ESPAÑA 2025

Estructura y cambio social

JOSÉ FÉLIX TEZANOS y CONSTANZA TOBÍO (Eds.)

5

CIENCIA Y CULTURA

CIS
Centro de Investigaciones Sociológicas

ESPAÑA 2025. ESTRUCTURA Y CAMBIO SOCIAL

(VOLUMEN 5. CIENCIA Y CULTURA)

EDICIÓN A CARGO DE JOSÉ FÉLIX TEZANOS Y CONSTANZA TOBÍO

Autores

Astrid Barrio, Juan Rodríguez Teruel, Carlos de Cueto Nogueras,
Francisco Javier Alarcón González, Eduardo Bericat, Mercedes Camarero,
Javier Gil-Gimeno, Gorka Urrutia Asua, Antonio Alaminos-Fernández,
Antonio Ariño Villarroya, José Félix Tezanos, Antonio Alaminos,
José Manuel Robles, Cristóbal Torres Albero, Félix Requena Santos,
José Manuel García Moreno, Javier Callejo, Rafael Ansón Oliart,
Violante Martínez Quintana, Aina Dolores López Yáñez,
Emilio Martín Martínez Gutiérrez, Rafael Pardo Avellaneda,
Ana Muñoz van den Eynde, Mercedes Pardo-Buendía, Mariano Fernández Enguita,
Margarita Barañano Cid, Lucila Finkel Morgenstern

Centro de Investigaciones Sociológicas

MADRID, 2025

España 2025. Estructura y cambio social (Volumen 5. Ciencia y cultura) / edición a cargo de José Félix Tezanos y Constanza Tobío.- Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2025.

(Fuera de Colección; 57)

1. Sociología de la cultura 2. Comunicación social 3. Identidades sociales

316

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento (ya sea gráfico, electrónico, óptico, químico, mecánico, fotocopia, etc.) y el almacenamiento o transmisión de sus contenidos en soportes magnéticos, sonoros, visuales o de cualquier otro tipo sin permiso expreso del editor.

Catálogo general de publicaciones de la Administración General del Estado
https://cpage.mpr.gob.es/

Fuera de Colección, núm. 57

Primera edición, octubre 2025

© CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS
Montalbán, 8. 28014 MADRID
www.cis.es

© Los autores

Diseño cubierta: © Mikel Jaso

Impreso y hecho en España
Printed and made in Spain

NIPO papel: 146-25-023-3
NIPO electrónico: 146-25-024-9
ISBN papel (España 2025. Estructura y cambio social): 978-84-7476-951-7
ISBN electrónico (España 2025. Estructura y cambio social): 978-84-7476-952-4
ISBN papel (Volumen 5. Ciencia y cultura): 978-84-7476-963-0
ISBN electrónico (Volumen 5. Ciencia y cultura): 978-84-7476-964-7
DEPÓSITO LEGAL: M-11142-2025

Fotocomposición e impresión: Editorial MIC
C. el Artesiano, S/N, Pol. Ind, 24010 Trobajo del Camino, León



Para la impresión de este libro se ha utilizado papel con certificación FSC, ECF y PEFC.
Esta publicación cumple los criterios medioambientales de contratación pública.

ÍNDICE

Págs.

I. CULTURA E IDENTIDADES 7

81. Identidades territoriales. Astrid Barrio. Profesora Titular de Ciencia Política y de la Administración. Universitat de València. Juan Rodríguez Teruel. Profesor Titular de Ciencia Política y de la Administración. Universitat de València. 9

82. Euroescepticismo y horizontes europeos. Carlos de Cueto Nogueras. Profesor Titular en Ciencia Política y de la Administración. Universidad de Granada. Francisco Javier Alarcón González. Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Ciencia Política y de la Administración. Universidad de Granada. 41

83. La hegemonía del individualismo y de la individuación en la cultura contemporánea: creencias, emociones y valores. Eduardo Bericat. Catedrático de Sociología e Investigador Social. Universidad de Sevilla. Mercedes Camarero. Profesora Titular. Universidad Pablo de Olavide. 77

84. Tendencias de evolución y futuro de la religión en España. Javier Gil-Gimeno. Profesor Titular del Departamento de Sociología y Trabajo Social. Universidad Pública de Navarra. Gorka Urrutia Asua. Profesor del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto y Director del Instituto de Derechos Humanos Pedro Arrupe.. 115

85. La música popular como expresión del cambio cultural: disonancias y consonancias axiológicas en la sociedad española. Antonio Alaminos-Fernández. Investigador científico. Centro de Investigaciones Sociológicas. 135

86. Tendencias culturales en España 2025. Antonio Ariño Villarroya. Catedrático Emérito de Sociología. Universitat de València. 159

87. Ideologías políticas y medios de comunicación social en España. José Félix Tezanos. Catedrático Emérito de Sociología. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Antonio Alaminos. Catedrático de Sociología Matemática. Universidad de Alicante. 201

Págs.

II. REDES SOCIALES Y PATRONES CULTURALES 245

88. Redes sociales digitales y comunicación. José Manuel Robles. Acreditado a Catedrático de Universidad. Universidad Complutense de Madrid. Cristóbal Torres Albero. Catedrático de Universidad y Director del Departamento de Sociología. Universidad Autónoma de Madrid. 247

89. Las redes sociales de apoyo y de amistad en España. Félix Requena Santos. Catedrático de Sociología. Universidad de Málaga. José Manuel García Moreno. Profesor Titular de Sociología. Universidad de Málaga. 269

90. Tendencias en ocio y cultura. Javier Callejo. Catedrático de Sociología. Universidad Nacional de Educación a Distancia. . . . 295

91. La gastronomía española. Rafael Ansón Oliart. Fundador y actual Presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía. Violante Martínez Quintana. Profesora Titular de Sociología. Universidad Nacional de Educación a Distancia. 341

92. Las prácticas culturales en la España del siglo xxi. Aina Dolores López Yáñez. Profesora del área de Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Emilio Martín Martínez Gutiérrez. Profesor Titular de Sociología. Universidad Complutense de Madrid. 383

III. CIENCIA Y EDUCACIÓN 441

93. La cultura científica en España desde una perspectiva comparada. Rafael Pardo Avellaneda. Catedrático de Sociología y Director de la Fundación BBVA. 443

94. Tendencias de evolución y futuro del papel de la ciencia en España. Ana Muñoz van den Eynde. Científica Titular de organismos públicos de Investigación y Responsable de la Unidad de Investigación en Ciencia, Tecnología y Sociedad del CIEMAT. 505

95. Medioambiente y sociedad: ¿colapso o metamorfosis social? Mercedes Pardo-Buendía. Catedrática Emérita de Sociología. Universidad Carlos III de Madrid. 537

96. La educación en una sociedad en cambio. Mariano Fernández Enguita. Catedrático Emérito. Universidad Complutense de Madrid 561

97. Sistema universitario español: dimensión social, transformaciones y encrucijadas actuales. Margarita Barañano Cid. Profesora Titular y Directora de GRESCO. Universidad Complutense de Madrid. Lucila Finkel Morgenstern. Profesora Titular en el Departamento de Sociología. Universidad Complutense de Madrid. 621

AUTORES/AS 657

Parte I.
Cultura e identidades

81. Identidades territoriales

Astrid Barrio
Profesora Titular de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València
Juan Rodríguez Teruel
Profesor Titular de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València

81.1. Introducción

81.1.1. Las identidades territoriales: el concepto y su medición

Una identidad territorial es un sentimiento individual restringido a un espacio físico que se instrumentaliza desde el punto de vista político a través de un cambio de escala para forjar solidaridades colectivas (Guermond, 2006). Estas pueden ser locales, regionales, nacionales o supranacionales. En algunas ocasiones, se oponen entre ellas y, en otras, se complementan, sin que todas tengan necesariamente el mismo significado político ni la misma capacidad de movilización. La identidad con mayor contenido político es tradicionalmente la nacional, como reflejo de la nación o «comunidad imaginada» (Anderson, 1993), construida en el ámbito social a partir de una lengua, una historia y un entorno de comunicación compartidos (Smith, 1991). El surgimiento de esta identidad está vinculada al proceso de modernización y a la construcción del Estado nación (Gellner, 1988).

No obstante, la preeminencia de la identidad nacional se ha visto cada vez más desafiada o complementada por el fortalecimiento de otras identidades locales, regionales, nacionales de naturaleza subestatal o incluso de naturaleza supranacional (Herb y Kaplan, 1999), como ha sucedido, por ejemplo, en Europa a raíz del proceso de construcción de la Unión Europea, identidades todas ellas que se entremezclan entre sí. Así, en el contexto de sociedades plurales, donde hay conflictos etnoterritoriales derivados de la fractura centro periferia (Lipset y Rokkan, 1967) y existen sistemas de gobierno multinivel, suelen coincidir también diversas identidades territoriales. Estas no siempre son excluyentes, ya que los sentimientos de adscripción territorial pueden ser de naturaleza dual o múltiple y los ciudadanos pueden tener lealtades hacia distintos niveles institucionales.

El surgimiento de una pluralidad de identidades territoriales en España no es un fenómeno nuevo que haya surgido al calor de la revolución

regionalista de la segunda mitad del siglo XX (Lafont, 1968), como en otros países occidentales, sino ya en el siglo XIX, en paralelo al propio desarrollo del Estado liberal. Nuestro país es un claro exponente de cómo la revolución nacional, de acuerdo con la tesis de las fracturas políticas de Lipset y Rokkan, produjo una profunda fractura política entre el centro y la periferia, lo que abonó tempranamente la existencia de identidades territoriales también de carácter nacional, pero a nivel subestatal. De ese modo, en España, además de la identidad nacional ligada al Estado nación –y, en parte, en oposición a ella–, emergieron identidades territoriales subestatales asociadas a factores primordialistas (Geertz, 1973) que desembocaron en el surgimiento de nacionalismos periféricos (Linz, 1985). Primero se expresaron como movimiento cultural, al calor de los movimientos románticos, teniendo en cuenta que la cultura es un componente fundamental de la identidad de las naciones, países y lugares (Panzera, 2022). Más tarde, lo hicieron por medio de un alineamiento entre las identidades territoriales periféricas y partidos políticos de ámbito no estatal que se convirtieron a la vez en expresión y motor de dichas identidades. En este sentido, la existencia de partidos que movilizan políticamente las distintas identidades resulta fundamental para explicar su mantenimiento y su evolución.

Los estudios sobre identidades territoriales han utilizado diversas estrategias para la medición de sentimientos y actitudes relacionadas con la identidad. De entrada, existen indicadores para identificar la posición de la identidad territorial respecto a otras fuentes de identidad, así como la composición subjetiva de la propia identidad territorial respecto a diferentes ámbitos, especialmente en el contexto de la globalización y de la construcción de identidades múltiples (Dalton, 2021; Heidmets y Liik, 2021; Wang, 2016). Un segundo grupo de indicadores, muy habituales en este ámbito, mide la autoidentificación expresada por los individuos. El principal indicador que permite evaluar el sentimiento de pertenencia en estos casos es la denominada pregunta «Linz-Moreno», que mide sentimientos subjetivos de pertenencia a través de una escala, distinguiendo identidades exclusivas y duales (Peres, 2007). Surgido en estudios dedicados al caso español, se trata de un instrumento utilizado de forma amplia, aunque también cuestionado por los problemas que tiene al medir la intensidad de identidades solapadas, por razones de ambigüedad y deseabilidad social (Cussó, García y Grande, 2018). Por un lado, posee límites importantes para capturar identidades territoriales en regiones débilmente nacionalizadas, como sucede en algunas comunidades autónomas (Nieves y Diz, 2019). Por otro, al introducir la categoría de identidad dual, puede infravalorar el peso de una de las identidades frente a la otra (Guinjoan y Rodon, 2016), lo que favorece la frecuencia de la identidad dual frente a las identidades exclusivas. Un tercer grupo de instrumentos de medición incluye indicadores actitudinales para recoger la inclinación de los individuos hacia su identidad, relacionados con el orgullo nacional, el patriotismo, el valor de la lengua nacional, la ciudadanía, etc. (Rapp, 2022).

Para finalizar, adoptando perspectivas más conductistas o simbólicas, se han utilizado variables e indicadores orientados a capturar emociones y actitudes hacia cuestiones relacionadas con la identidad indirectamente, como la bandera o los himnos, el voto a partidos nacionalistas o las opiniones sobre la organización

territorial. Aunque no existe de forma necesaria una relación directa entre identidad y preferencias territoriales (Serrano, 2013) y algunos autores se resisten a inferir preferencias a partir de las identidades (Giuliano, 2000, p. 296), allí donde hay conflicto etnoterritorial o en sistemas de gobierno multinivel suele ser habitual que existan distintas preferencias respecto a la organización territorial del Estado –desde el Estado unitario, pasando por distintas modalidades de descentralización política, hasta la secesión– y que estas puedan constituirse también en canales de expresión de identidades territoriales. La demanda de descentralización política por parte de territorios subestatales se suele relacionar con la expresión de otras realidades nacionales distintas a la estatal. Se trata de la hipótesis de la congruencia que parte de la asunción de que el autogobierno se concibe como un instrumento que permite el reconocimiento de minorías nacionales y la posibilidad de desarrollar su propia personalidad (Miley, 2007). Por ello, el indicador de preferencia territorial también resulta útil para entender la evolución de las identidades territoriales.

81.1.2. Cambios políticos y evolución de la identidad (2014-2025)

Tanto la identificación nacional como las preferencias relativas a la organización territorial del Estado suelen tener una configuración bastante estable a lo largo del tiempo, pero no son inamovibles. De hecho, existen oscilaciones que pueden ser explicadas por factores de naturaleza institucional, contextual o política. Desde el punto de vista institucional, el desarrollo de un sistema de gobierno multinivel puede dar lugar al surgimiento de partidos y de sistemas de partidos de ámbito subestatal (Keating, 1998; Winter y Türsan, 1998), que movilizan identidades territoriales y que, a su vez, actúan como motor de descentralización. Desde el punto de vista contextual, las crisis políticas suelen incentivar el nacimiento de nuevos partidos que, en sistemas con una fractura centro-periferia activa, pueden no solo tratar de movilizar las distintas identidades, sino tener posiciones diversas e incluso contrapuestas respecto a la organización territorial del Estado. Por último, hay factores de naturaleza política, como los derivados de la competencia partidista. En este sentido, el modelo de sobrepuja étnica basado en el trabajo de Rabushka y Shepsle (1972) resulta de utilidad para tratar de explicar la competición e ilustrar cómo se producen los cambios. El principal supuesto de este modelo es que, en sociedades étnicamente segmentadas, los grupos étnicos compiten con los otros grupos y se organizan de manera separada (Mitchell, 1995). El origen de los partidos étnicos en esas sociedades se sustenta en la existencia de identidades étnicas, donde los miembros de cada grupo comparten preferencias políticas homogéneas que son mutuamente excluyentes. De acuerdo con el modelo, solo un partido representa a cada grupo étnico y solo surgen nuevos partidos étnicos alterativos cuando se considera que el partido étnico existente se ha vuelto excesivamente moderado y su capacidad para representar los intereses del grupo se ve cuestionada. La respuesta del partido existente a estos nuevos desafíos será alejarse de una posición de moderación y aumentar las exigencias políticas. Así pues, la fragmentación en un espacio fomentará la polarización y, a largo plazo, potenciará estrategias de superación que pueden

amenazar la estabilidad política, aunque estudios recientes cuestionan ese desarrollo (Coakley, 2008; Ishiyama, 2009).

