo de doctorado en línea]. UOC. (Trabajos de doctorado; TD05-002) [Fecha de consulta: dd/mm/aa].  
<<http://www.uoc.edu/in3/dt/esp/mayo0505.html>>

# **Contenidos y prácticas políticas de los internautas en el Estado Español**

**Análisis diferencial de internautas y no internautas en su comportamiento político y asociativo a fecha de Abril del 2002**

**Seminario Interdisciplinario de la Sociedad de la Información  
(Julio 2004)**

**elaborado por**

**Francisco Javier Mayo Torres**

**Dirección académica: Profesor Manuel Castells**

## Índice

Resumen.....	1
Palabras clave.....	1
Introducción.....	1
Métodos.....	2
Resultados, primera parte: descripción comparativa de opiniones, actitudes, valores, ideología e identidad.....	3
Las actitudes ante la política.....	3
Las actitudes ante las demás personas.....	10
Ideología y valores.....	11
Identidad social.....	13
Resultados, segunda parte: descripción comparativa de prácticas sociales vinculadas a la política.....	14
Las prácticas de información política.....	14
La práctica de la abstención.....	16
Prácticas comunicativas sobre política en la vida cotidiana.....	17
Prácticas de actividad política .....	17
Prácticas de agregación de intereses .....	20
Resultados, tercera parte: Aproximación al análisis de tipos de expresión política y la causalidad del uso de Internet en la actividad política.....	24
Discusión.....	26
Conclusiones.....	29
Bibliografía.....	31

## Resumen

Las personas a través de sus valores, y su expresión en prácticas concretas, configuran en los intercambios comunicacionales de su vida cotidiana las formas sociales, incluidas las formas de expresión política. Internet adquiere cada vez más presencia en esos intercambios y es pertinente estudiar si su uso está indicando cambios sociales y a que tipo corresponden. El presente trabajo describe las diferencias que presentan en las actitudes, valores, ideología y práctica política los internautas en relación a los que no lo son a partir de los datos proveídos por la encuesta “Ciudadanía, participación y democracia” llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en el año 2002. También se trazan algunas tipologías de expresión política a partir de los factores latentes que las indican y se analiza hasta que punto puede considerarse la variable frecuencia de uso de Internet más explicativa de la actividad política que otras variables estructurales.

## Palabras clave

Sociedad red, Internet, política, actitudes, valores, ideología.

## Introducción

La aplicación de las técnicas de producción industrial a la edición de periódicos permitió la expansión de los idearios de las revoluciones liberal-burguesas occidentales a finales del S. XVIII. Esto no significa que el liberalismo encontrase en la edición industrial de periódicos su única forma de expresión, ni que los únicos valores que contenían los periódicos de principios del siglo XIX fueran los liberales.

Este símil histórico ejemplifica el planteamiento del presente trabajo: estudiar las tendencias en las actitudes y prácticas políticas observables que se encuentran indicadas en el uso de Internet. Para que este trabajo fuese completo habría de contar también con los contenidos y las prácticas políticas que tienen lugar en la propia red, pero las limitaciones de tiempo han hecho que me remita a una fuente de datos que tiene en cuenta básicamente prácticas políticas que son offline.

Por consiguiente, también es objetivo de este trabajo analizar los cambios que se están produciendo en la expresión del autopoicionamiento en relación a los acuerdos institucionales vigentes, las prácticas políticas y la asociación que pueda existir con el uso de Internet. Podríamos por tanto definir la hipótesis de partida del trabajo de la siguiente manera: la forma, intensidad y los valores que expresan las actividades políticas de los ciudadanos españoles se explican por el uso de Internet.

Esta hipótesis encuentra su ubicación en la teoría de la sociedad red. Manuel Castells define sociedad red como aquella cuya estructura social está construida sobre redes potenciadas por tecnologías de la información y la comunicación sobre soporte microelectrónico (Castells, 2004). Esta estructura social se entiende como los acuerdos organizacionales de los humanos en sus relaciones expresados en comunicación con sentido y codificadas por la cultura (ib., 2004).

## Métodos

Para la realización del presente trabajo se han adquirido los datos de la encuesta "Ciudadanía, participación y democracia" efectuada por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) entre Marzo y Abril del año 2002 dentro de las actividades del convenio firmado con las Universidades Autónoma de Madrid y Pompeu Fabra de Barcelona. La muestra es representativa de la población usuaria de Internet en el Estado Español con un error del  $\pm 2,5\%$ , considerando que en el momento de realizar la encuesta, el segundo trimestre del año 2002, un 25% del universo eran usuarios de Internet. La Encuesta General de Medios de Febrero/Marzo 2003 publicó una proporción de internautas del 25,5%.

Creo que tratar los datos de una encuesta realizada hace dos años aún permite reseguir alguna de las tendencias presentes en la sociedad actual. Quedan pendientes actividades de control en cuanto surjan datos que permitan la contrastación con los que se presentan a continuación.

El hecho que no sea una encuesta elaborada expresamente para estudiar el alcance de la hipótesis planteada hace que el modelo de análisis se encuentre mediatizado por el planteamiento inicial de la misma. Se ha intentado suplir esta carencia tratando únicamente aquellas preguntas que responden a los objetivos del trabajo y creando aquellas variable e índices que mejor se adecuaban a los objetivos de análisis. En este sentido este trabajo se siente deudor del Proyecto Internet Catalunya dirigido por los profesores Manuel Castells e Imma Tubella de la Universitat Oberta de Catalunya y al cual se espera contribuir en la discusión de los resultados.

Conviene aclarar una primera cuestión, este trabajo presenta un perfil concreto de valores y prácticas políticas que responde a un momento determinado, es una especie de fotografía. La primera parte sigue una lógica descriptiva: se traza un perfil comparativo univariable para internautas y no internautas de opiniones, valores, ideología e identidad. Al haberse operacionalizado estos conceptos en escalas de opinión el análisis de esta parte se basa principalmente en la presentación de medias y proporciones muestrales (estadísticos no sesgados de los valores poblacionales) y en las de las diferencias de medias muestrales. Para comprobar la significación de las diferencias de medias se efectuaron las pruebas del test de Levene para la igualdad de varianzas y test t de igualdad de medias. En esta primera parte también se utilizan gráficos (de caja, de barras y de sectores) que ayudan a presentar distribución de proporciones, sobretodo en el caso de variables nominales.

La lógica del análisis bivariable enmarca también el análisis de las prácticas políticas en relación al uso de Internet. Se ha utilizado básicamente tablas de contingencia ratificadas con test de significación por Chi cuadrado. Se ha optado por presentar también las frecuencias de los valores perdidos cuando el objetivo era describir el comportamiento del conjunto de la población.

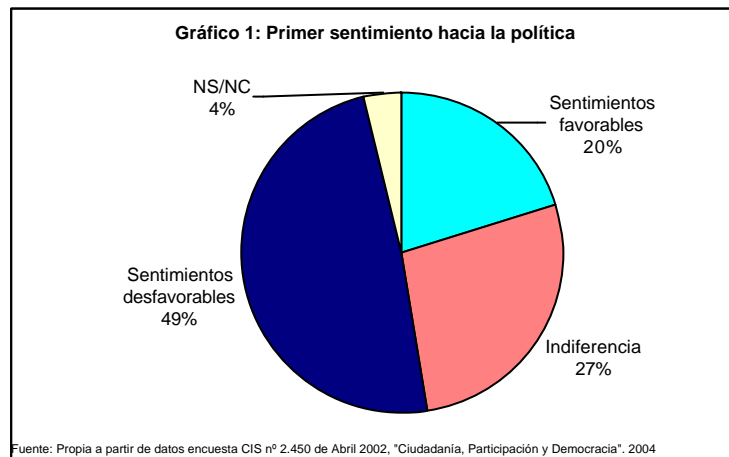
En la tercera parte entramos en la lógica multivariable al utilizar el análisis factorial para detectar factores que informasen el estudio de regresión y además permitiesen apuntar grupos de factores fuertemente asociados que indicasen tipologías de expresión política. Por último se utiliza la regresión múltiple para situar la variable uso Internet dentro del conjunto de variables explicativas de la actividad política.

## Resultados, primera parte: Descripción comparativa de opiniones, actitudes, valores, ideología e identidad

### Las actitudes ante la política

Son numerosos los trabajos de la academia que detectan el desencanto de la ciudadanía con la política. En primer lugar observemos si esta circunstancia se puede constatar tras el análisis de los datos que ofrece la encuesta y si el hecho de ser usuario de Internet dibuja un perfil diferente.

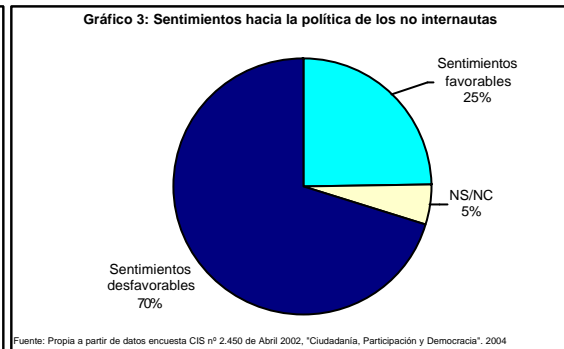
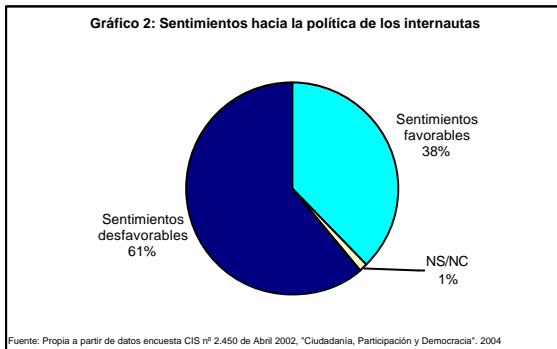
Dentro del conjunto de preguntas destinadas a conocer la opinión que tienen los ciudadanos españoles de la política he estimado oportuno iniciar este recorrido descriptivo dando cuenta de los sentimientos que inspira la política. Veamos cuales son:



No hay lugar a dudas: a una amplia mayoría de la ciudadanía (76%) la política o le inspira indiferencia o le inspira desconfianza, aburrimiento y irritación (sentimientos desfavorables). Sólo a un 20% le inspira interés, compromiso o entusiasmo (sentimientos favorables).