Todos estos fenómenos pueden incidir en la configuración de las identidades y de las preferencias territoriales en un sistema político dado y pueden darse de manera aislada o simultánea. La última década y media de la evolución política española constituye un ejemplo formidable de confluencia de todas estas circunstancias (Bosco, 2018). En primer lugar, el sistema de gobierno multinivel había experimentado cambios institucionales a partir de las reformas de los estatutos de autonomía que se produjeron en el periodo 2005-2010. El origen de esos cambios obedeció precisamente a los intentos de dar respuesta a las demandas de mayor autogobierno y de reconocimiento de la identidad nacional de algunos territorios, especialmente en Cataluña (Colino, 2009). A pesar de la aprobación de reformas por consenso en varias autonomías, el rasgo más destacado de este periodo de reformas fue la tensión y el desencuentro generado por el desenlace de la reforma del Estatuto de Autonomía de Cataluña. No es menos relevante el hecho de que el despliegue de los nuevos estatutos aprobados acabara coincidiendo con la gran recesión económica que afectó a la sociedad española a partir de 2008 y que perjudicó enormemente la capacidad de gasto de las instituciones públicas. Cabe preguntarse por las consecuencias que estos hechos generaron sobre las identidades y preferencias territoriales políticas de los ciudadanos.

Por otro lado, la crisis económica y la gestión que hicieron los diferentes Gobiernos de esta, junto con los escándalos de corrupción que afectaron a los principales partidos durante ese periodo, abrieron una ventana de oportunidad excepcional para la emergencia de nuevos partidos como Podemos y Vox, con posiciones opuestas respecto a la fractura nacional, así como el salto de Ciudadanos a la política española, creado poco antes en Cataluña justamente como reacción crítica a la reforma de autogobierno catalán. Tanto Ciudadanos como Vox dieron especial énfasis a las cuestiones relacionadas con la identidad nacional y la reivindicación de la españolidad, mientras que Podemos adoptó, en contraposición, la defensa de los postulados más cercanos a las posturas federalistas y nacionalistas de los territorios periféricos. ¿En qué medida la erupción de estos nuevos partidos influyó sobre la identidad territorial de los ciudadanos?

Por último, la combinación de crisis en la reforma del autogobierno y de crisis económica en Cataluña coincidió, además, con una transformación en marcha en los liderazgos de los principales partidos catalanes, con especial trascendencia en el espacio del nacionalismo catalán (Barrio y Rodríguez, 2014). En ese contexto, la eclosión del proceso soberanista catalán estuvo muy vinculada a una competencia partidista entre fuerzas nacionalistas en forma de sobrepuja (Barrio y Rodríguez, 2017). Esta dinámica favoreció el choque entre identidades y preferencias dentro de Cataluña y, por extensión, en el resto de España. Cabe preguntarse por el alcance de las consecuencias que el proceso político catalán tuvo para las identidades territoriales en España y, particularmente, en Cataluña.

El resto del capítulo analizará el alcance de los cambios en las identidades territoriales de los españoles durante el periodo 2014-2025, teniendo en cuenta los vectores de cambio mencionados (recesión, irrupción de nuevos

partidos y proceso soberanista en Cataluña). La próxima sección se centra en diversas actitudes identitarias, con el fin de identificar el peso que esta tiene respecto a otras identidades. A continuación, observaremos la evolución experimentada por el indicador subjetivo de identidad nacional y otros indicadores de identidad y orgullo nacional. Finalmente, analizaremos algunos indicadores de preferencias territoriales, con el objetivo de comprobar si la evolución observada en el ámbito subjetivo de la identidad puede haberse trasladado también a las actitudes sobre preferencias territoriales.

81.2. El valor de la identidad territorial

La identidad territorial es solo una de las facetas que conforman la manera en que los individuos se identifican socialmente y que contribuyen a sostener su autoestima, de forma que estrechan los afectos con los otros miembros percibidos del mismo grupo (Tajfel y Turner, 1979). En cierta medida, el peso de la solidaridad territorial o nacional entre individuos compite con otras fuentes sociales que generan vínculos interindividuales, como el género, la clase social, la religión o el grupo generacional. La importancia que tenga cada una de ellas será el resultado del proceso de construcción social de las identidades que los individuos inician durante la etapa de la adolescencia (Erikson, 1950).

No debe sorprender por ello que los españoles expresen diferentes niveles de identificación según las distintas dimensiones de identidad. Según datos del Estudio CIS 3480 (2024), la identidad territorial con el país o con el lugar en el que vive (barrio, pueblo, ciudad o comunidad) muestra un alto grado de identificación: en torno al 47 % se identifica «mucho» con el país o con un ámbito más cercano (lo hace «bastante» un 33,5 %, con el país, y un 46,8 %, con el ámbito de residencia), hecho que refleja los vínculos con el entorno cercano. No obstante, otras fuentes de identidad generan una identificación más intensa: el género (62,7 %) y la orientación sexual (61,2 %) son las fuentes de identidad más fuertes, con más del 60 % identificándose «mucho», lo que sugiere que las identidades personales y corporales tienen una gran carga emocional. Por el contrario, la generación (36,5 %), la ideología (31,8 %) o la clase social (28,3 %) generan una identificación moderada. Estas últimas comparten con la identidad territorial mayores niveles de rechazo en la identificación (se identifican «poco» o «nada» con su religión el 44 %, con su ideología el 27,5 % y con el país el 18,2 %).

En cambio, si tenemos en cuenta la priorización que hacen los individuos de las identidades, se constata una elevada diversidad, lo que pone de manifiesto la creciente pluralidad identitaria de la sociedad española. Según el Estudio CIS 3480, solo uno de cada cuatro españoles considera su identidad territorial como la principal. La identidad más relevante es la que generan las propias aficiones (equipo de fútbol, club de lectura, etc.), con un 14,9 %, seguida de la identificación con el país (13,9 %), con la profesión (13 %) y con el lugar en el que se vive (12,7 %).

En conjunto, predominan las identidades personales y locales, mientras que las identidades institucionales (como la religión o la política) son más

débiles, de modo que se refleja una sociedad más individualizada y relacional, donde la identidad territorial es una más de las posibles y relevantes. La importancia de las identidades está condicionada por la edad. La identidad de país es menos relevante entre los jóvenes que entre sus mayores, mientras que no existen grandes diferencias en el porcentaje de quienes prefieren identificarse con el ámbito local o regional. Entre los mayores de sesenta años, el grupo de quienes priorizan la identificación con el país respecto (para quienes es, de hecho, la más relevante a distancia de las demás) a las otras triplica el de los menores de treinta y cinco años, quienes prefieren identificarse con otro tipo de grupos. Resulta especialmente llamativo que la identificación principal con el país es muy baja entre aquellos que entraron en la edad adulta durante el decenio posterior al estallido recesión: apenas un 4 % de los nacidos entre 1990 y 1999. Entre estos, uno de cada cuatro se identifica poco o nada con su país, un porcentaje que se mantiene en los nacidos después del año 2000. En contraste, la propensión a identificarse principalmente con grupos relacionados con sus aficiones aumenta a medida que desciende la edad. Para los menores de veinticinco años, uno de cada cuatro se identifica sobre todo con los grupos generados por sus aficiones.

Esa diversidad en el peso de las identidades también tiene un fuerte componente político. Los votantes de Vox y PP dan mayor importancia a la identificación nacional que el resto. No solo son quienes dan más prioridad a la identidad nacional (la más importante para el 28,9 % de Vox y el 21,6 % del PP, mientras que el resto de los grupos caen por debajo del 10 %), sino quienes además expresan una mayor intensidad en su identidad de país (se identifican «mucho» un 72,3 % de Vox y un 60,3 % del PP), en contraste con el resto de los grupos de votantes (entre quienes destacan el 43,1 % del PSOE o el 47,3 % de los abstencionistas).

En cualquier caso, el significado de estas identidades territoriales está más vinculado a la convivencia que el vínculo familiar o de sangre, hecho que pone de manifiesto el predominio de una concepción más cívica que culturalista de la identidad nacional. Según los datos del Estudio CIS 3409 (2023), cuando se les pregunta a los individuos sobre la importancia de las razones para considerar que alguien es un «auténtico» (*sic*) miembro de una comunidad autónoma determinada, la gran mayoría (79,2 %) considera muy bastante importante haber vivido en esa comunidad. Otros requisitos generan más división a la hora de valorarlos como rasgos definitorios de la identidad regional de las personas, tales como haber nacido en ella (56,5 %), hablar el idioma o acento del lugar (53,9 %) o tener la nacionalidad española (52,4 %), mientras que ser descendiente de varias generaciones de personas nacidas en ella tiene poca o ninguna importancia para el 58,1 %. Esta graduación de las opciones se intensifica con el paso de las generaciones: haber vivido o hablar el mismo idioma son más importantes entre los grupos de menor edad, especialmente entre los jóvenes, mientras que pierden importancia el nacimiento, el origen familiar o la nacionalidad española. Esta diversidad de las respuestas refleja diferentes posiciones –y, en algunos casos, claramente opuestas– sobre qué requisitos deben esperarse para afirmar la identidad territorial de los individuos.

TABLA 81.1. *Porcentaje de votantes que dan mucha o bastante importancia a ciertos rasgos para considerar a alguien un auténtico miembro de una comunidad autónoma*

	Total	*PSOE*	*PP*	*Vox*	*UP*	*Cs*	*ERC*	*JxCat*	*PNV*
Haber vivido	78,1	80	82,4	80,4	77,1	78,9	74,4	75,8	72,6
Haber nacido	58,5	59,2	64,1	61,2	39,3	57,5	28,3	31,6	63,7
Hablar el idioma o acento	53,9	52	50	46,8	52,5	46,8	76,9	78,1	66,7
Tener la nacionalidad española	52,4	55,4	71	70,5	32,8	56,7	17	13,3	26
Ser descendiente de nacidos en ella	40,9	43,1	48,3	41,6	31,8	36,6	24,5	20,5	41,7
(N)	7643	1764	1141	386	815	433	163	88	75

Fuente: Estudio CIS 3409.

La tabla 81.1 revela cómo los votantes de distintos partidos valoran de manera desigual los criterios para considerar a alguien un «auténtico» miembro de una comunidad autónoma, lo cual tiene importantes implicaciones sobre el concepto de pertenencia y los modelos de identidad territorial en España. Mientras que haber vivido en la comunidad es el criterio más inclusivo y transversal, lo que sugiere que la residencia prolongada es ampliamente aceptada como base legítima de pertenencia para todos los grupos de votantes, otros criterios muestran diferencias partidistas, sobre todo entre partidos de ámbito estatal y no estatal. Los votantes de PP y Vox tienden a valorar más la nacionalidad española (71 % y 70,5 %), lo que refleja una visión más jurídica de la identidad. En contraste, los votantes de ERC y JxCat priorizan claramente el uso de la lengua regional (76,9 % y 78,1 %) y rechazan en gran medida la nacionalidad española como criterio, lo que evidencia una identidad nacional alternativa centrada en lo cultural y lingüístico. Estas diferencias ilustran modelos de identidad en tensión: uno más cívico e inclusivo, otro culturalista o etnicista, lo que puede impactar en el debate territorial y la cohesión social en España. La otra gran diferencia entre partidos de ámbito estatal y no estatal tiene que ver con la propia homogeneidad de sus votantes en torno a esta cuestión. Mientras que los votantes de ERC, Junts o PNV (así como otros no incluidos en la tabla 81.1) tienden a alinearse mayoritariamente en favor o en contra de cada uno de los criterios de identidad, los partidos de ámbito estatal suelen mostrar mayor división interna entre favorables y detractores.

La diversidad entre identidades también se reproduce dentro de la propia categoría de identidad territorial. El concepto de «identidades anidadas» se refiere a la existencia de identidades territoriales compartidas o solapadas en un mismo individuo, en el que las identidades de un ámbito menor se encuentran incluidas o anidadas dentro de una de ámbito superior (Herb y Kaplan, 1999; Medrano y Gutiérrez, 2001). De este modo, podemos identificar la

jerarquía que los ciudadanos asignan a las diversas identidades colectivas de carácter territorial. De acuerdo con los datos del Estudio CIS 3409 (2023), no se manifiesta una gradación clara de las diferentes identidades territoriales. De hecho, la identificación con los ámbitos nacional, regional o local tiene el mismo promedio general (7,8) en una escala 0-10, mientras que la identificación con Europa es medio punto menor (7,3) y la cosmopolita, con la humanidad en su conjunto, es parecida al resto (7,6). Comparadas con los datos de 2014 (Estudio CIS 3028), esto significa una cierta convergencia entre las diferentes identidades, ya que diez años antes sí se daban algunas diferencias significativas: mientras que la identidad local (8,4) sobresurgía respecto a la regional, nacional o cosmopolita (8,2, 8,1 y 7,9 respectivamente), la identificación con Europa quedaba casi dos puntos por debajo. Esta caída de la identidad europea tuvo mucho que ver con la percepción negativa del papel de las instituciones europeas en la gestión de la recesión económica durante esos años.

Las diferencias entre partidos aportan matices en esa evolución. La tabla 81.2 muestra la evolución entre 2014 y 2023 del sentimiento de identificación de los votantes españoles con distintos niveles territoriales, en una escala del 0 al 10. En general, se observa una ligera disminución del sentimiento de pertenencia local y autonómico, mientras que el vínculo con Europa ha aumentado y la identificación con España muestra diferencias notables entre partidos.

TABLA 81.2. *Valoración media (escala 0-10) de la identificación individual respecto a cada ámbito territorial según recuerdo de voto*[1]

	Con el pueblo o ciudad donde vive		*Con la comunidad donde vive*		*Con España*		*Con Europa*		*Con la humanidad en su conjunto*	
	2014	*2023*	*2014*	*2023*	*2014*	*2023*	*2014*	*2023*	*2014*	*2023*
PSOE	8,8	7,9	8,5	7,8	8,8	8,2	6,6	7,8	8,0	7,8
PP	8,8	8,3	8,4	8,4	9,4	9,2	6,9	8,0	7,8	7,9
Podemos[2]	8,2	7,1	7,9	7,0	7,8	6,4	6,4	6,5	8,3	7,5
IU[2]	8,3	7,1	8,2	7,0	7,5	6,4	6,1	6,5	8,3	7,5
Ciudadanos	7,7	7,7	7,0	7,3	8,5	8,8	6,8	7,9	8,2	7,9
ERC	8,6	8,1	9,4	9,0	3,4	4,1	6,1	6,8	8,5	7,4
Junts[3]	9,2	8,5	9,5	9,3	4,9	3,1	6,3	7,6	8,1	7,6
PNV[3]	9,2	8,6	9,5	8,5	4,9	5,7	6,3	7,1	8,1	7,7
UPyD	8,6		7,9		8,7		6,6		8,0	
Vox		7,6		7,6		8,9		6,5		7,1
Total	8,4	7,8	8,2	7,8	8,1	7,8	6,3	7,3	7,9	7,6

Notas: (1) Recuerdo de voto de las elecciones europeas de 2014 y de las elecciones generales de 2019. (2) La referencia para IU y Podemos en 2023 es Unidas Podemos para ambos. (3) La referencia para Junts y PNV en 2014 es la candidatura compartida Coalición por Europa.
Fuente: Estudio CIS 3409.

Los votantes del PSOE y PP mantienen un alto nivel de identificación con España, pues ambos superaban los ocho puntos en 2023 (PSOE: 8,2; PP: 9,2), lo que revela una fuerte conexión con la identidad nacional. No obstante, el PSOE experimenta un descenso en todas las categorías, especialmente con el ámbito local (de 8,8 a 7,9) y autonómico (de 8,5 a 7,8). El PP, en cambio, muestra una caída más moderada o incluso estabilidad.

En el caso de los partidos de izquierda alternativa (Podemos e IU), se observa un retroceso generalizado en todos los niveles. Destaca la caída en la identificación con España (Podemos: de 7,8 a 6,4), lo que puede indicar un distanciamiento de los marcos identitarios nacionales y un mayor cosmopolitismo, aunque este también disminuye ligeramente (la identificación con la humanidad pasa de 8,3 a 7,5).

Los votantes de partidos nacionalistas periféricos, como ERC, Junts y PNV, se caracterizan por una muy alta identificación con su comunidad autónoma (todas por encima de 9 en 2014 y ligeramente menores en 2023) y una baja o decreciente identificación con España, sobre todo entre votantes de Junts (caída de 4,9 a 3,1). Esto refleja la fuerte afirmación identitaria subestatal y el desapego hacia la identidad nacional española, aunque hay un leve aumento en el sentimiento europeo. Los votantes de Ciudadanos, en su posición más centrista, mantienen equilibrio en sus identidades y muestran un ligero aumento en identificación con Europa y España, sin grandes variaciones en lo local. En comparación con ellos, los votantes de UPyD en 2014 tenían mayor identificación con las identidades nacionales y niveles similares en el resto. Por el contrario, de irrupción de Vox incorpora una opción de fuerte identidad nacional y la más baja identificación con la identidad europea y cosmopolita de todos los partidos.

En conjunto, los datos inciden en la fragmentación identitaria que habíamos visto en anteriores indicadores, con tensiones entre lo local, lo autonómico y lo nacional, y una revalorización moderada de la identidad europea (subida en todos los partidos excepto IU y Podemos). El sentimiento de identificación con la humanidad permanece alto, pero levemente descendente. Estos resultados revelan tanto continuidades como cambios sutiles en la línea de las expectativas del capítulo, de acuerdo con el contexto político de la década (nuevos partidos e independentismo), y apuntan a una ciudadanía cada vez más plural en sus marcos identitarios.

No solo existen posiciones diversas en la manera de expresar las identidades territoriales, sino también a la hora de valorar las implicaciones que estas pueden tener. En ese sentido, es interesante observar los desacuerdos existentes en torno al significado del sentimiento patriótico español. Según los datos del mencionado Estudio CIS 3409, cerca de un 40 % de los españoles considera que un fuerte sentimiento patriótico español puede producir intolerancia a la sociedad, mientras que un 60 % considera el patriotismo esencial para garantizar la unidad y más de dos tercios opina que fortalece el papel internacional de España. Esta división refleja la amplia discrepancia existente en la sociedad española respecto al significado del patriotismo, producto de la controversia arrastrada en torno al tema a lo largo de la historia contemporánea.

La división sobre el papel del patriotismo tiene un claro componente partidista. Mientras que las derechas de ámbito estatal valoran unánimemente la contribución del patriotismo a la unidad y el fortalecimiento internacional de España (tanto PP como Vox alcanzan casi el 90 % en ambos indicadores), la izquierda alternativa y los partidos de ámbito estatal son mucho más críticos y relacionan el patriotismo con intolerancia dentro de la sociedad española (UP 57 %; ERC 50 % y Junts 48,9 %). El PSOE mantiene una posición intermedia, ya que sus votantes tienen una opinión mayoritariamente positiva del patriotismo para la unidad (58,7 %) y la promoción del país (70,1 %), aunque cuatro de cada diez también consideran que puede generar intolerancia en la sociedad.

81.3. La identidad como orgullo y sentimiento de pertenencia

En un célebre estudio, publicado pocos años antes de la transición, Juan Linz sintetizaba la relación percibida por muchos españoles respecto a la cuestión nacional en España: «España es un Estado para todos los españoles, un Estado nación para una gran parte de la población, y un Estado, pero no una nación para una importante minoría». De esta forma, trataba de explicar la relativamente débil conciencia nacional española, en contraste con otros Estados históricos de Europa occidental, debido a la evolución histórica desde el siglo XIX y el mantenimiento de las lenguas autóctonas en buena parte del país, en cohabitación con el castellano. Desde entonces, los estudios sobre opinión pública e identidad territorial en España han tratado de identificar la variación, el alcance y las razones de la combinación de diversas identidades nacionales o sentimientos de pertenencia expresados por los españoles en los diferentes territorios. El uso de la pregunta introducida por Linz sobre el sentimiento de pertenencia puso de manifiesto el predominio de un sentimiento dual en todos los españoles, que hacía compatible en muchos casos la identidad española con la identidad regional (Gunther, Sani y Shabad, 1986). Para valorar mejor este solapamiento de identidades, los estudios han ofrecido indicadores complementarios, que permiten medir la intensidad de las identidades territoriales y su expresión más cualitativa en forma de orgullo.

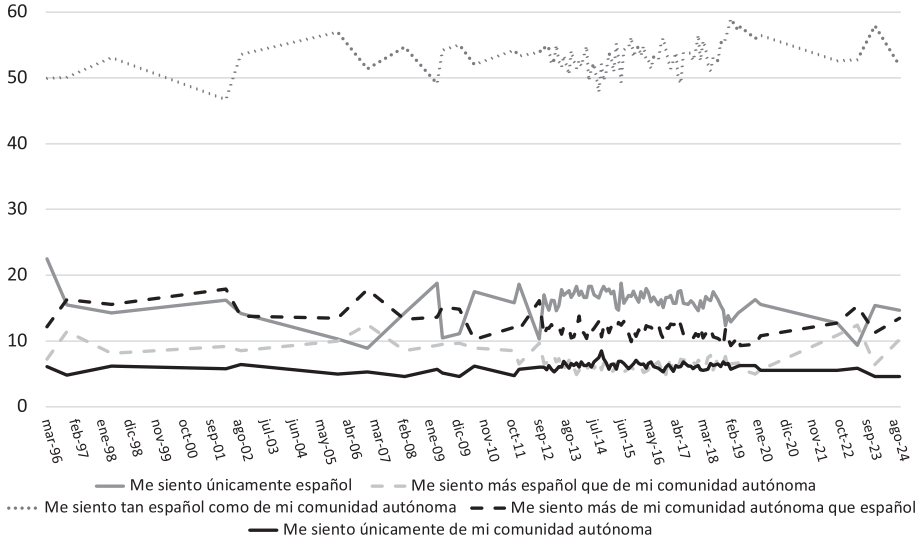
81.3.1. Sentimiento de pertenencia español y autonómico

El retrato general de la población española muestra la persistencia del predominio del sentimiento dual de pertenencia, que combina identidad estatal y regional, y niveles menores y similares de las identidades exclusivas o de predominio tanto estatal como regional, tal como ya había mostrado, entre otros, el Estudio CIS sobre la situación social en España (Pérez-Agote, 2015, p. 1422; véase también el capítulo 29 de Óscar Iglesias en el volumen 2 de esta obra, *España 2025*).

Los sentimientos de pertenencia territorial, tal y como puede verse en el gráfico 81.1, han permanecido bastante estables a lo largo del tiempo, con algunas fluctuaciones menores. De manera muy mayoritaria, predominan las identidades duales, con una clara preeminencia de aquellos ciudadanos que se sienten tan españoles como de su comunidad autónoma, que casi siempre se sitúan entre el 50 % y el 60 %. La segunda categoría más numerosa es la de quienes se sienten exclusivamente españoles, que desde 1996 siempre ha estado por debajo del 20 %, con una ligera tendencia a la baja en la última década, a pesar de algún leve repunte experimentado de forma reciente. Aquellos que se sienten más de su comunidad autónoma que españoles casi siempre han sido poco más del 10 %, con un ligero ascenso pasajero en los pasados años. Por último, las categorías menos pobladas son las de los ciudadanos que se sienten únicamente de su comunidad autónoma y los que se sienten más españoles que de su comunidad autónoma, ambas por encima del 5 %, con ciertos altibajos, y esta última con un ligero repunte de estos pasados años.

Si nos centramos en los últimos diez años, se observa un leve incremento de la principal categoría dual, que se acerca al 60 %, aunque en los últimos dos años ha regresado a la media. En paralelo, la categoría de identidad exclusivamente española se ha debilitado hasta que, por primera vez, descendió del 10 % en 2023. Este descenso coincidió con un aumento de las categorías semi duales, en especial la que recoge mayor identificación con la comunidad. Si bien estos movimientos no rompen el retrato general de evolución descrito con anterioridad, sí parecen sugerir en su conjunto una tendencia a reforzar la identificación de los individuos con su comunidad, aunque esto no se dé necesariamente en detrimento de la identidad común española.

GRÁFICO 81.1. *Sentimiento de pertenencia (1996-2024)*



Fuente: Estudios CIS.

Esta evolución se da, sobre todo, entre los ciudadanos más jóvenes, que son quienes tradicionalmente expresan en mayor medida su identificación con la identidad regional, mientras que han sido los mayores quienes han tendido a expresar una mayor identidad española. Según datos del Estudio CIS 3409, por grupos de edad, los de sesenta y cinco a setenta y cuatro años y los mayores de setenta y cinco son lo que más se sienten solo españoles o con predominio de identidad española (uno de cada cuatro o cinco). Las personas de mediana edad, de treinta y seis a sesenta y cuatro años, son los que más se decantan por identidades duales, en especial los que se sienten tan españoles como de su comunidad autónoma. En cambio, es entre los más jóvenes, de dieciocho a treinta y cuatro años, donde encontramos mayor presencia de ciudadanos que se sienten más de comunidad autónoma que españoles (uno de cada cinco). Se aprecia, pues, por edades, un deslizamiento de identidades más españolas hacia un mayor predominio de identidades autonómicas.

La orientación ideológica de los individuos se asocia con diferencias en los patrones de identificación territorial. Aunque las identidades duales continúan siendo mayoritarias en todos los segmentos ideológicos, se observan ciertos matices. Las personas que se sitúan en posiciones más próximas a la derecha tienden a mostrar una mayor identificación exclusiva o principalmente con España. Por el contrario, entre quienes se ubican hacia la izquierda del espectro político es más frecuente la identificación exclusiva o predominante con la comunidad autónoma.

Estos datos sugieren una cierta correspondencia entre posición ideológica e identidad territorial, en la que los perfiles ideológicos más alineados con la derecha presentan una mayor vinculación con la identidad nacional española, mientras que los posicionamientos más próximos a la izquierda se asocian con un mayor peso de los sentimientos de pertenencia de carácter autonómico o regional.

Esta pauta también se mantiene al considerar el recuerdo de voto a partidos de ámbito estatal. Los electores de Vox son quienes presentan una identidad nacional española más marcada: el 30 % se identifica exclusivamente como español y un 19 % se siente más español que de su comunidad autónoma. En el caso del Partido Popular (PP), cerca del 30 % de sus votantes declara sentirse solo español o más español que autonómico. No obstante, se trata del partido, junto con UPN, cuyos electores tienden en mayor medida a expresar una identidad dual, es decir, sentirse tanto españoles como miembros de su comunidad autónoma. Por el contrario, Sumar es el partido de ámbito estatal con menor porcentaje de identidad dual y mayor presencia de identidades predominantemente autonómicas. En el caso del PSOE, las identidades duales son mayoritarias, aunque también existe una cierta diversidad interna.

En cuanto a los partidos de ámbito no estatal, con la excepción de UPN, se observa un claro predominio de la identidad autonómica. Más de un tercio de los votantes de ERC, Junts, PNV y BNG se identifica de forma exclusiva con su comunidad autónoma y en torno a la mitad se siente más de su comunidad que español. No obstante, alrededor de uno de cada cinco electores de estos partidos mantiene una identidad dual. Entre estos, los votantes de EH Bildu son quienes

muestran una adscripción territorial más marcada: cerca de la mitad se siente exclusivamente vasco y solo un 8 % expresa una identidad dual. En cambio, entre los votantes del PNV, un tercio se declara solo vasco, uno de cada cinco más vasco que español, otro tercio se identifica de forma dual y destaca que un 8 % afirma sentirse exclusivamente español y otro 8 %, más español que vasco.

El sentimiento de pertenencia muestra diferencias importantes según comunidades autónomas en España, como refleja la tabla 81.3. La opción mayoritaria en casi todas las regiones es la identificación dual simétrica («tan español/a como [gentilicio]»), con una media nacional del 52,8 %. Esta opción predomina sobre todo en comunidades como Murcia, La Rioja, Extremadura, Cantabria y Andalucía, lo que refleja una convivencia armónica entre la identidad nacional y autonómica.

TABLA 81.3. *Distribución de sentimiento de pertenencia (escala «Linz-Moreno») según comunidades autónomas*

	Únicamente español/a	*Más español/a que (gentilicio de C. A.)*	*Tan español/a como (gentilicio de C. A.)*	*Más (gentilicio de CC. AA.) que español/a*	*Únicamente (gentilicio de C. A.)*	*Ninguna de las anteriores*	*N. S./ N. C.*
Andalucía	5,5	10,2	62,6	15,6	3,8	1,9	0,3
Aragón	9,7	10,2	56	12	4,2	6,5	1,4
Asturias	8,7	8,7	58,4	17,3	2,3	4,6	0
Islas Baleares	8,3	13	46,2	21,9	9,5	1,2	0
Canarias	4,8	8	52,7	25	3,6	5,7	0,3
Cantabria	9,4	11,1	65	8,5	0,9	4,3	0,9
Castilla-La Mancha	17,7	18	56,1	4,2	1,1	2,1	0,8
Castilla y León	17,4	21,1	48,4	5,3	2,5	3,9	1,4
Cataluña	9,5	8,2	37,7	24,2	15,2	4,4	0,8
Comunidad Valenciana	11	15,9	56,9	10,6	2,1	2,9	0,7
Extremadura	7	9,8	66	13	2,3	1,9	0
Galicia	4,1	4,5	52,8	29	7,6	1,8	0,2
Comunidad de Madrid	13,7	21,7	51,4	5,8	2,2	4,3	0,8
Región de Murcia	7,8	15,2	66,4	5,1	1,4	3,7	0,5
Navarra	4	8,9	44,4	27,4	8,9	5,6	0,8
País Vasco	6,4	6,4	42,9	20,1	17,2	5,6	1,4
La Rioja	7,8	5,9	66,7	11,8	0	7,8	0
Total	9,3	12,4	52,8	15,4	5,9	3,5	0,6

Fuente: Estudio CIS 3409.

Por otro lado, algunas comunidades muestran un marcado predominio de la identidad española (sumando las opciones «únicamente español/a» y «más español/a que [gentilicio]»); es el caso de Castilla-La Mancha (35,7 %), Castilla y León (38,5 %) y Madrid (35,4 %). En estas regiones, el apego a una identidad estatal fuerte es más pronunciado, aunque sin eclipsar la identificación dual, que sigue siendo la más frecuente.

En el extremo opuesto se sitúan territorios con fuerte sentimiento identitario subestatal, como Cataluña, País Vasco, Galicia y Navarra. En Cataluña, el 39,4 % de la población se siente más catalana que española o únicamente catalana (sobre esta comunidad, véase apartado 81.5); en el País Vasco, esta cifra asciende al 37,3 %. Galicia y Navarra también registran niveles significativos de identidad autonómica, con un 36,6 % y un 36,3 % respectivamente. Estos datos reflejan la persistencia de proyectos nacionales alternativos al español en estas comunidades.