A los entrevistados se les preguntaba por los sentimientos que les inspiraba la política, pudiendo manifestarse dos veces, primer y segundo sentimiento. A efectos del análisis del rechazo a la política se han seleccionado los casos que han manifestado sentimientos desfavorables (desconfianza, aburrimiento o irritación) o indiferencia en ambas respuestas, primer y segundo sentimiento. He incluido la indiferencia en el grupo de sentimientos desfavorables ya que entiendo que es una forma de desapego ante la dimensión política de la sociedad. Veamos si existe respuesta diferencial cuando segmentamos por el uso de Internet:





Como se observa el rechazo entre ambos grupos es mayoritario aunque en el caso de los internautas la política inspira sentimientos favorables en mayor proporción, concretamente 12 puntos porcentuales. Veamos si esa tendencia se conserva a la hora de valorar la importancia de la política situada entre los demás ámbitos de vida.

Dentro de una escala de 0 a 10 se preguntó por la importancia de diversos aspectos que definen algunos de los grandes ámbitos de la vida en sociedad: familia, amigos, tiempo libre, política, trabajo, religión y asociaciones u otras actividades asociativas. De las respuestas se observa que la muestra de la población manifiesta que la familia es el ámbito de vida más importante (9.59 media) y la política es el menos importante (3.46). Sin embargo si ordenamos esos ámbitos en una escala decreciente de valoración media el orden cambia ligeramente al considerar por separado el grupo de internautas del que no lo es.

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
Sí	La familia	9,38	1,11	1.157
	Los amigos	8,24	1,64	1.155
	El tiempo libre	8,17	1,62	1.154
	El trabajo	7,98	1,82	1.142
	Las asociaciones, clubes y otras actividades asociativas	5,23	2,42	1.133
	La política	4,35	2,74	1.147
	La religión	3,89	3,05	1.151

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
No	La familia	9,67	1	3074
	El trabajo	8,22	2,21	2999
	Los amigos	8,08	1,90	3050
	El tiempo libre	7,74	1,95	3014
	La religión	5,56	3,21	3037
	Las asociaciones, clubes y otras actividades asociativas	4,79	2,87	2889
	La política	3,12	2,87	2995

Tabla 1: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Un primer aspecto a destacar es la casi coincidencia en valorar la familia como el ámbito de vida más importante para ambos grupos. Es evidente que aunque la política suspende en su valoración de importancia tanto para los internautas como para los no internautas, en el caso de los primeros no ocupa la última posición en la escala de importancia y éste queda ocupado por la religión. Por otro lado destacar que en el caso

de los internautas el trabajo, aunque con una valoración media similar en ambos grupos, pasa a ocupar el cuarto lugar después de otros ámbitos de vida como la familia, los amigos y el tiempo libre. También se observa que el ámbito asociativo, aunque sin grandes variaciones en cuanto a la media de valoración, en el grupo de los internautas pasa a ser superior al 5.

Un corte por ámbitos de vida de la media de valoración de la importancia de diferentes ámbitos de vida nos ofrece la siguiente tabla:

	Familia	Trabajo	Amigos	Tiempo Libre	Religión	Asociaciones	Política
Internautas	9,38	7,98	8,24	8,17	3,89	5,23	4,35
No internautas	9,67	8,22	8,08	7,74	5,56	4,79	3,12
Diferencia	-0,29	-0,24	0,16	0,43	-1,67	0,44	1,23

Tabla 2: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Todas las diferencias de medias son significativas

Del análisis del cuadro anterior destacar que los ámbitos de vida más vinculados con las sociedades industriales (familia, religión y trabajo) son en los que la valoración media de la importancia de los internautas es más baja. En este sentido subrayaríamos la diferencia máxima negativa en el ámbito de la religión. Por el contrario, la política es el ámbito donde los internautas tienen una diferencia de la valoración media de importancia más grande. Una hipótesis de trabajo podría ser la que nos llevase a investigar si la política es el ámbito de vida con tendencia a substituir en las sociedades occidentales a la religión en cuanto a su valoración de importancia.

No sería incoherente pensar que una más alta valoración de los internautas en cuanto al grado de importancia de la política se habría de corresponder con un mayor interés en la misma. Si iniciamos el análisis de la totalidad de la muestra, nos da a entender que sólo una quinta parte (22,3%) de la misma manifiesta bastante o mucho interés por la política, pero dejarlo ahí sería engañoso. Un 35,6% de los internautas muestran mucho o bastante interés reduciéndose la proporción de ese grado de interés a la mitad para los que no lo son (17,3%). Esta brecha de interés adquiere mayor materia de interpretación cuando se analizan las diferencias en el interés existentes en base al ámbito político (local, autonómico, nacional, europeo e internacional). Observemos la siguiente tabla:

Proporción de la muestra que manifiesta "Mucho" o "Bastante" interés en la política, según el ámbito:

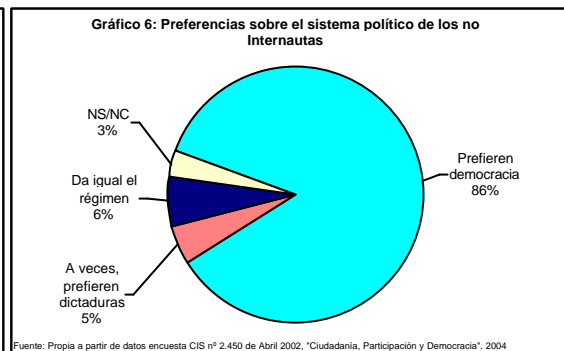
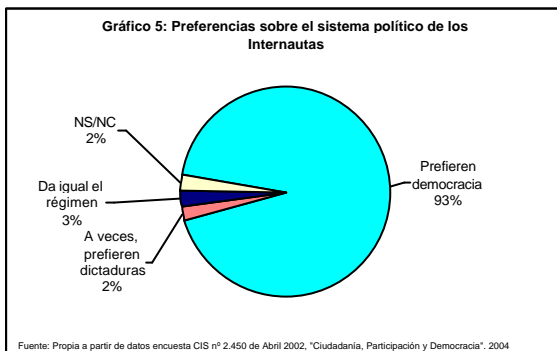
	Local	Autonómica	Nacional	Europea	Internacional
Internautas	44,3 %	42,9 %	43,8 %	34,3 %	37,2 %
No internautas	31,7 %	27,7 %	25,3 %	18,8 %	17,8 %
Diferencia	12,6	15,2	18,5	15,5	19,4

Tabla 3: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Varias cuestiones vinculadas al análisis de esta tabla. La primera es que la población no internauta muestra una tendencia al aumento de interés según los ámbitos: a medida que la política se aleja del ámbito internacional y se acerca al ámbito local. Esta tendencia sufre cierta distorsión en los internautas ya que el ámbito que suscita interés de forma más limitada es el de la política europea y no el de la política internacional. En segundo

lugar hay dos ámbitos donde la brecha de interés se acentúa respecto a la población no internauta, la política nacional y, especialmente la política internacional. Por tanto, en el interés por la política también se producen diferencias destacables si cortamos la muestra por ser usuaria de Internet.

Hasta aquí hemos tratado de analizar la valoración de la política como actividad en genérico. A continuación observemos si esas tendencias se modifican cuando se refieren al sistema político actual en el Estado Español, el democrático. La opinión de la muestra de la población española a este respecto es abrumadoramente partidaria de la democracia ya que un 87,5% de ésta considera que es preferible a cualquier otra forma de gobierno. ¿Goza de ese mismo apoyo entre los internautas?



Aunque el apoyo al sistema político democrático es amplio en ambos grupos la indiferencia en cuanto al tipo de régimen o la preferencia a las dictaduras se reduce la mitad y un tercio respectivamente en el caso de los internautas. El gran apoyo a la democracia como sistema político, cuenta con mayor aportación relativa de los internautas a los efectivos de los grupos de preferencia por este sistema político.

Deberíamos entender a partir de este punto que la democracia goza de una buena salud en el Estado Español sustentada en las preferencias en cuanto al tipo de sistema político. Por el contrario preguntados sobre la satisfacción del sistema democrático en España la población matiza esa posición bajando el grado de apoyo hasta el 61,6%. Los internautas (62,2%) no constituyen en este aspecto un grupo destacado ya que les separa un poco más de medio punto de los no internautas (61,4%). Existe por tanto una reducción en cuanto al apoyo de la ciudadanía a la democracia en España que se debe a cuestiones vinculadas a la plasmación de ese orden institucional en el Estado Español y no aparecen diferencias destacables por el uso de Internet. Analicemos donde se puede encontrar ese talón de Aquiles y si Internet nos da cuenta de órdenes de significación diferenciados.

Una forma en que la ciudadanía expresa el apoyo al sistema de instituciones que estructuran el orden político es el grado de confianza, que en consecuencia puede ser tomado como indicador del mismo. De nuevo encontramos una reducción a la baja del apoyo al sistema institucional cuando se concreta en confianza a instituciones: no hay ninguna institución ni organización que obtenga una valoración media superior al 5,97 en una escala de 0 a 10. La institución con éste valor máximo es "Policía y otras Fuerzas de Seguridad". Los políticos y los partidos políticos son, de nuevo y para el conjunto de la ciudadanía, las organizaciones peor valoradas que en este caso interpretamos como las que generan mayor desconfianza con valoraciones medias entre el 3,46 y 3,75

respectivamente. Pero veamos si se da de nuevo un diferencial de confianza entre los internautas y los que no lo son.