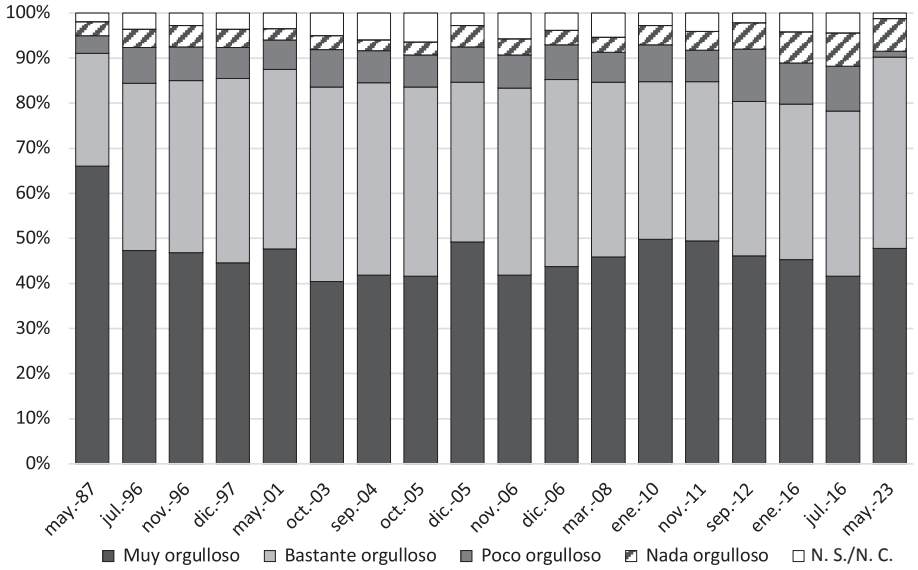
Por último, regiones como Canarias y Baleares muestran perfiles intermedios, con alta identificación dual, pero también proporciones relevantes de identificación más autonómica. La categoría «ninguna de las anteriores» o «N. S./N. C.» es muy reducida en todas las comunidades, lo que indica que la mayoría de los ciudadanos posee una identidad territorial definida.

81.3.2. El orgullo como identidad

81.3.2.1. Orgullo nacional

Otra forma de aproximarse a la cuestión de la identidad territorial es a través del indicador de orgullo de ser español. Tal como muestra el gráfico 81.2, a lo largo del tiempo se observa una clara estabilidad, con algunas ligeras oscilaciones a lo largo del tiempo. El único dato de los años ochenta muestra el mayor nivel de máximo orgullo: el 66 % de los encuestados se declaraba muy orgulloso de ser español y un 25 % se sentía bastante orgulloso, lo que sumaba un total del 91 % de orgullo positivo. Las respuestas negativas («poco» o «nada orgulloso») no superaban el 7 %. Este dato puede interpretarse como reflejo del éxito de la Transición democrática y la consolidación del Estado autonómico en sus primeros años, así como del creciente consenso en torno a la pertenencia nacional. A partir de 1996, se aprecia una caída sostenida en el porcentaje de personas que se declaran muy orgullosas y se sitúa por debajo del 50 %. En 1997 se alcanza un mínimo del 44,6 %. Esta tendencia se mantendrá en las siguientes mediciones de principios de los dos mil, con oscilaciones alrededor del 40 % - 45 %. Sin embargo, en este mismo periodo aumenta el grupo de los que se declaran «bastante orgullosos», que pasa del 25 % al entorno del 40 % - 43 %. Esto sugiere un desplazamiento del orgullo intenso hacia formas más moderadas de identificación nacional, más que un rechazo explícito.

Gráfico 81.2. *Nivel de orgullo de ser español*



Fuente: Estudios CIS.

A partir de 2010, se constata una fluctuación del orgullo nacional a la baja, con un ligero pero constante incremento de las respuestas que expresan poco o ningún orgullo nacional. En septiembre de 2012, coincidiendo con el auge del independentismo catalán, el porcentaje de personas «poco orgullosas» alcanza un 11,6 % y las que se declaran «nada orgullosas» ascienden al 5,8 %. En julio de 2016, estos valores se mantienen elevados, lo que revela un incremento de la desafección nacional, probablemente vinculada a tensiones territoriales, crisis institucionales y desconfianza hacia las élites políticas.

No obstante, en 2023 se aprecia una recuperación del orgullo nacional positivo, con la casi desaparición de las expresiones de «poco orgullo»: el 42 % se declara «muy orgulloso» y el 37,3 % «bastante orgulloso», lo que suma un 79,3 %. Las respuestas negativas descienden notablemente: solo un 1,1 % se declara «poco orgulloso» y un 6,4 %, «nada orgulloso». Este cambio sugiere una posible reversión de la tendencia crítica, aunque el porcentaje de orgullo intenso aún se mantiene lejos de los niveles de los años ochenta.

En conjunto, el gráfico 81.2 muestra una evolución en la cual el orgullo nacional sigue siendo mayoritario, aunque menos intenso que en décadas anteriores. Se produce un desplazamiento hacia formas más moderadas de orgullo y un repunte de la desafección en los años de mayor conflicto territorial (2012-2017), con una recuperación reciente. Estos datos reflejan la sensibilidad del sentimiento nacional ante coyunturas políticas y la existencia de una identidad nacional menos uniforme y más matizada que la de los años iniciales de la democracia.

Los datos del Estudio CIS 3409 (2023) revelan una relación clara entre la edad de los encuestados y el nivel de orgullo de ser español. El indicador muestra cómo la percepción de la identidad nacional varía de forma significativa entre generaciones, lo que refleja distintos grados de intensidad y matices en la vinculación emocional con la nación. Los resultados indican que los niveles más altos de orgullo nacional se concentran en los grupos de mayor edad. En la franja de setenta y cinco años o más, el 54,5 % de los encuestados se declara «muy orgulloso» de ser español y otro 34,9 %, «bastante orgulloso». De forma similar, en el grupo de sesenta y cinco a setenta y cuatro años, el 48 % afirma sentirse «muy orgulloso» y un 35,5 %, «bastante». Las respuestas negativas –«poco» o «nada orgulloso»– en estas edades son muy reducidas y suman apenas un 10 % en conjunto. Esta tendencia sugiere una identificación nacional fuerte y estable entre las generaciones mayores, probablemente asociada a las vivencias históricas relacionadas con la Transición democrática y la construcción del actual modelo de Estado.

Las generaciones más jóvenes, por su parte, muestran una actitud menos intensa y más plural respecto al orgullo nacional. En el grupo de dieciocho a veinticuatro años, solo el 33,3 % se declara «muy orgulloso», aunque el 42,7 % se considera «bastante orgulloso». En el tramo de veinticinco a treinta y cuatro años, estos porcentajes descienden ligeramente: el 31,9 % afirma sentirse «muy orgulloso» y el 40,8 %, «bastante orgulloso». Sin embargo, lo más relevante en estos grupos es el aumento de las respuestas críticas: un 18,6 % se declara «poco orgulloso» y un 7,4 %, «nada orgulloso». En total, más de una cuarta parte de los jóvenes entre veinticinco y treinta y cuatro años manifiesta una vinculación débil o negativa con la identidad nacional, lo que representa la cifra más alta de todo el espectro etario.

En conjunto, estos datos permiten identificar una tendencia generacional clara: mientras que el orgullo nacional es mayoritario en todos los grupos, su intensidad tiende a disminuir conforme baja la edad. Las generaciones más jóvenes adoptan posiciones más moderadas o críticas, lo que puede responder a factores como la mayor exposición a contextos globalizados, el pluralismo cultural, la desafección política o los debates sobre el modelo territorial del Estado. Esta evolución sugiere una transformación gradual de los referentes identitarios en la sociedad española contemporánea.

El análisis del electorado de los distintos partidos también pone de manifiesto importantes diferencias en el nivel de orgullo de ser español, vinculadas a la fractura territorial del sistema político. Los votantes de Vox y del Partido Popular (PP) son los que expresan mayor intensidad de orgullo nacional: en ambos casos, alrededor del 71 % se declara «muy orgulloso» de ser español. Además, un 26 % de los votantes del PP y un 21 % de los de Vox se sienten «bastante orgullosos», de forma que se consolida un perfil identitario fuertemente afirmativo. Entre los votantes del PSOE, el orgullo nacional también es mayoritario, aunque más equilibrado en su distribución: predominan los que se sienten bastante orgullosos, seguidos de los que se declaran muy orgullosos. Las respuestas críticas («poco» o «nada orgulloso») representan algo más del 10 %. Los electores de Ciudadanos presentan un perfil similar al del PSOE,

con un alto nivel de orgullo, pero con una menor proporción de «muy orgullosos» que entre PP o Vox. Por su parte, los votantes de Podemos también se sienten mayoritariamente orgullosos de ser españoles, aunque con menor intensidad: solo un 14 % se declara «muy orgulloso» y cerca del 48 %, «bastante orgulloso». No obstante, el 29 % afirma sentirse «poco orgulloso» y algo más del 11 %, «nada orgulloso».

Entre los partidos de ámbito no estatal, se observa en general un menor nivel de orgullo nacional, aunque con importantes matices. Algunos de estos partidos cuentan con núcleos significativos de votantes que se sienten «muy» o «bastante orgullosos» de ser españoles, en torno al 40-50 %. Es el caso de En Comú Podem, PNV, BNG o Compromís. En cambio, los electorados de ERC, Junts per Catalunya y EH Bildu son los que presentan menores niveles de orgullo nacional. En el caso de ERC, algo más del 18 % de sus votantes se declara orgulloso; en Junts, el porcentaje se sitúa por debajo del 15 %, y, en Bildu, en torno al 17 %. La CUP es el único partido cuyo electorado no incluye votantes que se declaren orgullosos de ser españoles. En todos estos casos, las respuestas dominantes son «poco» o «nada orgulloso», hecho que refleja una relación más distante o crítica con la identidad nacional española.

81.3.2.2. Orgullo autonómico

El predominio de identidades duales en España también es visible en el indicador de orgullo respecto a la comunidad autónoma. La mayoría de los españoles se sienten «muy orgullosos» o «bastante orgullosos» de pertenecer a su comunidad autónoma y solo una minoría, poco más del 17,2 %, se siente «poco» o «nada orgulloso» de ello.

Sin embargo, la evolución del nivel de orgullo de los españoles por pertenecer a su comunidad autónoma entre 2005 y 2023 muestra una reducción significativa del orgullo autonómico en el último periodo (tabla 81.4). En 2005, el 54,2 % de los encuestados se declaraba «muy orgulloso» de ser de su comunidad autónoma, porcentaje que se mantuvo prácticamente estable en 2010 (53,9 %) y aún en 2012 (52,2 %). Sin embargo, en 2023 se observa un descenso notable: solo el 43,4 % mantiene esa respuesta, lo que representa una caída de casi diez puntos en poco más de una década. Este descenso del orgullo intenso se ve parcialmente compensado por un aumento en las respuestas de orgullo moderado. El porcentaje de personas que se sienten bastante orgullosas de ser de su comunidad autónoma crece de forma sostenida, pasando del 31,1 % en 2005 al 37,3 % en 2023. Esta evolución sugiere una cierta transición desde formas más intensas de identidad territorial hacia expresiones más moderadas, sin que ello implique una pérdida generalizada de vínculo afectivo con el entorno autonómico.

En paralelo, las respuestas negativas han aumentado. El grupo que se siente «poco orgulloso» crece del 5,3 % en 2005 al 11,7 % en 2023 y el de quienes no sienten ningún orgullo pasa del 3,1 % al 5,5 %. Estos datos apuntan a una

mayor pluralidad de actitudes, incluyendo también posiciones más críticas o distantes. Además, el porcentaje de personas que no sabe o no contesta (N. S./N. C.) se reduce considerablemente, del 6,3 % en 2005 al 2,1 % en 2023, lo que indica un mayor grado de definición o posicionamiento ante la pregunta. En conjunto, los datos reflejan un cambio en la intensidad del vínculo autonómico, más que una ruptura, acompañado por una diversificación de las formas de expresión identitaria.

Tabla 81.4. *Orgulloso de ser de su comunidad autónoma*

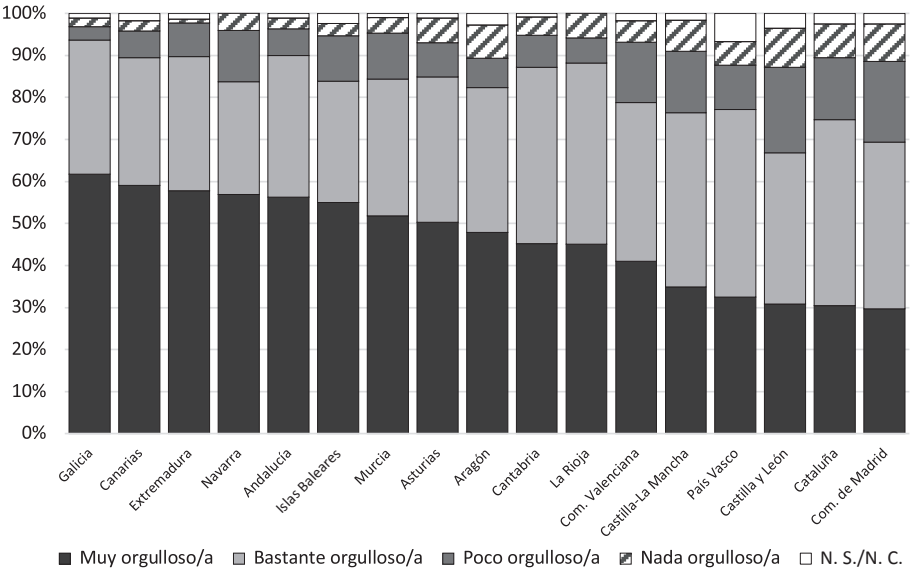
	2005	*2010*	*2012*	*2023*
Muy orgulloso	54,2	53,9	52,2	43,4
Bastante orgulloso	31,1	30,1	32,6	37,3
Poco orgulloso	5,3	6,2	7,2	11,7
Nada orgulloso	3,1	3,1	3,2	5,5
N. S./N. C.	6,3	6,8	4,9	2,1
N	10.371	10.409	11.180	7.643

Fuente: Estudio CIS 3409.

El gráfico 81.3 muestra el grado de orgullo que manifiestan los ciudadanos de distintas comunidades autónomas respecto a pertenecer a su propia comunidad. El análisis de estos datos permite observar una marcada diversidad territorial en las formas de identificación afectiva con el ámbito autonómico, lo que sugiere diferencias culturales, históricas y políticas en la construcción de la identidad regional. En la parte superior del *ranking* destacan regiones como Galicia (61,7 % muy orgullosos), Canarias (59,1 %), Extremadura (57,7 %), Navarra (56,9 %) y Andalucía (56,3 %), que muestran los niveles más altos de orgullo autonómico intenso. En estos casos, la suma de «muy» y «bastante orgullosos» supera el 85 %, con porcentajes bajos de respuestas críticas («poco» o «nada orgulloso»), lo que refleja una vinculación emocional fuerte y generalizada con la identidad regional.

En la parte baja del *ranking* se encuentran comunidades como Castilla y León, Cataluña y Madrid, donde menos de un tercio de los ciudadanos se declara «muy orgulloso» de ser de su comunidad autónoma. En Castilla y León, por ejemplo, solo el 30,8 % afirma sentirse «muy orgulloso», mientras que un 20,4 % dice estar «poco orgulloso» y un 9,3 %, «nada orgulloso». Este patrón se repite con distintas intensidades en Cataluña y Madrid, donde las respuestas negativas superan el 25 % del total. En el caso particular de Cataluña, se observa un porcentaje elevado de «bastante orgullosos» (44,2 %) frente a un nivel reducido de «muy orgullosos» (30,5 %), junto con un 14,8 % de personas que se declaran «poco orgullosas» y un 8 %, «nada orgullosas». Esta distribución podría reflejar una pluralidad de identificaciones internas, derivadas del debate sobre el modelo territorial y la tensión entre identidades nacional y autonómica.

GRÁFICO 81.3. *Nivel de orgullo de ser de su comunidad autónoma por comunidad*



Fuente: Estudio CIS 3409.

Por su parte, Madrid presenta el porcentaje más bajo de ciudadanos «muy orgullosos» (29,7 %) y uno de los más altos en cuanto a respuestas negativas, lo que puede estar relacionado con la percepción de Madrid como centro político-administrativo más que como identidad regional singular. En resumen, el orgullo autonómico se distribuye de forma desigual entre las comunidades, con claras diferencias entre regiones de fuerte arraigo identitario y otras donde la identidad autonómica se expresa de manera más moderada o incluso distante. Entre ellas están Cataluña y el País Vasco, donde el hecho nacional puede generar divisiones internas, que se expresan también en el nivel de apego respecto a la propia comunidad. Esta diversidad pone de relieve la complejidad del mapa emocional del Estado autonómico en España.

81.3.3. La identidad europea

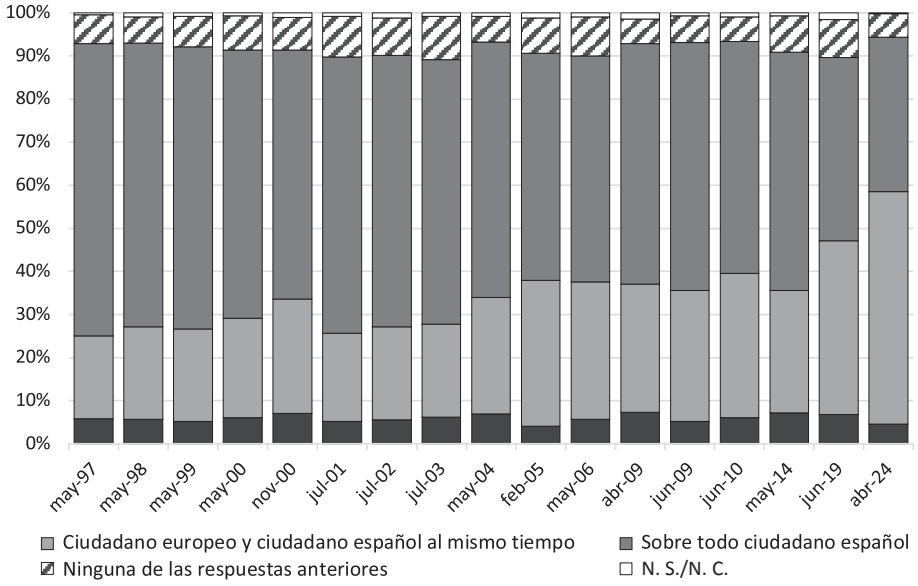
Como habíamos visto con anterioridad, la identidad territorial de los españoles se compone de identidades anidadas, en las que el afecto europeo y cosmopolita ha ganado un peso importante. Este es el resultado de un cambio generacional que se ha manifestado precisamente en el último decenio, tal como se evidencia en el gráfico 81.4, que recoge la evolución del sentimiento de identidad europea en España desde mayo de 1997 hasta abril de 2024. A través de cuatro categorías principales –sentirse sobre todo ciudadano europeo, sentirse europeo y español al mismo tiempo,

sentirse sobre todo ciudadano español y ninguna de las anteriores– se observa cómo han cambiado las percepciones identitarias en el contexto europeo a lo largo de más de dos décadas.

Durante los primeros años del periodo analizado, el sentimiento de pertenencia nacional fue de forma predominante mayoritario. En mayo de 1997, el 67,8 % de los encuestados se definía «sobre todo ciudadano español», frente a un 19,2 % que se identificaba como «ciudadano europeo y español al mismo tiempo» y solo un 5,8 % que se consideraba «sobre todo ciudadano europeo». Esta tendencia se mantuvo relativamente estable hasta el año 2000, con una ligera disminución en la identidad exclusivamente española, pero sin cambios significativos.

A partir de 2005 se supera por primera vez la barrera del 30 %, mientras que los que se sienten «sobre todo españoles» caen al 52,7 %. Esta evolución coincide con un periodo de consolidación del proyecto europeo y con un contexto económico positivo, lo que es posible que influyera en una percepción más inclusiva de la identidad europea. Tras una pequeña oscilación en los años posteriores, el sentimiento dual se mantiene relativamente fuerte. Entre 2009 y 2014, alrededor del 30 % de la población se identifica de forma simultánea como europea y española, mientras que la identidad exclusivamente española sigue en torno al 55 %. Cabe señalar que el porcentaje de quienes se sienten europeos de manera exclusiva nunca ha superado el 7,3 %, lo que confirma que este tipo de identificación sigue siendo minoritaria.

Gráfico 81.4. *Identidad subjetiva española y europea*



Fuente: Estudios CIS.

El cambio más llamativo se produce entre 2019 y 2024. En junio de 2019, el 40,3 % de los encuestados declara sentirse europeo y español al mismo tiempo, un salto de más de diez puntos con respecto a las oleadas anteriores. Esta tendencia se consolida y se acentúa en abril de 2024, cuando, por primera vez en toda la serie, el sentimiento dual se convierte en la opción mayoritaria y alcanza el 53,9 %. Al mismo tiempo, la proporción de quienes se sienten «sobre todo españoles» cae al 35,7 %, el valor más bajo registrado. Este cambio indica una transformación profunda en el modo en que se articula la identidad nacional y europea en España.

En conjunto, los datos muestran una evolución desde una identidad nacional predominante hacia una identidad dual cada vez más afirmada, en un contexto de madurez de la integración europea y de normalización del sentimiento de pertenencia múltiple en la sociedad española. El resultado es un reforzamiento de los pensamientos entre identidades de ámbitos territoriales diversos.

81.4. La identidad como preferencias territoriales

En sistemas políticos donde tienen presencia conflictos o fracturas por el poder territorial, las preferencias respecto al modelo de organización pueden tener una fuerte relación con las identidades territoriales, hasta el punto de constituir una dimensión más de esas identidades. En el caso español, la relación entre identidad nacional y preferencias sobre el modelo de Estado no solo resulta intensa, sino que, en ocasiones, se han influido mutuamente (Barrio y Rodríguez, 2017; Tormos, Muñoz y Herrero, 2015; véase también el capítulo 30 de Gabriel Colomé y Giselle García Hípola en el volumen 2 de esta obra).

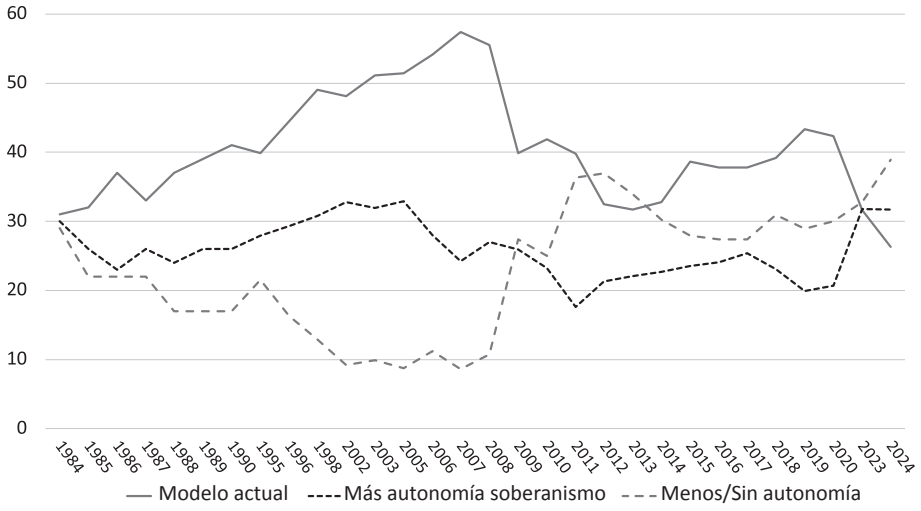
Para medir las preferencias de organización territorial en España, el CIS ha utilizado tradicionalmente una pregunta con cuatro posibles respuestas: «un Estado sin autonomías», «el Estado autonómico en su configuración actual», «un Estado autonómico en el que comunidades autónomas gocen de mayor autonomía que en la actualidad» y «un Estado en el que las CC. AA. puedan ser independientes». A partir de 2009 se introdujo una nueva: «un Estado en el que las comunidades tengan menos autonomía que en la actualidad».

La evolución de este indicador se recoge en el gráfico 81.5, que presenta las preferencias ciudadanas respecto al modelo territorial del Estado en España entre 1984 y 2023. Para mayor claridad de las posiciones de los ciudadanos, hemos agregado las cuatro/cinco categorías recogidas por la pregunta en tres grandes posiciones: a) mantenimiento del modelo actual de autonomía, b) demanda de mayor autonomía o soberanía para las comunidades y c) preferencia por menor autonomía o eliminación del sistema autonómico. De esta manera, podemos contrastar mejor las posturas que se apartan del *statu quo* (opción a), sea para ampliar la autonomía, para algunos hasta el máximo posible (opción b), o bien para reducirla, incluso hasta el mínimo (opción c).

De acuerdo con el gráfico 81.5, la tendencia dominante a lo largo del tiempo ha sido el apoyo al modelo actual, un grupo que se situaba habitualmente

entre el 30 % y el 40 %. Este apoyo muestra cierta resiliencia, incluso en momentos de tensión política, como en 2006-2007 (debates sobre el Estatuto de Cataluña), o durante los momentos más crispados de la crisis independentista catalana a partir de 2014. Sin embargo, destaca la caída abrupta que experimenta el indicador a partir de 2009, con un descenso de quince puntos, coincidente con la introducción de una categoría de respuesta en favor de una menor descentralización. A partir de 2011, el apoyo al modelo actual de autonomía se moverá en registros inferiores al 40 % normalmente hasta que, a partir de 2019, inicie un descenso que lo acabará dejando por debajo del 30 %. Si bien en las categorías originales de la pregunta el apoyo al modelo actual siempre se mantiene en primera posición, cuando distinguimos las exposiciones en las tres categorías, recogidas en el gráfico 81.5, el apoyo del *statu quo* se convierte ya en la última de las tres opciones posibles a partir de 2023.

Gráfico 81.5. *Preferencias sobre el Estado autonómico (1984-2024)*



Fuente: Estudios CIS.

La posición que reclama más autonomía o incluso la posibilidad de independencia (línea ascendente hasta 2006-2008) muestra una evolución particularmente destacada. A partir de mediados de los años ochenta, este grupo aumenta de manera constante y alcanza un pico cercano al 33 % en 2005, coincidiendo con el inicio del proceso de reformas autonómicas, especialmente en Cataluña. A partir de entonces, el indicador experimenta un declive debido, sobre todo, a la caída de quienes apoyaban mayor autonomía. En contraste, el apoyo en oposición a soberanistas se mantuvo estable durante toda la década posterior, en torno al 10 %. Sin embargo, a partir de 2020, un aumento de las dos posiciones (la reformista y la maximalista) condujo la opción de ampliar la descentralización unas décimas por encima de la defensa del *statu quo*.

En tercer lugar, la opción que propone reducir el nivel de autonomía o suprimirlo (línea discontinua inferior) ha sido históricamente la menos apoyada, al situarse por debajo del 20 % en la mayoría de los años. No obstante, a partir de 2009 inicia un rápido ascenso hasta convertirse en la posición dominante en 2012, predominio que vuelve a recuperar a partir de 2023, con una tendencia al alza. Esta evolución desde 2009 incorpora una evolución distinta de los dos indicadores agregados. Por un lado, la posición favorable a la desaparición de las autonomías subió quince puntos entre 2007 y 2012, el momento de mayor apoyo. Se trata de un contexto de recesión económica en el que el debate político hizo aparecer a menudo las instituciones autonómicas entre las principales causantes de la crisis. Pero, desde entonces, la impugnación a la totalidad del sistema autonómico ha ido en declive, por debajo del 20 %. Por otro lado, el apoyo a una menor descentralización, existente desde 2009, obtuvo enseguida frecuencias en torno al 10-15 % y, a partir de 2019, coincidiendo con la erupción de Vox en el sistema de partidos, aumentó hasta obtener el apoyo de uno cada cuatro ciudadanos. Es la evolución conjunta de ambos indicadores la que convierte la posición crítica con la descentralización en la más importante a partir de 2023.

La distinción entre dos etapas temporales que muestra el gráfico 81.5 y que tiene la frontera temporal en 2009, cuando se introduce una nueva opción en las respuestas, indica que este factor técnico puede haber tenido gran importancia a la hora de modular las preferencias, recogidas por la pregunta, en un contexto de cambios políticos y de llegada de nuevos partidos con posiciones muy distintas respecto a la descentralización. Parece evidente que la ausencia de una respuesta favorable a una menor descentralización antes de 2009 condujo a un consenso artificial en torno a la opción de apoyo al modelo actual de autonomías. Cuando se permitió responder una opción de apoyo al Estado autonómico, pero en una versión más centralizada, casi un tercio de quienes habían apoyado el *statu quo* se desplazaron a esa opción. Es cierto que la coincidencia de la introducción de la nueva categoría de respuesta con la estela de la controversia sobre la reforma de los estatutos y de la del inicio de la recesión económica, con sus relatos favorables a la centralización, pudieron reforzar esa deriva escéptica frente al modelo autonómico.

Resulta interesante observar también la coincidencia entre el momento máximo de la crisis económica (y el debate en torno al rescate de las finanzas españolas) y el rechazo a la descentralización, una postura que se debilitará cuando finalice ese debate hasta volver a la media histórica. Ni siquiera la irrupción de Vox ha contribuido a recuperar impulso para la postura antiautonómica. Por el contrario, los años posteriores a la crisis institucional del proceso soberanista en Cataluña han visto crecer rápidamente la opción de un autonomismo escéptico, favorable a recortar el autogobierno de las comunidades.

Por esta razón, una perspectiva generacional puede aportarnos algunas pistas sobre el futuro de la evolución de las preferencias territoriales. Según los datos del CIS, si se tiene en cuenta la edad de los ciudadanos, se

constata que, en términos generales, en todos los grupos de edad la opción preferida por una mayoría de españoles es la de mantener un Estado autonómico como el actual. Destaca especialmente el grupo más joven, de entre dieciocho y veinticuatro años, que presenta el porcentaje de apoyo más elevado a esta opción. Asimismo, la preferencia por un Estado sin autonomías muestra un patrón decreciente conforme disminuye la edad: cuanto más jóvenes son los encuestados, menos apoyo recibe esta opción. Por el contrario, las posiciones favorables a incrementar la autonomía de las comunidades autónomas o incluso permitir su independencia tienen un mayor respaldo entre los más jóvenes y disminuyen progresivamente con la edad. Por último, en relación con la opción de un Estado en el que las comunidades autónomas tengan menos competencias que en la actualidad, no se observa una pauta clara en función de la edad.

En cuanto a los electores de los distintos partidos políticos, sus preferencias respecto al modelo de organización territorial del Estado se alinean con las principales fracturas ideológicas. Entre los partidos de ámbito estatal, se observan claras diferencias en función de su ubicación en el eje izquierda-derecha. Por un lado, los partidos de izquierdas (PSOE, Unidas Podemos y Más País) muestran una postura mayoritariamente favorable al *statu quo* o a un modelo en el que las comunidades autónomas tengan más competencias. Las posiciones que apuestan por una recentralización del Estado son minoritarias entre sus votantes. Frente a ellos, los votantes del PP, Vox y Ciudadanos tienden a preferir un Estado con menos autonomía para las comunidades autónomas o, directamente, un Estado sin autonomías. Esta última opción es la preferida por el 44 % de los votantes de Vox.