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
Sí	La policía y otras Fuerzas de Seguridad	5,61	2,32	1.129
	El Ayuntamiento	5,37	2,34	1.136
	El Gobierno autonómico	5,25	2,12	1.127
	La Unión Europea (UE)	5,20	2,13	1.113
	Las Naciones Unidas (ONU)	5,12	2,37	1.103
	El Gobierno central	4,77	2,32	1.128
	Las Administraciones Públicas	4,76	2,00	1.115
	Los sindicatos	4,71	2,28	1.093
	Los Tribunales de Justicia	4,65	2,39	1.113
	El Congreso de los Diputados	4,49	2,29	1.101
	Las organizaciones empresariales	4,48	2,29	1.057
	Los partidos políticos	3,94	2,20	1.118
	Los políticos	3,62	2,29	1.124

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
No	La policía y otras Fuerzas de Seguridad	6,10	2,26	2.898
	El Ayuntamiento	5,88	2,51	2.936
	El Gobierno autonómico	5,65	2,35	2.864
	Las Naciones Unidas (ONU)	5,14	2,44	2.463
	El Gobierno central	5,13	2,52	2.865
	La Unión Europea (UE)	5,12	2,30	2.550
	Las Administraciones Públicas	4,67	2,22	2.649
	Las organizaciones empresariales	4,47	2,33	2.371
	Los sindicatos	4,46	2,53	2.581
	El Congreso de los Diputados	4,29	2,48	2.625
	Los Tribunales de Justicia	4,17	2,56	2.800
	Los partidos políticos	3,67	2,40	2.834
	Los políticos	3,39	2,41	2.854

Tabla 4: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Como se puede observar en este caso no se dan grandes diferencias en cuanto a la escalas de valoración media de confianza y las dispersiones de sus distribuciones, medidas en desviación típica, entre los internautas y los no internautas. Por ejemplo, existe coincidencia en las organizaciones en que se confía más (Las fuerzas de seguridad, el Ayuntamiento y los Gobiernos autónomos) y en las que se confía menos (Los políticos y los partidos políticos). Sin embargo, si observamos donde se producen las diferencias en valoración media encontramos algunas indicaciones:

Confianza media en instituciones y organizaciones	Internautas	No Internautas	Diferencia
Los Tribunales de Justicia	4,65	4,17	0,48
Los partidos políticos	3,94	3,67	0,27
Los sindicatos	4,71	4,46	0,25
Los políticos	3,62	3,39	0,23

El Congreso de los Diputados	4,49	4,29	0,20
Las Administraciones Públicas	4,76	4,67	0,08*
La Unión Europea (UE)	5,20	5,12	0,08*
Las organizaciones empresariales	4,48	4,47	0,01*
Las Naciones Unidas (ONU)	5,12	5,14	-0,02*
El Gobierno central	4,77	5,13	-0,36
El Gobierno autonómico	5,25	5,65	-0,39
La policía y otras Fuerzas de Seguridad	5,61	6,10	-0,49
El Ayuntamiento	5,37	5,88	-0,51

Tabla 5: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

\* Diferencias de medias no significativas estadísticamente

Las pruebas estadísticas hechas (test de Levene y prueba t para la igualdad de medias) nos permiten afirmar que las diferencias observadas son significativas para la mayoría de instituciones. La excepción para la significación estadística las encontramos en el centro de la tabla, es decir, se trata de diferencias de medias muestrales que tiene más de un 5% de probabilidad de ser iguales al no haberse podido rechazar la hipótesis nula de igualdad de medias. Valoración estadística aparte, varias son las cuestiones que surgen del estudio de la tabla 5:

- ? El poder judicial (Tribunales de Justicia) es la organización donde existe la diferencia máxima positiva de valoración de confianza de los internautas respecto a los no internautas.
- ? Le siguen organizaciones/instituciones que son normalmente vinculadas a la crisis de la democracia (los partidos políticos, los sindicatos y los políticos).
- ? A continuación encontramos el poder legislativo (Congreso de Diputados).
- ? En el otro extremo, la diferencia máxima de valoración de confianza a favor de los no internautas se da en los tres niveles del poder ejecutivo (Ayuntamientos, Gobierno Autónomo y Gobierno Central) y en las Fuerzas de Seguridad.

Es decir los internautas presentan un perfil diferenciado en relación a la confianza en las instituciones: tienden a inspirarles mayor confianza que a los no internautas las instituciones que fueron pensadas para los sistemas de división de poderes como contrapeso al poder ejecutivo, es decir el poder legislativo y judicial. Además tienden a confiar menos que los no internautas de las instituciones vinculadas al control y ejercicio de gobierno, es decir, el poder ejecutivo y las fuerzas de seguridad.

Por último y para completar la descripción del perfil político diferencial de los internautas en cuanto a las actitudes trataremos la opinión que se manifiesta de los políticos. A este efecto y para el conjunto de la muestra encontramos las siguientes valoraciones medias en una escala de 0 a 10:

- ? Las posibilidades de que la gente corriente haga llegar sus opiniones a los políticos es muy baja, 2,91. Esta valoración media aumenta muy ligeramente (3,67) si es la persona entrevistada a quien se le pregunta sobre las posibilidades de personas como él o como ella pueda transmitirles su opinión.
- ? La valoración media sobre la importancia que los políticos dan a las opiniones de la gente es bajísima, 2,66.
- ? También se valora muy bajo las posibilidades de que los políticos tengan en cuenta a las personas como el/la entrevistado/a, 3,54.

Dado este panorama de baja valoración de la disponibilidad de los políticos a tener en cuenta la opinión de los ciudadanos encontramos algunas diferencias si consideramos al grupo de internautas por separado de los no internautas.

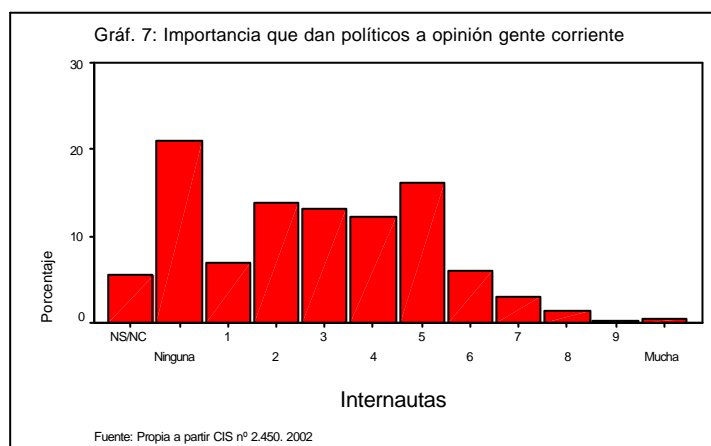
Valoración media sobre actitudes de los políticos ante opinión ciudadana	Internautas	No Internautas	Diferencia
Posibilidades de que la persona entrevistada pueda transmitir sus opiniones a los políticos	4,24	3,45	0,78
Posibilidades de que la persona entrevistada pueda hacer que le tengan en cuenta los políticos	4,01	3,36	0,65
Posibilidades de que la gente corriente haga llegar sus opiniones	3,21	2,78	0,43
Importancia que los políticos dan a las opiniones de la gente corriente	2,95	2,54	0,41

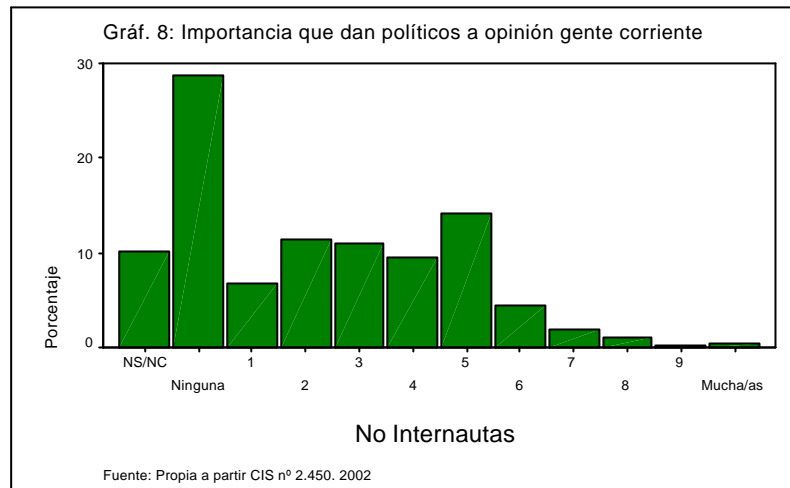
Tabla 6: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Todas las diferencias de medias son significativas estadísticamente

Se puede observar que en las 4 preguntas sobre valoración de las actitudes de los políticos ante la opinión ciudadana los internautas valoran con una mejor puntuación media. Esta tendencia se acentúa cuando se pregunta por la actitud de los políticos ante la opinión propia, por contraste de las diferencias en las valoraciones medias por la actitud ante la opinión de la gente corriente.

De la existencia de una corriente de opinión mucho más rotunda entre los no internautas puede dar cuenta los diagramas de barras que se presentan a continuación. Se observa que entre los no internautas la valoración que representa la moda estadística es 0 ('Ninguna') respecto a la pregunta "Importancia que dan los políticos a las opiniones de la gente corriente". En el grupo de internautas se produce mayor distribución en la escala de valoración y aún siendo 0 la moda, lo es de una forma más atemperada.





## Las actitudes ante las demás personas

La política enmarca un espacio de interacción social vinculada a lo público donde confluyen intereses particulares, por consiguiente es previsible que en esas prácticas se expresen actitudes de las personas hacia el otro. Veamos si en ese aspecto, no tan político sino convivencial, detectamos diferencias significativas en el perfil de los internautas.

La muestra que se ha obtenido nos habla de una población española que en su valoración media (3,73) cree que la gente piensa más en su interés (valor 0 de la escala) que en procurar ayudar a los demás (valor 10). Con más dudas (4,51) tienden a desconfiar en los demás (valor 0 de la escala) y a pensar que ante una oportunidad la gente se aprovecharía (4,75) antes que ser honrada (valor 10). Veamos el cuadro de las diferencias de valoración media con relación a las actitudes ante los demás según la variable uso de Internet:

Valoración media sobre actitudes ante los demás	Internautas	No Internautas	Diferencia
Desconfianza (0) o Confianza en los demás (10)	5,14	4,31	0,83
La gente mira su interés (0) o procura ayudar a los demás (10)	4	3,64	0,36
Ante una oportunidad la gente se aprovecharía (0) o sería honrada (10)	4,98	4,66	0,32

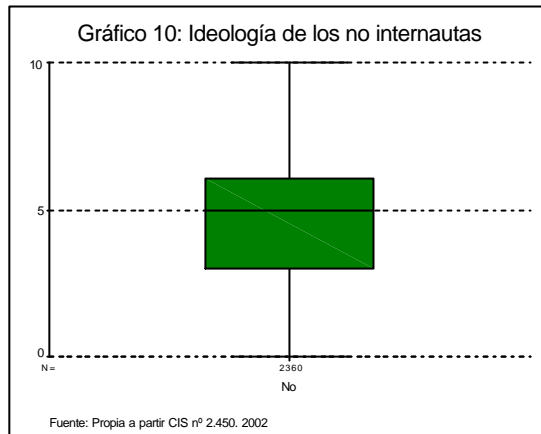
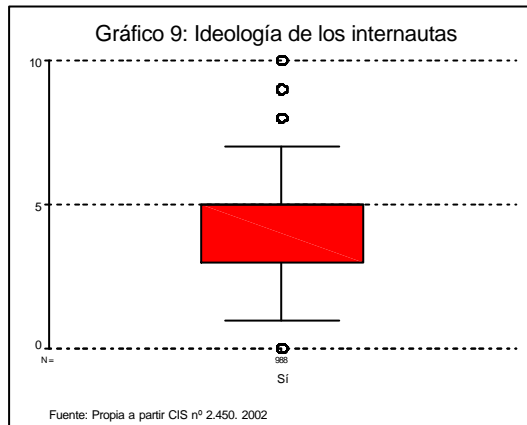
Tabla 7: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Todas las diferencias de medias son significativas

Aunque las diferencias aquí de nuevo no son espectaculares, los internautas manifiestan tener unas actitudes más favorables hacia los demás sobretodo gracias a la valoración en la escala de confianza, que es el único caso en que se valora por encima de 5.

## Ideología y valores

La ideología ha sido una de las variables que se utilizan para explicar el posicionamiento y el discurso legitimador de la acción política de los individuos. Del análisis de los datos se deduce que la muestra de la población preguntada por definición ideológica (0, izquierda; 10, derecha) tiende a escorarse ligeramente hacia la izquierda con una puntuación media de 4,58. Podríamos decir que en su autodefinición ideológica los españoles son mayoritariamente de centro-izquierda. Analicemos a continuación si ese autoposicionamiento ideológico se reproduce en el caso de los internautas.



Una primera cuestión que surge de la comparación de los diagramas de cajas es que la población internauta presenta una distribución mucho más concentrada alrededor del rango intercuartílico, es decir, hay una mayor concentración ideológica. Una cuestión a estudiar sería a que se debe esa concentración ideológica y si cambia a medida que se extiende socialmente el uso de Internet. El segundo aspecto destacable es que la mediana se encuentra en el extremo superior del rango intercuartílico, es decir se da una concentración por debajo del valor que representa el centro político (5), a diferencia de la población no internauta en que la mediana se sitúa más centrada dentro del rango intercuartílico.

En los análisis de la sociedad red el estudio de los valores resulta esencial ya que se considera que el acuerdo o la imposición de los mismos configuran los programas de las redes sociales (Castells, 2004). En la encuesta se pedía valorar un conjunto de valores, en concreto 8, a los que la pregunta se refería como valores del 'buen ciudadano'. Para el conjunto de la muestra todos los valores obtienen puntuaciones medias superiores a cinco. El valor ciudadano mejor puntuado era el de "cumplir siempre las leyes" (8,38 de valoración media) y el peor puntuado "someter su opinión a la crítica" (6,43 de valoración media). Observemos inicialmente como se configuran las escalas ordenadas por la valoración media en función del uso de Internet.

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
Sí	Formarse propia opinión, independientemente de los demás	8,11	1,88	1.107
	Cumplir siempre las leyes y las normas	8,03	1,88	1.135
	Ser solidario con la gente que está peor que Ud.	8,01	1,64	1.137
	No intentar nunca evadir impuestos	7,47	2,26	1.121



Votar en las elecciones	6,90	2,64	1.129
Someter su opinión a la crítica	6,79	2,17	1.093
Pensar en los demás más que en uno mismo	6,37	2,22	1.112
Participar en organizaciones y asociaciones	5,90	2,27	1.114

Usuario Internet		Media	Desv. típ.	N
No	Cumplir siempre las leyes y las normas	8,52	1,76	2.965
	Ser solidario con la gente que está peor que Ud.	8,37	1,64	2.945
	No intentar nunca evadir impuestos	8,02	2,07	2.879
	Formarse propia opinión, independientemente de los demás	7,69	2,12	2.641
	Votar en las elecciones	7,36	2,49	2.907
	Pensar en los demás más que en uno mismo	6,61	2,30	2.808
	Someter su opinión a la crítica	6,27	2,40	2.465
	Participar en organizaciones y asociaciones	5,76	2,53	2.729

Tabla 8: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Existe un elemento de coincidencia para ambos grupos, participar en asociaciones es el valor ciudadano menos importante en la escala presentada. Sin embargo si observamos que valores ocupan la primera posición para los internautas es formarse su propia opinión mientras que para los no internautas cumplir las leyes y normas, valores ambos con implicaciones sociológicas muy diferentes. A continuación, veamos si estas escalas de valores se trasladan a un perfil diferencial:

Valoración media sobre importancia de los valores del buen ciudadano	Internautas	No Internautas	Diferencia
Someter su opinión a la crítica	6,79	6,27	0,52
Formarse propia opinión, independientemente de los demás	8,11	7,69	0,42
Participar en organizaciones y asociaciones	5,90	5,76	0,14*
Pensar en los demás más que en uno mismo	6,37	6,61	-0,24
Ser solidario con la gente que está peor que Ud.	8,01	8,37	-0,36
Votar en las elecciones	6,90	7,36	-0,46
Cumplir siempre las leyes y las normas	8,03	8,52	-0,49
No intentar nunca evadir impuestos	7,47	8,02	-0,56

Tabla 9: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

\* Diferencia de medias no significativa

Los valores en que los internautas tienden a puntuar más en relación con los no internautas estarían más relacionados a la creación de proyectos de autonomía sociopolítica ('someter opinión a la crítica' o 'formarse la propia'). Por el contrario los valores donde la población no internauta tiende a sobresalir son los vinculados a la legitimación del sistema político ('no evadir impuestos', 'cumplir las leyes' y 'votar') o los vinculados a la solidaridad, aunque con menor diferencia ('ser solidario' y 'pensar en los otros'). No existirían diferencias significativas estadísticamente en los valores vinculados a la agregación de intereses ('participar en asociaciones').

## Identidad social

Un primer conjunto de preguntas sobre identidad social hace referencia al grado de identificación con lugares. El cuadro de comparación de medias entre ambos grupos arroja la siguiente tabla:

Valoración media sobre apego a lugares (de 0 'nada' a 10 'mucho')	Internautas	No Internautas	Diferencia
La humanidad en su conjunto	7,54	7,70	-0,16*
Europa	6,89	7,09	-0,20
La Comunidad Autónoma	7,54	8,20	-0,66
El pueblo o ciudad donde vive	7,42	8,35	-0,94
El barrio donde vive	6,99	7,97	-0,98
España	7,33	8,31	-0,98

Tabla 10: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

\* Diferencias de medias no significativa

Destacar que los internautas valoran en todas las respuestas sobre identificación con los lugares por debajo de los no internautas, aunque destaca la diferencia con España, el barrio y el pueblo. Por otro lado mientras el lugar con el que se identifican más los internautas es la humanidad en su conjunto o su comunidad autónoma para los no internautas es el pueblo o ciudad donde vive. Destacar que estas diferencias son congruentes con el mayor interés de los internautas por la política internacional y la erosión que sufre la identificación con el lugar en la sociedad red, en especial con los estados-nación. Comparemos a continuación ambos segmentos de la muestra según su grado de identificación con otros grupos sociales:

Valoración media sobre identificación con grupos sociales (de 0 'nada' a 10 'mucho')	Internautas	No Internautas	Diferencia
La gente de su mismo origen cultural	6,75	7,18	-0,42
La gente de su mismo sexo o género	6,57	7,11	-0,54
La gente de su clase social	6,53	7,08	-0,55
La gente de su misma religión	4,89	6,34	-1,45

Tabla 10: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Todas las diferencias de medias son significativas

De nuevo se repite la situación que los internautas valoren por debajo de los no internautas cuando se les pregunta sobre procesos de identificación, en este caso con otros grupos sociales. Especialmente significativo es la diferencia con la identificación con el grupo de su propia religión. Este resultado también sería congruente con la menor valoración media de importancia que se daba a la religión como ámbito de vida.

## Resultados, segunda parte: Descripción comparativa de prácticas sociales vinculadas a la política

### Las prácticas de información política

En la sociedad red los medios de comunicación constituyen el espacio de la política hasta el punto que la orientación mediática de la política absorbe en algunos casos completamente esta dimensión social. Las tablas de contingencia y la tabla de frecuencia que se presentan a continuación nos indican el consumo de información política en los medios de comunicación diferencial para internautas y no internautas.

Tabla de contingencia lee las secciones políticas de los periódicos \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
Lee las secciones políticas de los periódicos	Todos los días	Recuento	295	349	644
		% de Usuario Internet	25,5%	11,3%	15,2%
	3-4 días por semana	Recuento	172	255	427
		% de Usuario Internet	14,8%	8,3%	10,1%
	1-2 días por semana	Recuento	234	382	616
		% de Usuario Internet	20,2%	12,4%	14,5%
	Con menor frecuencia	Recuento	228	657	885
		% de Usuario Internet	19,7%	21,3%	20,9%
	Nunca	Recuento	229	1438	1667
		% de Usuario Internet	19,8%	46,6%	39,3%
NS/NC	Recuento	1	3	4	
	% de Usuario Internet	,1%	,1%	,1%	
Total		Recuento	1159	3084	4243
		% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	338,290 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	345,416	5	,000
Linear-by-Linear Association	316,805	1	,000
N of Valid Cases	4243		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,09.

Tabla de contingencia Escucha o ve las noticias en la radio o la televisión \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
Escucha o ve las noticias en la radio o la televisión	Todos los días	Recuento	843	2104	2947
		% de Usuario Internet	72,8%	68,2%	69,5%
	3-4 días por semana	Recuento	156	512	668
		% de Usuario Internet	13,5%	16,6%	15,8%
	1-2 días por semana	Recuento	81	215	296
		% de Usuario Internet	7,0%	7,0%	7,0%
	Con menor frecuencia	Recuento	59	128	187
		% de Usuario Internet	5,1%	4,2%	4,4%
	Nunca	Recuento	19	121	140
		% de Usuario Internet	1,6%	3,9%	3,3%
NS/NC	Recuento		3	3	
	% de Usuario Internet		,1%	,1%	
Total		Recuento	1158	3083	4241
		% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,895 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	26,788	5	,000
Linear-by-Linear Association	8,033	1	,005
N of Valid Cases	4241		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,82.

la de contingencia Aparte de las noticias, escucha o ve otros programas sobre política en la radio o televisión \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
Aparte de las noticias escucha o ve otros programas sobre política en la radio o televisión	Todos los días	Recuento	187	355	542
		% de Usuario Internet	16,1%	11,5%	12,8%
	3-4 días por semana	Recuento	109	243	352
		% de Usuario Internet	9,4%	7,9%	8,3%
	1-2 días por semana	Recuento	199	367	566
		% de Usuario Internet	17,2%	11,9%	13,3%
	Con menor frecuencia	Recuento	349	761	1110
		% de Usuario Internet	30,1%	24,7%	26,2%
	Nunca	Recuento	306	1337	1643
		% de Usuario Internet	26,4%	43,4%	38,7%
	NS/NC	Recuento	9	21	30
		% de Usuario Internet	,8%	,7%	,7%
Total	Recuento	1159	3084	4243	
	% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	106,132 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	109,374	5	,000
Linear-by-Linear Association	59,632	1	,000
N of Valid Cases	4243		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,19.