En el caso de los partidos de ámbito no estatal, con independencia de su posición ideológica en el eje izquierda-derecha, la mayoría de sus votantes se muestra favorable a ampliar las competencias autonómicas o incluso a permitir la independencia de las comunidades. Entre quienes apoyan la posibilidad de independencia destacan especialmente: CUP (94,4 %), Junts per Catalunya (88 %), EH Bildu (83 %) y ERC (78,4 %). Los votantes del resto de partidos de ámbito no estatal se distribuyen de forma más equilibrada entre quienes apoyan el *statu quo*, el aumento de autonomía o la independencia, mientras que las posturas a favor de una mayor centralización son minoría de forma clara, con la excepción de Navarra Suma y Coalición Canaria.

Para finalizar, cabe plantearse en qué medida estas preferencias están relacionadas con otros aspectos más explícitos de las identidades territoriales. En la tabla 81.5 se ofrecen esas preferencias de acuerdo con el sentimiento de pertenencia de cada individuo. El análisis de la relación entre el sentimiento de pertenencia y las preferencias sobre la organización territorial del Estado revela una conexión significativa, con una correlación positiva moderada según el coeficiente de Spearman (Rho = 0,405; significación = 0,000). Esto indica que, a medida que aumenta el sentimiento de identificación con la comunidad autónoma frente al sentimiento de identidad exclusivamente española, crece también el apoyo a modelos territoriales más descentralizados o que contemplen la posibilidad de independencia.

TABLA 81.5. *Preferencias sobre el Estado autonómico por sentimiento de pertenencia*

	Solo español	*Más español*	*Tan español como de mi comunidad*	*Más de mi comunidad*	*Solo de mi comunidad*	*Ninguna de las anteriores*	*Total*
Un Estado con un único Gobierno central sin autonomías.	30,7	20,1	11,9	4,3	3,7	11,2	13
Un Estado en el que las comunidades autónomas tengan menor autonomía que en la actualidad.	24,1	35,1	22,2	5,2	1,5	12,3	19,7
Un Estado con comunidades autónomas como en la actualidad.	25,4	26,4	39,8	22,2	8,6	24,5	31,5
Un Estado en el que las comunidades autónomas tengan mayor autonomía que en la actualidad.	9,8	12,2	17,1	34,4	12,8	18,2	18,3
Un Estado en el que se reconociese a las comunidades autónomas la posibilidad de convertirse en Estados independientes.	4,3	3,8	5,3	32,1	67,4	23,8	13,5

Fuente: Estudio CIS 3409.

En primer lugar, entre quienes se sienten únicamente españoles, las opciones más apoyadas son un Estado con un único Gobierno central sin autonomías (30,7 %) y, en menor medida, un Estado con comunidades autónomas como el actual (25,4 %) o con menor autonomía (24,1 %). Entre quienes se sienten más españoles que de su comunidad autónoma, la preferencia se concentra de manera clara en un Estado con menor autonomía (35,1 %), seguido por el modelo autonómico actual (26,4 %) y el modelo centralizado (20,1 %). En tercer lugar, entre quienes se sienten únicamente de su comunidad autónoma, el 39,8 % prefiere el modelo autonómico actual, un 22,2 % opta por mayor autonomía y un 5,3 %, por la independencia. Este grupo refleja una mayor inclinación hacia el autogobierno, aunque no independentista, de forma mayoritaria. Las preferencias cambian aún más entre quienes se sienten más de su comunidad que españoles. En este grupo, el 34,4 % apoya un modelo con mayor autonomía y el 32,1 %, directamente la independencia, lo que muestra una clara orientación hacia formas avanzadas de autogobierno o separación. Solo el 11,9 % apoya el modelo actual y el respaldo a un Estado centralizado o con menor autonomía es mínimo. Por último, en el caso de quienes se sienten tan españoles como de su comunidad, predominan las preferencias por el reconocimiento del derecho a la independencia (67,4 %) y por una mayor autonomía (12,8 %), lo que podría reflejar una visión más compleja o ambivalente del equilibrio territorial.

81.5. La evolución en Cataluña

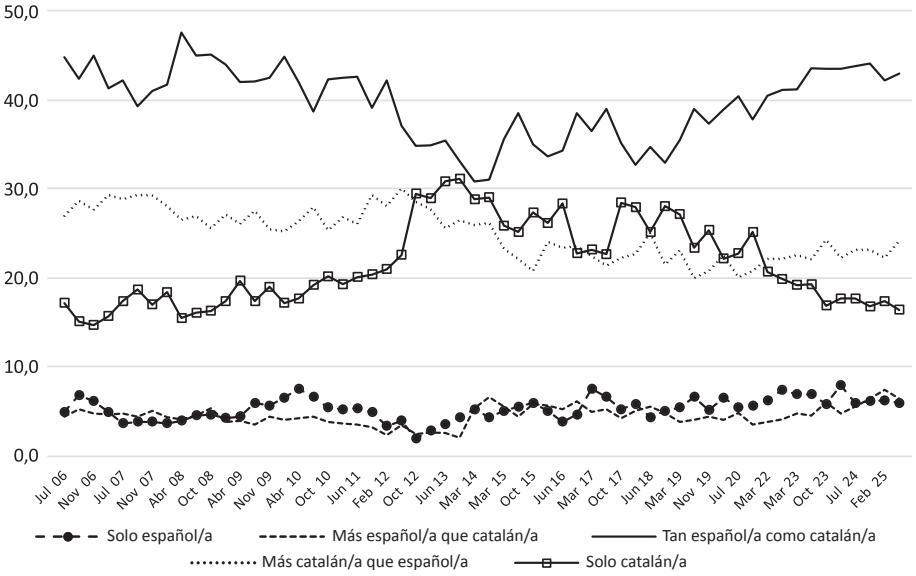
Hasta ahora, hemos visto que las identidades territoriales están muy condicionadas por las características políticas de los diferentes territorios, lo que produce variaciones significativas entre comunidades autónomas. Más allá de este factor estructural, nos planteábamos al inicio del capítulo la influencia concreta que ha tenido sobre las identidades territoriales en España la evolución del proceso soberanista que se dio en Cataluña entre 2012 y 2017.

En el conjunto de España, esta influencia se habría dado, sobre todo, en términos de preferencias de organización territorial, hecho que ha favorecido el ascenso de posiciones escépticas respecto al modelo autonómico, aunque los principales cambios que se dan en este terreno se originan realmente antes del inicio del proceso soberanista catalán.

En cambio, la influencia producida sobre las identidades de la población catalana es lógicamente mayor. De entrada, el indicador de sentimiento de pertenencia (pregunta «Linz-Moreno») registró cambios sin precedentes hacia 2012. Como muestra el gráfico 81.6, se produjo un aumento de casi diez puntos en la identificación exclusivamente catalana, en detrimento de las identidades duales. Ese cambio se mantuvo durante dos años y, a partir de 2014, se produjo un paulatino reequilibrio y retorno hasta la situación inicial que se prolongó cerca de ocho años. A partir de 2020 se abre una nueva situación, definida por una clara caída de identificación exclusivamente catalana, situada ya por debajo de los veinte puntos, y una recuperación al alza de la identidad dual. En contraste, es interesante destacar que la identidad española (exclusiva o predominante) permaneció constante durante todo este tiempo, lo que refuerza la idea de que los cambios en la identidad territorial de los catalanes se circunscribieron sobre todo a un grupo de población de sentimiento catalanista.

Este retorno a la situación previa presenta algunas novedades. Por un lado, la identidad dual central (tan español como catalán) amplía su distancia respecto a la identidad dual de predominio catalán. Por otro lado, el reequilibrio de identidades, que sigue el patrón anterior al proceso, tiene más que ver con la llegada de las nuevas cortes de ciudadanos que con un retorno de identidades previas de aquellos ciudadanos que las cambiaron en su momento. Esto se refleja en la nueva relación proporcionalmente positiva entre identidad exclusiva catalana y edad. Si bien tradicionalmente esta relación había sido más bien negativa (a menos edad, más identidad única o exclusivamente catalana), ahora se da una relación opuesta (entre menores de cuarenta años, menos identidad catalana). Según datos de junio de 2025 (Barómetro del CEO), mientras que, entre los mayores de cuarenta años, la identidad catalana (exclusiva o de predominio) se encuentra en el 43 % aproximadamente, por debajo de esa edad cae siete puntos. En concreto, solo el 8,5 % de los jóvenes entre veinticinco y treinta y cuatro años se sienten solo catalanes, mientras que esa cifra se dobla para quienes tienen entre treinta y cinco y cuarenta y nueve años, y supera el 20 % para quienes tienen más de cincuenta años.

Gráfico 81.6. *Sentimiento de pertenencia en Cataluña*

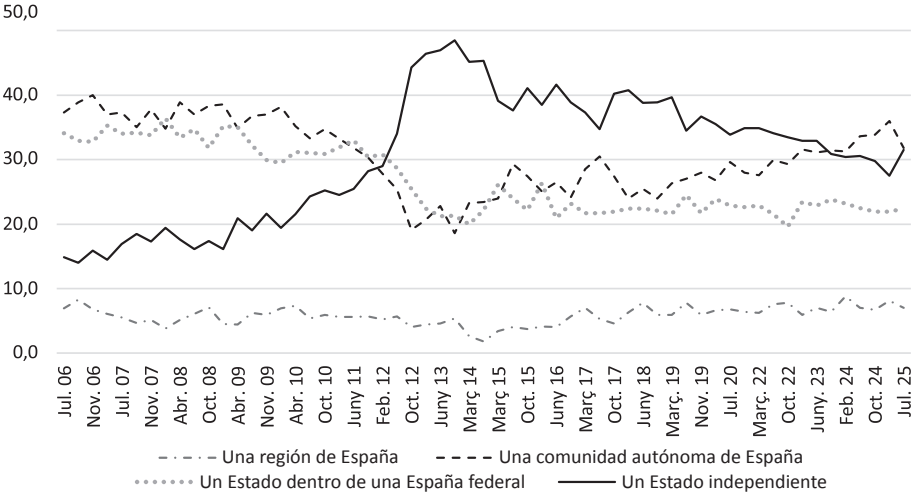


Fuente: Barómetros del CEO.

Estos cambios también se reflejan en el indicador de preferencias de organización territorial. Una forma habitual de preguntar este indicador en Cataluña es planteando el estatus deseable en España (una región, una comunidad autónoma, un Estado de una España federal, un Estado independiente). Tradicionalmente, la opción preferida por más catalanes era la de una comunidad autónoma dentro de España, seguida de la opción de un Estado federal, respuestas que representaban a ocho de cada diez catalanes. En cambio, el apoyo de la independencia había fluctuado en torno al 15 %, mientras que la preferencia por un estatus meramente regional había sido residual.

Como se observa en el gráfico 81.7, aquí también se manifestó una transformación de las actitudes de los catalanes. Pero, a diferencia del indicador de sentimiento de pertenencia, las preferencias por la organización territorial comenzaron a cambiar antes y, aunque también han experimentado un reflujo posterior, los registros todavía no han alcanzado el nivel previo que tenían antes del cambio. El incremento del apoyo a la independencia comenzó a crecer justo después de la aprobación del nuevo estatuto de autonomía, aprobado en 2006 y experimentó una aceleración inédita en 2012. En apenas un año, ese apoyo subió más de veinte puntos, un cambio sin precedentes en la política comparada en escenarios de reivindicaciones soberanistas. Tras alcanzar el pico hacia 2013, el apoyo a la independencia se estabilizó durante todo proceso en torno al 40 % y solo inició un claro declive a partir de 2019, tras el cambio de partidos en el Gobierno central. Desde entonces ha caído hasta registros alrededor del 30 % (en torno al 40 % en preguntas dicotómicas a favor o en contra de la independencia). El auge del independentismo coincidió con

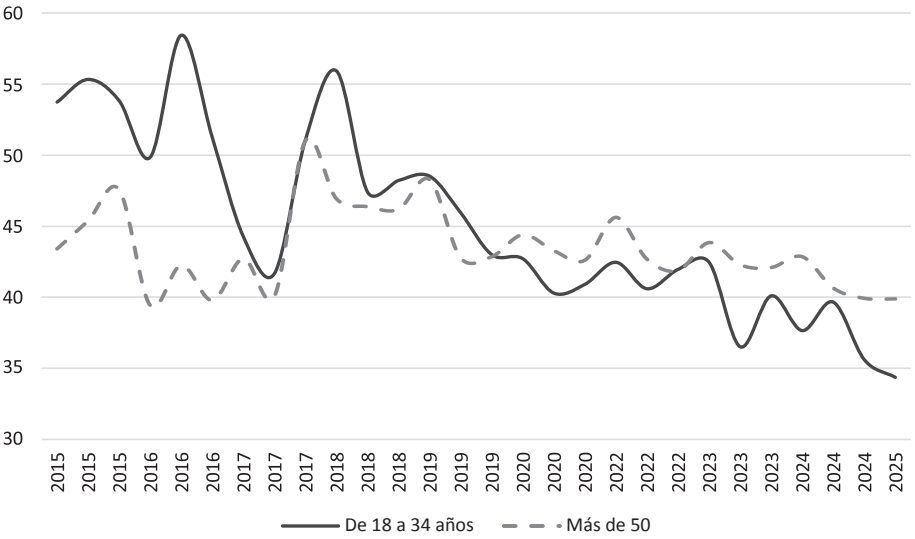
Gráfico 81.7. *Preferencias sobre el estatus político de Cataluña*



Fuente: Barómetros del CEO.

una caída equivalente de las posiciones favorables al modelo autonómico o al modelo federal. Luego, a medida que el proceso soberanista fue estancándose, se recuperó el apoyo al modelo autonómico, pero no así al modelo federal, hasta una situación actual en 2025, en la cual ningún modelo tiene un apoyo predominante de manera clara.

Gráfico 81.8. *Apoyo a la independencia en Cataluña por franjas de edad*



Fuente: Barómetro de marzo del CEO (2025).

Al igual que sucedía con la identidad nacional, las fluctuaciones en las preferencias territoriales han experimentado cambios relacionados con la edad y con un significado posiblemente generacional. Mientras que el apoyo de la independencia había sido mayor entre los más jóvenes y más moderado entre los mayores, tras la crisis del procés se ha entrado en un nuevo escenario. Esta pauta se ha invertido, de modo que la caída del apoyo al independentismo ha sido más pronunciada entre los jóvenes, hasta el punto de convertirlos en el grupo más distanciado de esa opción. Como se puede observar en el gráfico 81.8, entre 2018 y 2025, el apoyo a la independencia entre los menores de treinta y cinco años ha caído más de veinte puntos, mientras que, entre los mayores de cincuenta años, se ha mantenido oscilando en torno al 40-45 %, de manera estable.