Tabla de contingencia Usa Internet para obtener información acerca de la política o la sociedad \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
Usa Internet para obtener información acerca de la política o la sociedad	Todos los días	Recuento	58		58
		% de Usuario Internet	5,0%		1,4%
	3-4 días por semana	Recuento	75	1	76
		% de Usuario Internet	6,5%	,0%	1,8%
	1-2 días por semana	Recuento	100	9	109
		% de Usuario Internet	8,6%	,3%	2,6%
	Con menor frecuencia	Recuento	266	12	278
		% de Usuario Internet	23,0%	,4%	6,6%
	Nunca	Recuento	649	2888	3537
		% de Usuario Internet	56,0%	93,7%	83,4%
	NS/NC	Recuento	11	173	184
		% de Usuario Internet	,9%	5,6%	4,3%
Total	Recuento	1159	3083	4242	
	% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1416,894 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	1348,566	5	,000
Linear-by-Linear Association	642,045	1	,000
N of Valid Cases	4242		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,85.

Tablas 11: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Una de las cuestiones que apuntan las tablas de contingencia precedentes es que los internautas leen con mucha mayor frecuencia las secciones políticas de los periódicos que los que no lo son. Por otro lado, aunque el consumo diario de noticiarios de televisión o de radio es ligeramente superior para los internautas, tiende a no diferenciarse cuando la frecuencia de consumo es menor. Esta tendencia no se da cuando el consumo de televisión o radio es de programación política ya que las frecuencias de los internautas superan a las de los no internautas independientemente del nivel de intensidad de consumo.

En relación al consumo de información política a través de Internet el análisis de la tabla de frecuencias nos permite afirmar que Internet no es el medio que más habitualmente utilizan los internautas para informarse sobre política, aunque un 43,4% de los internautas la practican con mayor o menor intensidad. Los aspectos detectados más importantes son los siguientes:

- Diariamente escuchan o ven las noticias en radio o televisión (72,8%).
- A lo largo de la semana leen el periódico (un 14,9%, 3-4 días y un 20,2% 1 o 2 días).
- Con menor frecuencia a la semanal escuchan o ven algún programa político en radio o televisión (30,3%).

## La práctica de la abstención

El voto se encuentra en la base de los sistemas políticos basados la voluntad popular como forma de expresión de su soberanía. Su práctica se suele interpretar como la forma de legitimación básica de los acuerdos sociales e institucionales en los que se basa el gobierno. Por tanto, la abstención puede ser una práctica social mediante la cual se expresa el desapego con el sistema político. Ya habíamos visto que los internautas daban menor importancia al voto en la escala de valores del buen ciudadano. Veamos si hay una correspondencia con la práctica del mismo. Para ello compararemos las valoraciones medias cuando se preguntó a los entrevistados sobre la eficacia (0, No sirve para nada; 10, Mucha) de determinadas actividades políticas:

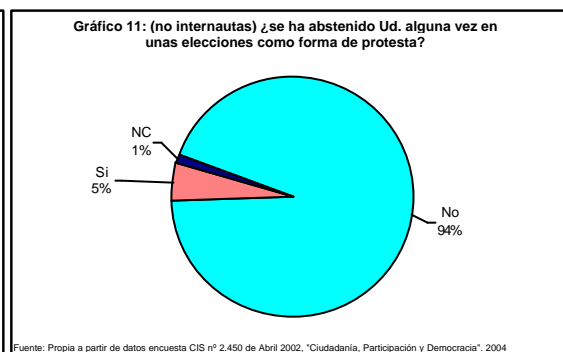
Valoración media de la eficacia de actividades políticas	Internautas	No Internautas	Diferencia
Boicotear ciertos productos	4,44	3,74	0,69
Participar en actividades ilegales de protesta	2,79	2,15	0,64
Llamar la atención de los medios de comunicación	6,00	5,40	0,60
Participar en manifestaciones	5,28	4,73	0,55
Colaborar con organizaciones o asociaciones voluntarias	6,42	6,04	0,37
Colaborar con un partido político	4,51	4,14	0,36
Ponerse en contacto con políticos	4,14	3,88	0,26
Votar en las elecciones	6,81	6,99	-0,17*

Tabla 12: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

\* Diferencia de medias no significativa

Como se observa la única actividad política que los internautas consideran menos eficaz que los no internautas es el voto, de hecho la diferencia no es significativa estadísticamente. El resto, incluidas algunas que suponen un cuestionamiento del orden político como boicots, manifestaciones o actividades ilegales, reciben una mejor valoración media de eficacia por parte de los internautas.

Esta tendencia se confirma en la práctica del voto. En la encuesta se preguntaba por la participación en las últimas elecciones generales que se habían celebrado, las del año 2000. El recuerdo de voto indica que mientras un 13,7% de los no internautas se había abstenido "aunque tenía derecho", en los internautas el porcentaje de esta respuesta subía hasta el 17,4%. ¿Qué significado adquiere esta actitud hacia el voto expresado en una mayor abstención? Una de las hipótesis que surgirían es que los internautas manifiestan con la abstención un determinado posicionamiento político. La encuesta contenía una pregunta que quizás nos permite apuntar una posible vía de investigación. Se preguntaba por acciones políticas que se llevan a cabo para dar a conocer la opinión propia en los 12 meses anteriores a efectuar la entrevista, entre ellas abstenerse en las elecciones como forma de protesta. Veamos cual es el resultado al segmentar la muestra por ser usuario de Internet:



La abstención como forma de expresar protesta política de los internautas casi triplica a la de los no internautas y por tanto esta variable ha de tenerse en cuenta como un posible indicador de nuevas formas de expresión política en la sociedad red.

## Prácticas comunicativas sobre política en la vida cotidiana

A continuación se presentan algunos resultados sobre la presencia del tema político en los intercambios comunicativos cotidianos entre personas. Para ello se elaboró una variable ordinal a partir de la pregunta "¿Con qué frecuencia diría Usted que habla o discute de política con otras personas?". El resultado de cruzar esta variable con la del uso de Internet es el siguiente:

Tabla de contingencia frecuencia con que habla de política \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
frecuencia con que habla de política	A menudo	Recuento	195	196	391
		% de Usuario Internet	16,8%	6,4%	9,2%
	Algunas veces	Recuento	403	663	1066
		% de Usuario Internet	34,8%	21,5%	25,1%
	Raramente	Recuento	334	955	1289
		% de Usuario Internet	28,8%	31,0%	30,4%
	Nunca	Recuento	225	1262	1487
		% de Usuario Internet	19,4%	40,9%	35,0%
	NS/NC	Recuento	2	8	10
		% de Usuario Internet	,2%	,3%	,2%
Total	Recuento	1159	3084	4243	
	% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	272,015 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	271,347	4	,000
Linear-by-Linear Association	270,340	1	,000
N of Valid Cases	4243		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,73.

Tabla 13: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

A partir de esta tabla que supera la prueba de la significación estadística en todas las celdas menos en 1 (Usuario Internet \* NS/NC) se observa que los internautas hablan más de política en su vida cotidiana y con mucha mayor frecuencia.

## Prácticas de actividad política

Se preguntó a los entrevistados si habían efectuado a lo largo de los 12 meses anteriores a la entrevista 22 tipos diferentes de actividades de tipo político. De una de ellas ‘el voto como protesta’ ya se han presentado resultados. Estas respuestas han servido para elaborar seis índices que pretenden agruparlas dándoles sentido sociológico a partir de diferentes posiciones ante el sistema político al ser expresadas a través de una actividad. Las actividades agrupadas y los índices a los que han dado lugar son los siguientes:

- ? Índice de actividad ciudadana: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o haberse puesto en contacto con un político o haberse puesto en contacto con un funcionario o haberse dirigido a un medio de comunicación o haberse puesto en contacto con un abogado.
- ? Índice de subversión política: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o haber participado en actividades ilegales de protesta o haber desarrollado algún tipo de acción violenta.
- ? Índice de movilización: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o haber participado en una manifestación o haber participado en una huelga.

- ? Índice de agregación de intereses: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o haberse puesto en contacto con una asociación o haber colaborado con un partido político o haber colaborado con alguna plataforma ciudadana o haber asistido a una reunión política/mitin.
- ? Índice de apoyo a campañas: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o llevar insignias o pegatinas o haber firmado una petición o haber donado dinero o haber recaudado dinero para una campaña.
- ? Índice de acción política en consumo: Se ha sumado un 1 cada vez que el entrevistado/a manifestaba o haber boicoteado ciertos productos o haber comprado ciertos productos deliberadamente por razones políticas.

A continuación y para situarnos correctamente comentar que para la totalidad de la muestra el orden de importancia de los índices es el siguiente:

- ? Un 40,1% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad ciudadana.
- ? Un 26,3% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad de agregación de intereses.
- ? Un 23,2% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad de apoyo a campañas.
- ? Un 15,4% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad de movilización.
- ? Un 13,2% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad política en consumo.
- ? Un 1,7% de los entrevistados manifiesta haber participado al menos en una actividad subversiva.

Pero vayamos ahora al análisis de las diferencias entre internautas y no internautas. El primer aspecto a resaltar es una constante en todas las tablas de contingencia: los internautas presentan frecuencias de actividad política más alta en cualquiera de los índices construidos, aunque la diferencia de los que manifiesta actividad política en cada índice no es la misma para todos ellos. Las diferencias de participación en actividades políticas que se darían en función del tipo de índice son de mayor a menor: el índice de apoyo a campañas (21,1 puntos porcentuales más), el índice de movilización (19,7 puntos más), el índice de actividad ciudadana (17,2 puntos más), el índice de agregación de intereses (17,1 puntos más), el índice de acción política por el consumo (16,2 puntos más) y por último, el índice de subversión con 0,8 puntos de diferencia, aunque esta tabla no es significativa a nivel estadístico. Por tanto, se puede apuntar que el perfil político diferencial de los internautas se traduce en mayores índices de actividad en el apoyo a campañas y la movilización.

Esta tendencia se reafirma en que para todos y cada uno de los índices: a medida que sube el nivel de actividad política aumenta la diferencia en las frecuencias entre internautas y no internautas. Veamos la tabla de contingencia donde se da esta situación de forma más clara, la que asocia uso de Internet y el índice de apoyo a campañas.



Tabla de contingencia índice de apoyo a campañas \* Usuario Internet

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
índice de apoyo a campañas	Alto	Recuento % de Usuario Internet	36 3,1%	36 1,2%	72 1,7%
	Medio	Recuento % de Usuario Internet	316 27,3%	393 12,7%	709 16,7%
	Bajo	Recuento % de Usuario Internet	289 25,0%	630 20,4%	919 21,7%
	Nulo	Recuento % de Usuario Internet	517 44,6%	2024 65,7%	2541 59,9%
Total		Recuento % de Usuario Internet	1158 100,0%	3083 100,0%	4241 100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asint. (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	195,085 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitud	186,753	3	,000
Asociación lineal por lineal	191,343	1	,000
N de casos válidos	4241		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 19,66.