81.6. Conclusiones

Este capítulo ha presentado una evolución de las identidades territoriales entre 2014 y 2025 y ha adoptado un enfoque plural en el uso de indicadores para medir esas actitudes. Hemos tratado de observar el impacto que puede haber tenido la evolución política de estos años sobre esas identidades, particularmente la irrupción de nuevos partidos políticos y el proceso soberanista en Cataluña. Estas son las principales conclusiones alcanzadas en nuestro análisis:

- Se mantiene y se refuerza la lógica de identidades anidadas en la mayoría de la población, lo que significa que los españoles asumen identidades territoriales, basadas en diversos ámbitos de identificación, sin que haya una graduación clara. De hecho, la tendencia de estos años ha sido a igualar el peso que tienen los diversos ámbitos de identificación, lo que refuerza la lógica dual o solapada de las identidades en los individuos. Por tanto, no hay ninguna identidad en particular que se ha visto especialmente reforzada o particularmente debilitada, en un contexto de cambios geopolíticos y de irrupción de discursos y fuerzas políticas que ponen mayor énfasis en visiones menos cosmopolitas y más nacionalistas.
- Se constata un cierto retroceso de las manifestaciones más cualitativas de la identidad nacional, relacionadas con expresiones de orgullo, sea nacional o regional. No solo retrocede la afirmación más intensa de orgullo identitario, sino que esta se da principalmente entre las cohortes más jóvenes. No obstante, también se observa una recuperación del orgullo nacional, sobre todo entre votantes más conservadores.
- La única identidad claramente en ascenso estos años ha sido la identificación europeísta, aunque no se ha hecho en detrimento de otras identidades, sino que se ha reforzado su imbricación en la estructura de identidades anidadas mencionada con anterioridad.
- Se han mantenido los cambios detectados a principios de la década anterior, relacionados con un aumento de las exposiciones escépticas o contrarias al autonomismo, así como las favorables a incrementar el autogobierno de las comunidades. Si bien esto sugiere un incremento

de la polarización sobre las preferencias de organización territorial, hay que tener en cuenta el cambio técnico implementado en 2009, cuando la pregunta del CIS dio la oportunidad de apoyar una posición favorable a la descentralización, aunque con menor autogobierno. Si ese cambio hubiese puesto de manifiesto una opinión más crítica hacia el modelo actual de autonomía que se habría visto obligada hasta entonces a encuadrarse en la categoría de apoyo al Estado autonómico actual, el aumento de las posiciones escépticas respecto al modelo debería ponderarse y habría que evitar sobreinterpretarlas. En cualquier caso, la irrupción de un partido como Vox, con posiciones contrarias al Estado autonómico, no ha dado lugar a un incremento significativo de estas posiciones en el conjunto de la población.

- En general, la irrupción de nuevos partidos no ha tenido un impacto apreciable ni relevante en la estructura de las identidades territoriales de los españoles. Más bien, estos han tendido a adaptarse a ese esquema, lo que ha introducido quizá la expresión de matices existentes en la identidad de los individuos pero ausentes en los discursos de los partidos que los representaban hasta ese momento.
- El desarrollo del proceso soberanista en Cataluña durante la década pasada fue de la mano de importantes cambios en diversos indicadores de la identidad territorial de los catalanes. En cambio, a la hora de valorar su impacto posteriormente, las consecuencias parecen menores. En primer lugar, no parecen haberse producido grandes cambios a consecuencia de ello en el conjunto de las identidades territoriales de los españoles, quizá centradas en el aumento de posiciones estéticas ante el autogobierno, aunque este aumento se inició antes de la evolución política catalana. También se han registrado incrementos en el apoyo a más descentralización, pero ese aumento en el conjunto de España se ha dado precisamente cuando estaba bajando el apoyo a esa opción en Cataluña. Lo más destacado en términos de identidad territorial en relación con el proceso soberanista ha sido la elasticidad de los diferentes aspectos que definen esas identidades, que experimentan aumentos y luego retrocesos cuantitativos muy importantes y sin precedentes en la política comparada de este tipo de conflictos. En todo caso, las consecuencias más evidentes de esta evolución política podrían ser el aumento del techo de apoyo al independentismo en Cataluña y, paradójicamente, la caída de la identidad exclusiva catalana y el apoyo de la independencia entre las generaciones más jóvenes.

Bibliografía

Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.

Barrio, Astrid y Rodríguez Teruel, Juan (2014). «Pour quelles raisons les partis politiques en Catalogne se sont-ils radicalisés? Le système des partis et la montée du souverainisme (1999-2012)». *Pôle Sud,* 40, pp. 99-119.

Barrio, Astrid y Rodríguez Teruel, Juan (2017). «Reducing the gap between leaders and voters? Élite polarization, outbidding competition, and the rise of secessionism in Catalonia». *Ethnic and Racial Studies,* 40(10), pp. 1776-1794.

Bosco, Anna (2018). *Le quattro crisi della Spagna*. Bologna: Il Mulino.

Coakley, John (2008). «Ethnic competition and the logic of party system transformation». *European Journal of Political Research,* 47(6), pp. 766-793.

Colino, César (2009). «Constitutional change without constitutional reform: Spanish federalism and the revision of catalonia's Statute of autonomy». *Publius,* 39(2), pp. 262-288.

Cussó, Roser; García, Lluís y Grande, Imma (2018). «The Meaning and Limitations of the Subjective National Identity Scale: The Case of Spain». *Ethnopolitics,* 17(2), pp. 165-180.

Dalton, Russell J. (2021). «National/European identities and political alignments». *European Union Politics,* 22(2), pp. 340-350.

Erikson, Erik H. (1950). *Childhood and Society.* New York: W. W. Norton.

Geertz, Clifford (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.

Gellner, Ernest (1988). *Naciones y nacionalismo.* Madrid: Alianza.

Giuliano, Elise (2000). «Who determines the self in the politics of self-determination? Identity and preference formation in Tatarstan's nationalist mobilization». *Comparative Politics,* 32, pp. 295-316.

Guermond, Yves (2006). «Territorial Identity: The Ambiguity of a Geographical Concept». *L'Espace géographique,* 35(4), pp. 291-297.

Guinjoan, Marc y Rodon, Toni (2013). «Beyond Identities: Political Determinants of Support for Decentralization in Contemporary Spain». *Regional & Federal Studies,* 24(1), pp. 21-41.

Guinjoan, Marc y Rodon, Toni (2016). «A Scrutiny of the Linz-Moreno Question». Publius, 46(1), pp. 128-142. doi: 10.1093/publius/pjv031

Gunther, Richard; Sani, Giacomo y Shabad, Goldie (1986). *El Sistemas de Partidos Políticos en España. Génesis y Evolución*. Madrid: CIS.

Heidmets, Mati y Liik, Kadi (2021). Multiple Place Attachment as Mental Border Building. En: Kullasepp, Katrin y Marsico, Giuseppina (eds.). *Identity at the Borders and Between the Borders* (pp. 23-36). Springer Nature.

Herb, Guntram H. y Kaplan, David H. (1999). *Nested Identities: Nationalism, Territory, and Scale*. London: Bloomsbury Academic.

Ishiyama, John (2009). «Do Ethnic Parties Promote Minority Ethnic Conflict?». *Nationalism and Ethnic Politics,* 15, pp. 56-83.

Keating, Michael (1998). *The New Regionalism in Western Europe: Territorial Restructuring and Political Change*. Cheltenham: Edward Elgar.

Lafont, Robert (1968). *La revolution regionaliste.* Paris: Gallimard.

Linz, Juan J. (1973). Early State Building and Late Peripheral Nationalisms Against the State. En: Eisenstadt, y Rokkan, S. (eds.). *Building States and Nations. Analyses by Region* (pp. 32-116). Sage.

Linz, Juan J. (1985). From Primordialism to Nationalism. En: Tiryakian, Edward y Rogowski, Ronald (eds.). New Nationalisms of the Developed West: Toward Explanation (pp. 203-253). Boston: Allen & Unwin.

Lipset, Seymour M. y Rokkan, Stein (1967). Cleavage structures, party systems and voter alignments: an introduction. En: Lipset, Seymour M y Rokkan, Stein (eds.). *Party systems and voter alignments* (pp. 1-64). New York: Free Press.

Medrano, Juan D. y Gutiérrez, Paula (2001). «Nested identities: national and European identity in Spain». *Ethnic and Racial Studies,* 24(5), pp. 753-778.

Miley, Thomas J. (2007). «Against the Thesis of Civic Nation: The Case of Catalonia in Contemporany Spain». *Nationalism and Ethnic Politics,* 13(1), pp. 1-37.

Mitchell, Paul (1995). «Party competition in an ethnic dual party system». *Ethnic and Racial Studies,* 18(4), pp. 773-796.

Moreno, Luis (2010). «Local y global: la dimensión política de la identidad territorial», documento de trabajo 98-02. Instituto de Estudios Sociales Avanzados.

Nieves, Arturo de y Diz, Carlos (2019). «Dual identity? A methodological critique of the Linz-Moreno question as a statistical proxy of national identity». *Revista Española de Ciencia Política,* 49, pp. 13-41.

Panzera, Elisa (2022). *Cultural heritage and territorial identity.* Springer.

Peres, Hubert (2007). «Genèse et contexte d'une invention: le questionnaire de Juan Linz entre identité subjective et prétentions nationalistes». *Revue Internationale de Politique Comparée,* 14, pp. 515-530.

Rabushka, Alvin y Shepsle, Keneth A. (1972). *Politics In Plural Societies: A Theory Of Democratic Instability.* Columbus: Charles E. Merrill.

Rapp, Carolin H. (2022). «The bond that binds or drives us apart? An empirical test of the national identity argument in three countries». *European Political Science Review,* 14(3), pp. 296-314.

Serrano, Ivan (2013). «Just a Matter of Identity? Support for Independence in Catalonia». *Regional & Federal Studies,* 23(5), pp. 523-545.

Smith, Anthony D. (1991). *National identity.* London: Penguin Books.

Tajfel, Henri y Turner, John C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En: Austin, y Worchel, S. (eds.). *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks/Cole.

Tormos, Raül; Muñoz, Jordi y Hierro, María J. (2015). *Identificació nacional: causa o conseqüència? Els efectes del debat sobre la independència en la identitat dels catalans.* Barcelona: CEO. Centre d'Estudis d'Opinió.

Wang, Yan (2016). «Globalization and Territorial Identification: A Multilevel Analysis Across 50 Countries». *International Journal of Public Opinion Research*, 28(3), pp. 401-414.

Winter, Lieven de y Türsan, Huri (eds.) (1998). *Regionalist Parties in Western Europe.* London: Routledge.

82. Euroescepticismo y horizontes europeos

Carlos de Cueto Nogueras
Profesor Titular en Ciencia Política y de la Administración
Universidad de Granada

Francisco Javier Alarcón González
Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Ciencia Política y de la Administración
Universidad de Granada

82.1. Introducción

El antieuropeísmo se ha propagado como un virus por prácticamente todos los países del continente (Leonard, 2014, p. 1), sin importar su dimensión territorial o poblacional, el tiempo de pertenencia al proyecto europeo o los beneficios tangibles que hayan podido obtener de su pertenencia a la Unión Europea. El fenómeno afecta a Gobiernos y partidos políticos, de igual forma que a ciudadanos, medios de comunicación, sociedad civil e incluso a círculos académicos. Estos agresivos discurso político y retórica euroescépticos y estos debate público y narrativa antieuropeístas, además de esta percepción ciudadana de hostilidad hacia el proyecto europeo, se han incorporado a la política tanto nacional como europea (Usherwood y Startin, 2013). La aceleración del proyecto de unión económica y política ha coincidido con una politización creciente de la integración europea, lo que ha hecho que el antieuropeísmo se haya vuelto más evidente y visible y no solo en los debates, en los discursos y en las narrativas políticas nacionales y europeas, sino también en los estudios sobre la integración europea. El euroescepticismo se ha convertido en un campo de análisis, en una subdisciplina propia y bien consolidada, dentro de los estudios europeos (Flood, 2009; Mudde, 2012).

82.2. Aparato teórico y clarificación conceptual

82.2.1. Carácter multifacético del antieuropeísmo

El euroescepticismo, la hostilidad o el rechazo a la integración europea no es algo fácil de analizar, pues no se trata ni de una construcción discursiva homogénea entre los partidos políticos ni de una percepción pública estática sobre el proyecto europeo. Nos aproximamos a un fenómeno complejo, dinámico,

heterogéneo y multifacético (Boomgaarden *et al*., 2011; Usherwood y Startin, 2013; Vries, 2018) que varía en el tiempo según el contexto o momento histórico de la construcción europea en el que nos situemos, en intensidad y en sus manifestaciones según el país europeo y los actores que analicemos, en función del ámbito específico de integración y varía, finalmente, según nuestra imagen o concepción particular de lo que significa Europa o, dicho de otra forma, de nuestra comprensión de la identidad europea (Pfister, 2010; Theiler, 2010).

82.2.2. Ambigüedad terminológica

Si el antieuropeísmo o euroescepticismo es un fenómeno difícil de analizar, lo es también para ser definido, ya que no existe una definición precisa y consensuada por la academia a pesar de que el término se ha popularizado y su uso se ha extendido y consolidado en el ámbito de los estudios sobre integración europea. Pese a esto, se ha convertido en un término *catch-all* que refleja y abarca un espectro y una gama amplios de reacciones, posiciones y actitudes negativas hacia la integración europea y hacia la pertenencia a la Unión Europea que van desde la desconfianza, las dudas, la incredulidad, el desapego, el cinismo o el recelo hasta la oposición, el rechazo y la hostilidad (Hobolt *et al*., 2011; Kopecky y Mude, 2002; Lubbers y Scheepers, 2005; Taggart, 1998; Taggart y Szczerbiak, 2004). A pesar de la ambigüedad e imprecisión terminológica del término euroescepticismo, en parte determinada por las singularidades de las culturas políticas nacionales de los Estados europeos y por las representaciones e ideas preconcebidas que tenemos de Europa, esta actitud no implica de forma necesaria un rechazo o resistencia a la idea misma de Europa y de la integración europea, sino que podría incluir igualmente una crítica constructiva sobre el *statu quo* de la situación actual del proyecto europeo. Estas críticas suelen dirigirse contra algunas de sus decisiones o políticas públicas y contra aspectos concretos del diseño institucional del sistema político supranacional.

82.2.3. Origen de la resistencia a Europa

Sería un gravísimo error pensar que el antieuropeísmo surgió en los años ochenta en la política británica y se agravó y extendió en los noventa por todo el continente, aunque sí es cierto que en esos dos momentos históricos claves la resistencia a Europa abandonó parte de la marginalidad política en la que vivía. Las actitudes de oposición y resistencia a la integración europea han existido desde el mismo momento en que esta fue concebida y han acompañado al proceso de construcción desde sus inicios; así, cabe recordar la contestación, las manifestaciones y las denuncias de las principales organizaciones sindicales, del Partido Comunista Francés y de otros partidos de extrema izquierda contra el Tratado de París de 1951 y la puesta en marcha de la Comunidad Europa del Carbón y del Acero. El antieuropeísmo no es un fenómeno nuevo, sino tan viejo como la misma idea de Europa (Lacroix y

Coman, 2007) y ha estado siempre presente en la política y en la sociedad europeas. No obstante, hay tres momentos históricos que han marcado un antes y un después en la visibilidad, desarrollo y consolidación de este fenómeno en el continente europeo.

Sin ser, por tanto, el euroescepticismo un fenómeno británico, los años ochenta representaron un primer punto de inflexión y, de hecho, este término fue utilizado por primera vez por el diario británico *The Times* el 11 de noviembre de 1985 para describir la oposición escéptica hacia la integración europea del Gobierno conservador británico liderado por Margaret Thatcher (Spiering, 2004). Con la *premier* británica, considerada por muchos la madre espiritual del euroescepticismo (Alexandre-Collier, 2015), la oposición política al proyecto europeo, considerada hasta ese momento como algo marginal, periférico y minoritario, propio de los partidos situados en los extremos del espectro ideológico de la política nacional, se hace más visible, se normaliza, se legitima y asalta, por primera vez, a uno de los partidos tradicionales de Gobierno en el Reino Unido, el Partido Conservador. Con su frontal rechazo a la contribución del Reino Unido al presupuesto europeo bajo el eslogan *I Want My Money Back* y con su icónico discurso pronunciado en Brujas el 20 de septiembre de 1988 en el que explicitó su frontal oposición hacia un proyecto en el que las comunidades europeas usurpaban el poder y autoridad real de los Gobiernos nacionales, las viejas tradiciones y eslóganes del partido, como la importancia de la soberanía nacional y la santidad del Estado nación, se ponen al servicio de estas cruzada y retórica políticas agresivas euroescépticas. Pero, al mismo tiempo, sirvió de catalizador para el surgimiento de visiones divergentes hacia la integración europea entre las élites políticas nacionales (Hooghe y Marks, 1997; Usherwood, 2007).