Tabla 14: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Merece una mención aparte la pregunta sobre prácticas políticas en Internet. Sólo un 12,3% de los internautas manifestó haber utilizado Internet para realizar alguna de las actividades a la que se refieren los índices de actividad política.

## Prácticas de agregación de intereses

Acabamos de ver que la actividad política vinculada a la agregación de intereses era la segunda en importancia para toda la muestra después de la relacionada con la actividad ciudadana. Para analizar la asociación posible entre las formas de expresión de la agregación de intereses y el uso de Internet se han utilizado tablas de contingencia. La encuesta del CIS a partir de la cual se están elaborando el presente trabajo de seminario preguntaba si se hacían donaciones, se era miembro, se participaba en actividades o se hacía trabajo voluntario a 28 tipos de asociaciones u organizaciones diferentes. Aunque no todas ellas tienen clara actividad política, algunas muy baja, he optado inicialmente por considerarlas todas ya que a mi parecer siempre existe una dimensión política en cualquier práctica de agregación de intereses. A partir de esas respuestas se ha elaborado cuatro variables que contabilizaban el número de asociaciones en que

manifestaban implicarse para cada tipo de implicación (donación, miembro, participa en actividades y voluntario). Los valores de estas variables sirvieron para elaborar los índices por un sistema similar al del Projecte Internet Catalunya (p.e. trabajo voluntario en 1 asociación, nivel bajo; en 2 asociaciones, nivel medio; en 3 o más asociaciones, nivel alto). Los índices son los siguientes:

- ? El índice de donación de dinero a asociaciones.
- ? El índice de afiliación a asociaciones.
- ? El índice de participación en actividades de asociaciones.
- ? El índice de trabajo voluntario en asociaciones.

Situémonos sobre la totalidad de la muestra. Un esbozo de la tipología de implicación en asociaciones de la muestra de la población sería que en su mayoría (51,5%) no se implica de ninguna forma en ningún tipo de asociaciones y cuando lo hace la forma de implicación más frecuente es la afiliación (42,1%), seguida de la participación en actividades (31,6%), las donaciones de dinero (23,3%) y en último lugar el trabajo voluntario (16,3%). El orden de importancia en cuanto a los niveles de implicación tanto para internautas como para no internautas es el mismo que en la población en general.

Se ha optado por presentar a continuación la tabla de contingencia que presenta a mi entender la asociación más clara entre tipo de actividad de agregación de intereses y uso de Internet, la que lo relaciona con el trabajo voluntario en asociaciones:

**Tabla de contingencia índice de trabajo voluntario para asociaciones \* Usuario Internet**

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
índice de trabajo voluntario para asociaciones	Alto	Recuento	35	41	76
		% de Usuario Internet	3,0%	1,3%	1,8%
	Medio	Recuento	67	71	138
		% de Usuario Internet	5,8%	2,3%	3,3%
	Bajo	Recuento	182	297	479
		% de Usuario Internet	15,7%	9,6%	11,3%
	Nulo	Recuento	874	2674	3548
		% de Usuario Internet	75,5%	86,7%	83,7%
Total		Recuento	1158	3083	4241
		% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	85,176 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	78,981	3	,000
Linear-by-Linear Association	78,862	1	,000
N of Valid Cases	4241		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20,75.

Tabla 15: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Un primer comentario es el de la significación estadística que también se da en el resto de tablas de contingencia de los tres índices restantes. En las 4 formas de expresión de la agregación de intereses (donar dinero, ser miembro, participar en actividades y hacer trabajo voluntario) los internautas presentan porcentajes más altos en los niveles alto, medio y bajo. Habríamos de apuntar que las diferencias de frecuencia más grandes se observan en la afiliación (16,9 puntos porcentuales), en la participación de actividades (14,8 puntos) y en el trabajo voluntario (11,2 puntos). En las tablas de contingencia y para estos tres índices se observan que los internautas en los niveles altos de implicación en muchos casos duplican el porcentaje de frecuencias observadas respecto a los no internautas. En las donaciones de dinero las diferencia entre ambos grupos son menores (4,9 puntos).

Seguramente esa mayor implicación en asociaciones y organizaciones se debería corresponder con una mayor presencia y una mayor actividad en la dirección de las mismas. La encuesta preguntaba sólo a aquellas personas que habían manifestado previamente haber participado en alguna actividad organizada por asociaciones diversas (N=1.321) pero sin indicar a cual de ellas. Para analizar este aspecto hemos creado cuatro índices a partir de las variables de frecuencia de participación en actividades de dirección, recodificando según el siguiente criterio: nivel bajo; si se participa en esa actividad de dirección algunas veces al año; nivel medio, si se participa varias veces al mes; nivel alto, si se participa varias veces a la semana. Son los siguientes:

- ? El índice de participación en discusiones y en la toma de decisiones.
- ? El índice de organización o de dirección de reuniones.
- ? El índice de dirección por discurso, que mide el nivel de implicación en la preparación o alocución de discursos en una reunión.
- ? El índice de creación de discurso, que mide el nivel de implicación en la preparación o redacción de textos o informes.

A continuación se presentan las tablas de contingencia referidas al índice de participación en discusiones y de creación de discurso por ser las que permiten una mayor aportación a la línea de análisis del presente trabajo.

**Tabla de contingencia índice de participacion en discusiones \* Usuario Internet**

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
índice de participacion en discusiones	Alto	Recuento	71	85	156
		% de Usuario Internet	14,5%	10,2%	11,8%
	Medio	Recuento	133	162	295
		% de Usuario Internet	27,2%	19,5%	22,3%
	Bajo	Recuento	113	221	334
		% de Usuario Internet	23,1%	26,6%	25,3%
	No participa	Recuento	172	364	536
		% de Usuario Internet	35,2%	43,8%	40,6%
Total		Recuento	489	832	1321
		% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,100 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	19,910	3	,000
Linear-by-Linear Association	17,383	1	,000
N of Valid Cases	1321		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 57,75.

**Tabla de contingencia índice de creación discurso \* Usuario Internet**

			Usuario Internet		Total
			Si	No	
índice de creación discurso	Alto	Recuento	29	25	54
		% de Usuario Internet	5,9%	3,0%	4,1%
	Medio	Recuento	64	45	109
		% de Usuario Internet	13,1%	5,4%	8,3%
	Bajo	Recuento	84	59	143
		% de Usuario Internet	17,2%	7,1%	10,8%
	No participa	Recuento	311	703	1014
		% de Usuario Internet	63,7%	84,5%	76,8%
Total		Recuento	488	832	1320
		% de Usuario Internet	100,0%	100,0%	100,0%

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	74,964 <sup>a</sup>	3	,000
Likelihood Ratio	72,889	3	,000
Linear-by-Linear Association	55,799	1	,000
N of Valid Cases	1320		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,96.

Tabla 16: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

De nuevo redundar en la significación estadística que también se da en las tablas de contingencia de los dos índices presentados y en las dos restantes . Un primer apunte a la hora de caracterizar en general el tipo de implicación en la dirección de las asociaciones es que la mayoría de las personas que manifiesta participar en actividades organizadas por las mismas también manifiesta algún grado de participación en su dirección (61,1%). Significativamente la forma más frecuente de participación en la dirección de organizaciones es la participación en discusiones y en la toma de decisiones (59,4%), le siguen a bastante distancia escribir un texto o un informe (23,2%), organizar o dirigir una reunión (21,1%) y preparar o pronunciar un discurso (17,7%).

En la forma de implicarse en la dirección de organizaciones también se observan patrones diferentes entre internautas y no internautas. En las tablas de contingencia de las cuatro índices los internautas presentan porcentajes más altos en los niveles alto, medio y bajo de los mismos, excepto en una, el índice de participación en discusiones donde los no internautas manifiestan un nivel bajo superior al de los no internautas. Esta es la razón por la que presentamos esta tabla: de los cuatro formas de implicación en la participación en la toma de decisiones es en la que se produce menor diferencia (8,9 puntos porcentuales). En el otro extremo encontramos la vinculada a la creación de discurso, donde los internautas participan con una frecuencia superior a 20,8 puntos porcentuales en estas actividades, independientemente del nivel de frecuencia con que se realizan las mismas. Entre estos dos puntos se encuentran los índices de dirección de reuniones y el de dirección por discurso con diferencias positivas de los internautas de 13,6 puntos porcentuales en ambos casos.

## Resultados, tercera parte: Aproximación al análisis de tipos de expresión política y la causalidad del uso de Internet en la actividad política

De la lectura de la descripción comparativa se puede llegar a la conclusión de que efectivamente el uso de Internet está indicando cambios de cultura política. Sin embargo sería temerario en este punto afirmar que esta variable explica o causa por si sola esta situación. Por consiguiente habría de obtenerse evidencia empírica sobre si es el uso de Internet es variable explicativa de los cambios que se observan en actitudes y prácticas políticas. Para intentar obtener alguna orientación se creó la variable actividad política que suma el número de actividades políticas hechas durante los doce meses anteriores por el/la entrevista (valor mínimo, 0; valor máximo, 22 que se corresponden con el número total de las actividades sobre las que se pregunta). Esta será, por tanto, la variable dependiente a explicar.

Antes de abordar si se puede proponer un modelo teórico examinemos la matriz de componentes principales del análisis factorial que se ha llevado a cabo. Recordemos que una de las aplicaciones del análisis factorial es identificar variables subyacentes, o factores, que explican el patrón de correlaciones observadas de un conjunto de variables

Component Matrix<sup>a</sup>

	Component			
	1	2	3	4
Interés agregado en política	,696	-,323	,167	-,237
Importancia de La política	,649	-,224	-2,32E-03	-,401
Eficacia de colaborar con un partido político	,689	-1,31E-02	-,257	-5,93E-02
Eficacia de ponerse en contacto con políticos	,678	2,779E-02	-,354	8,913E-02
Eficacia de llamar la atención de los medios de comunicación	,571	,461	-7,30E-02	9,505E-02
frecuencia con que habla de política	,609	-,236	,303	-,384
número de asoc. de las que es miembro	,412	-,361	,261	,398
Eficacia de boicotear ciertos productos	,434	,610	8,716E-02	-4,00E-02
Eficacia de participar en manifestaciones	,515	,553	4,972E-02	,134
Eficacia de participar en actividades ilegales de protesta	,201	,679	,243	-,188
Eficacia de colaborar con organizaciones o asociaciones voluntarias	,467	-1,30E-02	-,285	,491
variable de creación de discurso en organizaciones	,297	-,260	,354	,379
implicación de padres en asociaciones	,116	1,102E-02	,320	,350
Importancia de la religión	3,079E-02	-,187	-,621	-,160
Eficacia de votar en las elecciones	,455	-,260	-,475	,114
frecuencia de información política por Internet	,325	-,277	,511	-6,74E-02

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Tabla 17: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

La varianza acumulada explicada por el conjunto de las cuatro dimensiones de la variable de actividad política es un 53,48%. Por tanto de alguna manera estos factores habrán de ser incluidos en el modelo teórico a desarrollar. Veamos que nos indica cada uno de los componentes principales:

1. Definido por el interés agregado en política, la eficacia de colaborar con un partido político, la eficacia de ponerse en contacto con políticos, la importancia de la política, la frecuencia con que se habla de política, la eficacia de llamar la atención de los medios de comunicación y el número de asociaciones de que se es miembro.
2. Definido por la eficacia de participar en actividades ilegales, boicotear productos y participar en manifestaciones.
3. Definido por la poca importancia de la religión, la frecuencia de información política por Internet y la poca eficacia del voto en las elecciones.
4. Definido por la eficacia de colaborar con organizaciones o asociaciones, la dirección en asociaciones por la creación de discurso y la implicación de los padres previamente en este tipo de actividades.

Se puede proponer para cada uno de las componentes cuatro tipos de forma de expresión en actitudes y prácticas políticas de la población de la muestra.

1. Legitimación por la práctica comunicativa y de afiliación a asociaciones
2. Cuestionamiento por la práctica movilizadora
3. Criterio político propio por la práctica de la abstención y el uso de Internet
4. Tradición política por la práctica de creación de discurso en asociaciones

Las limitaciones del presente trabajo sólo permiten apuntar estos tipos cuya contraste empírico puede ser objeto de futuros estudios. Aún así se habría de destacar, como se observa en la tabla 17, que el uso de Internet para explicar la variable dependiente actividad política tiene un mayor peso en la componente principal 3 (criterio político propio) y en menor grado en la componente principal 1 (legitimación).

Veamos a continuación los resultados de las pruebas de regresión múltiple. Esta prueba da cuenta del grado de asociación de cada variable independiente planteada. A las variables estructurales (edad, situación laboral, ingresos y formación) he añadido otras variables relacionadas con el análisis factorial anterior y que a mi entender pueden ayudar a explicar la actividad política y así permitir un mejor contraste de la variable frecuencia de uso de Internet. Las variables añadidas a las estructurales son: ideología, identidad social, Percepción de la importancia de política, Percepción de la eficacia de algunas actividades políticas, Tradición familiar de implicación en asociaciones y por último Afiliación a asociaciones.

Actividad política <sup>a</sup>		
Variables	Betas no	Beta
	estandarizadas	estandarizada
Edad	,01	,06
Situación laboral	,06	,08*
Ingresos	-,01	,00
Formación	,05	,07
Ideología	,11	,14*
Identificación con el barrio donde vive	-,07	-,05
Identificación con la gente de su clase social	-,06	-,04
Identificación con la gente de su misma religión	-,03	-,02
Importancia de la religión	-,09	-,09*
Importancia de La política	,19	,16*
Eficacia de colaborar con organizaciones o asociaciones voluntarias	,17	,10*
Eficacia de votar en las elecciones	,04	,03
Implicación de padres en asociaciones	,08	,09*
frecuencia de uso de Internet	,13	,15*
número de asoc. de las que es miembro	,73	,31*
R <sup>2</sup>	,33	,32

\* Indica significación estadística si  $p < 0,05$

<sup>a</sup> Cálculo de los coeficientes beta estandarizados mediante mínimos cuadrados ordinarios. La primera R es no estandarizada y la segunda está corregida.

Tabla 18: Fuente: Elaboración propia a partir de datos encuesta CIS nº 2.450 de Abril 2002, "Ciudadanía, Participación y Democracia". 2004

Los coeficientes beta estandarizados significativos nos indican que el uso de Internet no sería la variable independiente con mayor influencia sobre la actividad política. Su grado de explicación de la variable dependiente estaría al mismo nivel que ideología y por detrás del número de asociaciones de que es miembro y de la valoración de la importancia de la política. Tendrían una menor influencia por este orden: la valoración de la eficacia de colaborar con organizaciones, la tradición familiar de implicación en organizaciones y la situación laboral.

## Discusión

Me gustaría iniciar este apartado comentado lo acertado que desde mi punto de vista se ha demostrado pensar en los usos y prácticas de la tecnología no como impacto de la misma sino como una forma mediante la cual se expresan cambios sociales que se están dando y que de esta manera toman forma. De esta manera quiero reconocer la aportación de Abbate (1999) que proporciona una perspectiva que ha informado transversalmente la confección de este trabajo. Justamente, lo peculiar del caso es que debido a las limitaciones de los datos de que se disponía para realizar el trabajo, las prácticas en Internet han quedado fuera del análisis. Normalmente el enfoque de la mayoría de estudios tiende a tratar el tema desde la perspectiva de estudiar que es lo que hacen los internautas en Internet. Por tanto se aceptan las propuesta de Ardèvol y Vayreda (2003) interpretando que no es explicativo la separación de los ámbitos on y offline para dar cuenta de los cambios sociales. Entre otras cosas parece claro que la creación de sentido colectivo, que es una preocupación teórica principal para este trabajo, continua teniendo lugar en el espacio público ya sea físico o en el de la virtualidad real.

Creo que los resultados obtenidos por el análisis factorial pueden servir de guión de esta discusión. A mi entender los componentes principales del mismo suponen determinados órdenes de sentido que informan las actitudes básicas ante el sistema político. El orden de sentido que vinculo a la primera componente principal es el de la legitimación. Se observa que el voto está vinculado negativamente con la componente tercera, la que yo

identifico como criterio político propio, antes que positivamente con el de la legitimación. Por ello uno de las cuestiones que cabría discutir es el papel que juega el voto, en este caso en sentido negativo (la abstención) como una determinada forma de expresión política que está más vinculada con el uso de Internet. La comparación ante la pregunta sobre si el entrevistado se había abstenido como forma de protesta arroja que la proporción de los internautas es el triple (15%) a la de los no internautas (5%). ¿A qué se debe esta situación?

En la primera parte de este trabajo me he referido a la trayectoria de la decepción política que a mi entender se fundamentaría en la tensión entre expectativas y concreciones. La expresión de sentimientos desfavorables de forma mayoritaria hacia la política no parece corresponderse con la altísima valoración que recibe la democracia como sistema político entre los internautas. Así pues la idea de democracia como sistema político recibe unos apoyos de los internautas que se va diluyendo en la medida que el sistema se concreta en la satisfacción de la democracia en España, en confianza en organizaciones e instituciones y por último toca suelo cuando se valora a los políticos. Es decir el apoyo a la idea es grande, pero la decepción se acrecienta en cuanto se plasma en un estado concreto, organizaciones o instituciones concretas y finalmente personas que ejercen una profesión concreta, la de político.

Es curioso observar que uno de los indicadores que Putnam (2000) utiliza para medir la decadencia de la participación cívica en las sociedades occidentales es el índice de actividad asociativa. El Proyecto Internet Catalunya (PIC, Castells-Tubella, 2002) presentó el dato que el 68,1% de la muestra de la población catalana no tenía ningún tipo de actividad asociativa. Ese porcentaje sube en el presente trabajo y para el Estado Español unas décimas hasta el 68,4%. Por tanto esta coincidencia permitiría abundar en los argumentos de Putnam.

Sin embargo no todos los autores sostienen que la participación cívica es positiva en términos absolutos. El profesor Ferran Requejo, catedrático de la ciencia política y de la administración de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, dudaba en unas jornadas sobre democracia electrónica (2002: p. 26 y 28) de los beneficios de la participación ciudadana al afirmar que 'En algunas ocasiones se comprueba que la participación, en lugar de alentar visiones sobre el bien del conjunto de la sociedad, de alentar actitudes vinculadas al "ciudadano republicano" interesado en el bien público al que nos referíamos antes, incentiva todo lo contrario: la maximización de los egoísmos privados, de tal manera que se crea un escenario para que todos estos egoísmos privados afloren y luchen por conseguir el nivel máximo de los recursos públicos.'. Por tanto la pregunta que cabe hacerse es: ¿Hacia que tipo de compromiso se alude con la participación cívica, al que se compromete con la colectividad o al que se compromete con los intereses individuales?. En los resultados sobre la pregunta de valores del buen ciudadano los internautas puntuaron peor que los no internautas en la escala de valoración sobre 'pensar en los demás más que en uno mismo' (-0,24) y 'ser solidario con la gente que está peor que usted' (-0,36). En cambio no se han detectado diferencias de opinión entre internautas y no internautas cuando se opina sobre el valor 'participar en organizaciones y asociaciones'. Este resultado unido a que los dos anteriores se encuentran en la franja de valores que menos diferencian a los dos grupos nos llevan a decir que haría falta una mayor investigación en este terreno para poder contestar a esta pregunta.



Los valores que más diferenciaron a internautas de no internautas en la escala de valores anteriormente referida es la que hace referencia a 'someter su opinión a la crítica' (0,52) y 'formarse su propia opinión, independientemente de los demás' (0,42). Este resultado se reforzaría con la tercera de las dimensiones del análisis factorial, la que he identificado como de criterio político propio' en que correlacionan fuertemente el uso de Internet y la baja valoración de la importancia de la religión como ámbito de vida. En paralelo otro de los resultados obtenidos es que no hay ningún lugar ni ningún grupo social con el que los internautas se sientan más identificados que los no internautas. Un detalle a destacar es que la diferencia más grande entre internautas y no internautas se da en la identificación con la gente de su propia religión (-1,67).

Estos datos nos llevan a dos consideraciones. La primera es afirmar que para la muestra tratada el uso de Internet se asocia con los procesos de laicización de la sociedad. Y el segundo tiene que ver con que la menor valoración otorgada por los internautas a la religión se une la que obtienen instituciones como la familia y el trabajo. Si además observamos que los bajos índices de confianza en instituciones e organizaciones gubernamentales habríamos de afirmar que a la crisis de legitimación puede englobarse en una crisis institucional, es decir, de falta de apoyo otorgado a los acuerdos organizacionales sobre los que se basa la estructura social. Se obtendría confirmación de lo ya apuntado por Castells (1998: vol. 2) cuando indicaba que las fuentes de legitimación de la sociedad industrial (familia, iglesia, trabajo y familia) estaban disminuyendo su capacidad como fuente de identidad compartida y de legitimación del sistema social. ¿Se está sustituyendo de algún modo la capacidad de generación de sentido de estas instituciones?

Por otro lado no se observa una tendencia al comunalismo en las valoraciones que han expresado los internautas respecto a la identificación al lugar, al contrario se manifiesta una mayor tendencia a la ciudadanía del mundo. Esta tendencia es congruente con la diferencia mayor interés en la política internacional. Queda pendiente analizar en futuros trabajos si esta tendencia se traduce en una mayor presencia de identidades-proyecto que se podrían ver medidas por una mayor implicación en los nuevos movimientos sociales.

En la conclusión del PIC se destacaba que el estudio había permitido descubrir que un uso intenso de Internet se corresponde con la configuración de proyectos autónomos de vida personal entendidos como "la práctica social de un sujeto que construye sentido de su acción sobre la base de unos objetivos propios definidos con independencia de las normas e instituciones de la sociedad" (Castells-Tubella, 2002: p. 425). También se identificaba que uno de los tipos de proyectos de autonomía eran los de tipo sociopolítico. El presente trabajo apunta a que las prácticas informativas en prensa, la contrastación de la información política en Internet, la laicidad y la formulación de la abstención como forma de protesta política pueden ser englobados dentro del orden de significación de la individualización del sentido político de los internautas.

¿Suponen estos factores una nueva cultura política? Inglehart-Nichols (1999) argumentan que la Nueva Cultura Política en las sociedades postmaterialistas es el agregado de preferencias políticas constituidas por el conjunto de valores menos orientados a las reivindicaciones clásicas del movimiento obrero (materialistas) y más dirigidas a los asuntos sociales (extensión del concepto derechos humanos, ecología y mejora de la calidad de vida). El presente estudio indica que una nueva cultura política habrá de contar entre sus valores el del derecho político a crearse una opinión propia.

Un indicador añadido sería la mayor confianza expresado por los internautas por aquellas formas clásicas de equilibrio de poder introducidas en los estados nacionales: poder judicial y poder legislativo. Inopinadamente, también recibirían por parte de los internautas una superior valoración de confianza a la que le dan los no internautas organizaciones generalmente vinculadas a la crisis de la democracia como son los partidos políticos, los sindicatos y los políticos. Además los internautas expresan un mayor grado de confianza en la capacidad de influencia política propia frente a la capacidad de la sociedad en general. Estas actitudes son coherentes con mayores índices de actividad política e implicación en asociaciones que el resto de la muestra. Por consiguiente creo que no se puede afirmar que las tendencias políticas de los internautas se dirijan hacia la despolitización sino a la descreencia en las formas de gobierno y en sus actores.

Creo que en este sentido son especialmente significativas las prácticas de información política con una gran correlación entre el uso de Internet y la lectura de noticias de política en la prensa escrita. Una tipología de forma de información de los internautas a explorar en el futuro es aquella que se refiere al acceso a multitud de fuentes, la contrastación de versiones y como ya hemos dicho la creación de opinión propia. Esta forma de expresión se complementaría con una mayor presencia del tema político en sus comunicaciones cotidianas. Es decir, quedaría reforzado el valor de la horizontalidad a partir de la práctica informativa y comunicativa. Tal como propone Subirats (2002: p.89-91) se podría abrir el ágora, espacio público de deliberación, a la participación ciudadana y de esta manera reequilibrar el peso entre formas institucionales y no institucionales de hacer política.

El cuarto de los órdenes de sentido que he identificado en el análisis factorial es el de la agregación de intereses. En este ámbito destaca que además de una mayor implicación en asociaciones los internautas tienen una mayor presencia en la elaboración de discurso con lo que se convierten en una gran cantera de constructores de relatos. Los relatos son las historias que sirven para legitimar la actuación de las asociaciones y organizaciones e impulsar acuerdos programáticos en las redes sociales en las que se enmarcan. No ha podido investigarse si son relatos que simplemente refuerzan la identidad grupal, o por el contrario si los internautas aportan más a grupos que construyen identidades proyecto. Autores como Rondfeldt-Arquilla sostienen que el ámbito narrativo de las redes es fundamental ya que éstas “se sostienen por las historias que la gente cuenta” (2002: p. 17).

## Conclusiones

Uno de los objetivos del trabajo era obtener evidencia empírica sobre si el uso de Internet representa un indicador de rasgos y tendencias diferenciales en relación al resto de la población y creo que éste se ha cumplido satisfactoriamente. Sin embargo, el trabajo de investigación empírica no sólo se basa en la descripción de diferencias sino en la contrastación de hipótesis. Recuerdo que la hipótesis de partida del trabajo era observar si el uso y frecuencia de uso de Internet están relacionados con la estructura social y con la dimensión política y asociativa de las prácticas sociales. Modestamente creo ha quedado demostrado que el uso y frecuencia de uso de Internet es muy indicativa de altos niveles de actividad política y de agregación de intereses.

Sin embargo las pruebas estadísticas del modelo teórico no han sido suficientemente exhaustivas para situar la variable uso de Internet en relación a variables estructurales como la edad, los ingresos y los años de formación. Aún así el intento ha dado resultados inesperados como una influencia del uso de Internet en la actividad política similar al de la ideología o la valoración subjetiva de la importancia de la política. También se ha comprobado la pérdida de influencia de la religión en los activistas políticos.

Por otro lado me ha sorprendido que la variable de la tradición familiar de implicación en asociaciones haya adquirido tanta influencia. Esto unido a una mayor presencia del tema política en los intercambios comunicacionales hace pensar en que la ésta sigue siendo una dimensión social que preocupa y que parte de esa cultura proviene de la educación política recibida por parte del entorno familiar.

Una aportación del presente trabajo es ver cómo ayuda el tratamiento de las escalas de valoración de la importancia de los ámbitos de vida y de la valoración de la eficacia de las actividades políticas a detectar los factores que se encuentran latentes en este tipo de actividad social. La detección de estos factores permite apuntar cuatro dimensiones u órdenes de sentido sobre los que pivotan el tipo de actividades políticas realizadas, la legitimación, el cuestionamiento, el criterio propio y la agregación de intereses.

Otra cuestión que aunque no por obvia puede quedar sin mencionar es la comprobación de la gran asociación existente entre agregación de intereses y actividad política. Es decir unirse en grupos con los que se comparten intereses y formas de visión del mundo es indicador de que se querrá transmitir en algún momento al ágora, ese espacio público de debate, los planteamientos del grupo.

Se ha detectado un proceso que yo he denominado trayectoria de la decepción política y que puede dar lugar a futuras investigaciones. El proceso que se esboza es el siguiente: los internautas que son activos políticamente a través de información compartida en redes horizontales contrastan la información que proviene de los medios de comunicación de masas. A partir de ahí se inicia una comparación entre la idea de democracia y la limitación observada en la plasmación de los mismos en instituciones y en acción de los políticos profesionales. Este proceso es una fuente de escepticismo que muchas veces se traduciría en abstención como forma de protesta.

Por último, creo que se ha visto el importante papel que juegan los internautas en la elaboración de discurso para las asociaciones a los que pertenecen ya que la creación de códigos de significación y relatos de legitimación de la propia acción han sido siempre importantes para los grupos sociales pero son claves en la sociedad red por su capacidad de creatividad social.

En resumen, creo que queda demostrado que Internet puede ser tenido en cuenta como un indicador del cambio de cultura política. Las diferencias entre actitudes, valores y prácticas entre internautas y no internautas así lo parecen corroborar. El uso de Internet es un fenómeno muy reciente del que muchas veces se hace difícil sacar conclusiones debido a su turbulencia y la imposibilidad de realizar estudios perspectivas. Esperemos poder contar con los datos y la inspiración suficientes para llevar a cabo esos estudios en un futuro próximo.

## **Bibliografía**

**ARDÈVOL, E. y VAYREDA, A.** (2003). Comunitats virtuals. Material curs Comunitats Virtuals. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya.

**ABBATE, Janet.** (1999). Building the ARPANET: Challenges and Strategies en Inventing the Internet. Cambridge: The MIT Press, p. 44-81.

**CASTELLS, Manuel.** (1998). La Era de la información: economía, sociedad y cultura / Vol. 2. El Poder de la Identidad. Traducido por Carmen Martínez Gimeno. 1ª ed. Madrid: Alianza, 1997-1998. 495 p. Traducido de: The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume II: The Power of Identity. ISBN 84-206-4248-7 (v. 2).

**CASTELLS, Manuel y TUBELLA, Imma.** (2002). La Societat Xarxa a Catalunya. Projecte Internet Catalunya. Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya. [Consulta: 7 marzo 2004]. <<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pic1.html>>

**CASTELLS, Manuel.** (2004). Sesión lectiva 1 del Seminari Interdisciplinari de la Societat de la Informació.

**INGLEHART; R. y NICHOLS CLARK T.** (1999). La nueva cultura política: dinámicas cambiantes de sostén para el estado del bienestar y otras políticas en las sociedades postindustriales. [Consulta: 2 mayo 2004]. <[http://www.spc.uchicago.edu/depts/fau/cap\\_2.rtf](http://www.spc.uchicago.edu/depts/fau/cap_2.rtf)>

**PUTNAM, Robert** (2000). Bowling Alone. The decline of community in America. Nueva York: Simon Schuster.

**REQUEJO, Ferran** (2002). Democràcia, deliberació i participació: bases teòriques de la democràcia. En DEPARTAMENT D'UNIVERSITATS, RECERCA I SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ I ESCOLA D'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA DE CATALUNYA (ed.). Jornades sobre la Democràcia electrònica i els Portals de l'Administració. 1ª ed. Barcelona: Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la informació i Escola d'Administració Pública de Catalunya, 2002, p. 21-32.

**SUBIRATS, Joan** (2002). Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y tecnologías de la información y de la comunicación. En CAIRO CAROU, Heriberto (ed.). Democracia Digital. Límites y oportunidades. 1ª ed. Madrid: Trotta. 89-111.

## Curriculum vitae del autor:

Doctorando en el Programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento de la UOC: Seminario de Investigación de Análisis Interdisciplinario de la Sociedad de la Información (dirección prof. Manuel Castells), Diploma de Estudios Avanzados (suficiencia investigadora en Ciencia Política y de la Administración) y Master en sociedad de la información y el conocimiento 2004. Colaborador del proyecto de investigación “E-governanza y atención ciudadana: la Generalitat de Catalunya en el contexto internacional” (Programa de investigación Internet-Catalunya, UOC. Técnico de proyectos europeos e investigación sobre políticas municipales de inclusión de personas con discapacidad des del año 1995 en el Institut Municipal de Persones amb Discapacitat, organismo autónomo del Ayuntamiento de Barcelona.