Un segundo momento clave para el euroescepticismo se inició en los años noventa, marcados por la negociación, aprobación y ratificación del Tratado de Maastricht y de otros posteriores como Ámsterdam, Niza y el fallido proyecto de Constitución europea. El tratado sobre la Unión Europea supuso un cambio estructural para el proyecto europeo y para el antieuropeísmo por dos razones fundamentales. Por un lado, representó un salto cualitativo en la construcción europea al dejar atrás la integración centrada en cuestiones meramente económicas y técnicas –*low politics*– para deslizarse hacia cuestiones más políticas y sensibles –*high politics*– como la ciudadanía europea, el principio de subsidiariedad, la política exterior y seguridad común y de justicia y asuntos internos, el Comité de las Regiones, la Unión Monetaria y las nuevas áreas de política pública comunitarizadas, lo que alteró los parámetros de evaluación del proyecto por parte de los ciudadanos. Si hasta principios de los noventa el proyecto europeo y, de manera concreta, el Mercado Común, se evaluaban exclusivamente por su desempeño económico en términos de control de precios, creación de empleo y crecimiento económico. A partir de esa fecha, entran en juego variables sociales y políticas tales como la erosión de la identidad nacional, el déficit democrático del sistema político supranacional, la falta de legitimidad, transparencia y rendición de cuentas de las instituciones europeas o el temor a la creación de un superestado centralizado devorador de soberanía nacional. Hubo en ese momento una mutación en los

factores que estaban detrás del apoyo o de la falta de apoyo a la integración europea (Eichenberg y Dalton, 2007; Manigand y Dulphy, 2004). Por otro, a partir de este tratado, numerosos Estados decidieron dar a los ciudadanos la capacidad de decisión mediante consultas populares para ratificar los tratados europeos y las delegaciones de poder, autoridad y soberanía en favor de las instituciones supranacionales, lo que convirtió el proceso de integración en un tema nuevo de interés público. Estos referendos sirvieron solo para poner de manifiesto el creciente distanciamiento entre las élites políticas y una ciudadanía abiertamente crítica y beligerante sobre las cuestiones de la integración europea (Bijsmans, 2017; Down y Wilson, 2008; Franklin, Marsh y McLaren, 1994; Lacroix y Coman, 2007; Startin y Krouwel, 2013; Verney, 2011). Este cambio de actitud en la población europea hacia el proyecto integrador se plasmó en los triunfos del «No» al Tratado de Maastricht en el referéndum de Dinamarca de 1992, al Tratado de Niza en el referéndum de Irlanda en 2001, a la moneda única europea en el referéndum de Suecia de 2003, al proyecto de Constitución europea en los referéndums de Francia y Países Bajos en 2005, al Tratado de Lisboa en el referéndum de Irlanda en 2008, al proyecto para abandonar el *Opt-Out* en el ámbito de justicia y asuntos internos en el referéndum de Dinamarca en 2015, al Acuerdo de Asociación con Ucrania en el referéndum de Países Bajos en 2016 o a la permanencia en la Unión en el referéndum del Reino Unido en ese mismo año. Los referendos nacionales sobre cuestiones europeas reforzaron la normalización y extensión del euroescepticismo más allá de los partidos políticos y de ciertas élites políticas británicas para contagiar a segmentos significativos de la ciudadanía europea y a los medios de comunicación (Brack y Startin, 2015, p. 240; Todorova, 2017, p. 407) y certificaron, de igual forma, el fin del consenso permisivo. Este consenso permisivo o consentimiento tácito de los ciudadanos al proyecto comunitario permitió a las élites políticas y a los artífices de las comunidades europeas dominar el proyecto sin preocuparse de su aceptación por una ciudadana obediente, tolerante y esperanzada en las promesas realizadas sobre las bondades y ventajas tangibles que traería el proyecto de integración en términos de oportunidades de empleo y negocio, intercambios comerciales, progreso económico y bienestar (Condruz-Băcescu, 2014; Leconte, 2010; Lindberg y Scheingold, 1970).

El tercer punto de inflexión en el devenir de la resistencia a la integración europea coincide con las crisis, muchas de ellas externas, recurrentes que han azotado al mundo y al Viejo Continente en estos últimos años (Crespy y Verschueren 2009; Ross, 2011). La crisis económica y financiera de 2008 y la subsiguiente crisis del euro –durante la que se amenazó a Grecia con ser expulsada de la Unión Monetaria–, la crisis migratoria y de refugiados de 2015-2016 –que llegó a uno de sus puntos más álgidos cuando Hungría bloqueó su frontera exterior y el acuerdo de Dublín fue suspendido–, el referéndum del *brexit* de 2016, la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19 y la invasión rusa de Ucrania han hecho especialmente visible y evidente cierta desunión entre los Estados miembros y una desafección hacia la integración entre amplios segmentos de la población europea (Hooghe y Marks, 2008). Como afirmase el Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Barroso, «Hay viejos demonios en Europa –nacionalismo, populismo y

xenofobia–, y en tiempos de crisis las fuerzas extremistas, populistas, tienen el terreno abonado para simplificar las cosas y manipular los sentimientos» (Miliband, 2012). Pero esta tercera fase no solo se ha visto marcada por una mayor contestación social y posiciones y actitudes antieuropeístas más visibles y extendidas en la opinión pública, sino por dos fenómenos adicionales que requieren ser comentados. Por un lado, la retórica euroescéptica, específica de las fuerzas políticas marginales y periféricas de los extremos ideológicos, se ha trasladado al centro de la política nacional y se ha incorporado al ideario electoral de muchos partidos políticos tradicionales e históricamente proeuropeístas de los Estados miembros. La retórica antieuropeísta ha entrado de lleno en la competencia partidista. Por otro lado, a partir de las elecciones al Parlamento Europeo de 2009, los partidos políticos con retóricas euroescépticas han obtenido un espectacular desempeño electoral, lo que ha consolidado la relevancia de los grupos políticos antieuropeístas en el Parlamento Europeo y ha alterado el equilibrio de poderes y fuerzas en su seno, lo que dificulta la construcción de los grandes consensos tradicionales en la toma de decisiones de nivel supranacional[1]. Estos partidos políticos euroescépticos han abandonado la marginación e irrelevancia en la política nacional y, sobre todo, en la arena política europea.

82.2.4. El antieuropeísmo en la opinión pública

Durante mucho tiempo, el análisis académico sobre el antieuropeísmo y euroescepticismo se centró en los partidos políticos (Brack y Startin, 2015; Christin, 2005; Condruz-Băcescu, 2014; Conti y Memoli, 2017; Eichenberg y Dalton, 1993; Guerra, 2017; Kopecky y Mudde, 2002; Meijers, 2017; Mudde, 2012; Ray, 1999; Rovny, 2004; Skinner, 2013; Szczerbiak y Taggart, 2008; Taggart, 1998; Taggart y Szczerbiak, 2002), pero poco a poco fueron surgiendo estudios centrados en el análisis de la opinión pública hacia el proyecto europeo (Fossum y Schlesinger, 2007; Krouwel y Abts, 2007; Lubbers y Scheepers, 2005; McLaren, 2007; Vreese, Boomgaarden y Semetko, 2008; Weβels, 2007) hasta convertirse hoy en una subdisciplina central de los estudios sobre la integración europea (Boomgaarden *et al.,* 2011, p. 242). Manifiestamente, el euroescepticismo de los partidos políticos es muy distinto al de los ciudadanos europeos, aunque no dudamos en modo alguno del efecto contagio que las posiciones expresadas por los medios de comunicación y los partidos políticos tienen sobre las actitudes y posiciones de los ciudadanos (Hooghe, 2007; Lubbers y Scheepers, 2010; Steenbergen, Edwards y Vries, 2007).

---

[1] Los grupos políticos antieuropeístas –ECR, EFDD, GUE-NGL– obtuvieron en la legislatura 2009-2019 un total de ciento veinticuatro escaños y un 17,6 % de los votos; en la legislatura 2014-2019 subieron a 171 escaños y el 22,8 % de los votos (en 2015, Marine Le Pen y Marcel de Graaff lanzaron el nuevo grupo, denominado Europa de las Naciones y la Libertad (ENF); en la legislatura 2019-2024 nació un nuevo grupo parlamentario, Identidad y Democracia (ID) con un total de 176 asientos (EFDD desapareció y se integraron la mayoría en ID). El grupo Conservadores y Reformistas Europeos se convirtió, tras las elecciones europeas de 2014, en el tercer grupo parlamentario más grande del Parlamento Europeo con un total de setenta eurodiputados.

Desde los años noventa, se han instalado en la ciudadanía europea unas hostilidad, desconfianza y oposición crecientes hacia el proyecto europeo (Harmsen y Spiering, 2014, p. 18). No obstante, este antieuropeísmo social es también complejo, heterogéneo y multifacético (Loveless y Rorhscheider, 2011; Sørensen, 2008), ya que hay una pluralidad de factores –económicos, identitarios, culturales e institucionales– que inciden en la actitud que tienen los ciudadanos hacia la integración europea (Anderson y Kaltenhaler, 1996; LeConte, 2010; Lubbers y Scheepers, 2010; Skinner, 2013). Estos factores no son excluyentes, sino complementarios, de forma que una actitud de escepticismo popular hacia la integración es una combinación de emociones negativas asociadas a la amenaza cultural e identitaria, a la globalización, a la falta de una Europa social, a la creciente burocratización de Bruselas, a la desconfianza en las instituciones supranacionales o a una percepción de desventaja económica individual o nacional.

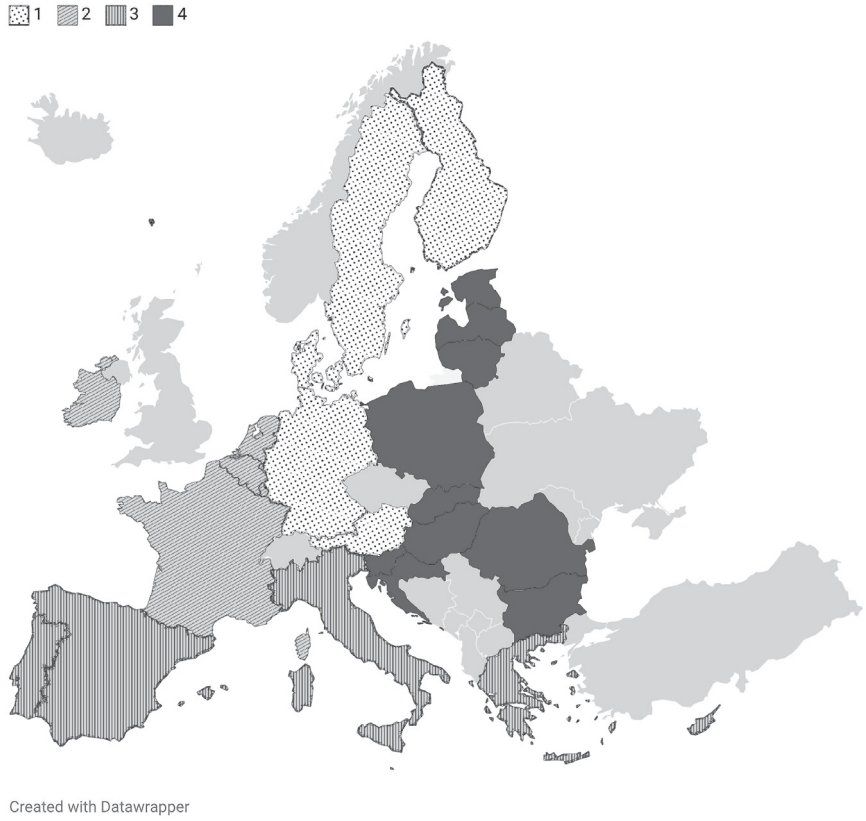
82.3. Datos y metodología

La creciente apatía y hostilidad hacia la integración europea en la ciudadanía de los Estados miembros se puede analizar a partir del desempeño electoral de los partidos políticos con retóricas euroescépticas, tanto en las elecciones nacionales como europeas, por el resultado de los referendos nacionales convocados, sobre todo a partir del Tratado de Maastricht, para ratificar los nuevos tratados y una amplia gama de cuestiones de la agenda europea y, finalmente, por los datos de opinión pública, que será la opción empleada en este trabajo. Serán utilizados los informes semestrales del Eurobarómetro, que incluyen como preguntas un indicador directo de la percepción que tiene la ciudadanía europea de la pertenencia de su país a la Unión Europa como una «cosa mala» y tres indicadores indirectos que nos permiten medir y evaluar las actitudes antieuropeístas del público europeo serán: la desconfianza en la Unión Europa, la imagen negativa hacia la Unión Europea y el pesimismo sobre el futuro de la Unión Europea.

Los datos han sido recopilados de forma desagregada, que es como aparecen en los informes, y ordenados por fechas y países, pero debemos advertir que, aunque algunas de dichas encuestas se realizaron bianualmente, hemos decidido calcular la media aritmética de ambas entregas para obtener un dato único para cada año de la serie. Para el tratamiento de los datos, hemos considerado oportuno iniciar el estudio de cada uno de estos indicadores de opinión pública de nuestra variable dependiente analizando los valores agregados medios de los veintisiete Estados miembros de la Unión desde el año 2003 hasta el último informe semestral publicado en primavera de 2024, para posteriormente cotejar de forma desagregada los valores medios de cada una de las cuatro regiones en las que hemos categorizado los actuales países participantes en el proyecto europeo. Se ha finalizado con unos breves comentarios sobre los valores desagregados por países o Estados miembros. Es en ese momento cuando valoraremos el comportamiento y desempeño particular de España respecto al resto de socios del proyecto europeo y a los países de nuestro entorno geográfico más cercano.

Tres comentarios adicionales merecen ser destacados. Por un lado, nos centraremos en los actuales Estados miembros, lo que implica que ignoraremos los datos referidos al Reino Unido, cuya salida se completó a principios de 2020. Por otro lado, los valores iniciales de la serie para los socios que se incorporaron más tarde de 2003 se corresponderán con la fecha de su adhesión a la Unión [2]. Por último, las cuatro regiones que hemos propuesto para facilitar el análisis y valorar la magnitud del impacto de cada crisis serán: Europa del Norte (Alemania, Austria, Dinamarca, Finlandia y Suecia); Europa occidental (Bélgica, Francia, Irlanda, Luxemburgo y Países Bajos); Europa del Sur (Chipre, España, Grecia, Italia, Malta y Portugal) y Europa del Este (Bulgaria, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania, Hungría, Polonia, República Checa y Rumanía).

GRÁFICO 82.1. *Países y agrupaciones realizadas*



Fuente: Elaboración propia.

[2] Para los casos de Polonia, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Malta, Chipre, Estonia, Lituania y Letonia tomaremos el valor recogido en el Eurobarómetro de 2004, mientras que para Rumanía y Bulgaria será el de 2007 y para Croacia, el valor obtenido en 2013.

82.4. Análisis y resultados

82.4.1. Percepción de la pertenencia a la Unión Europa

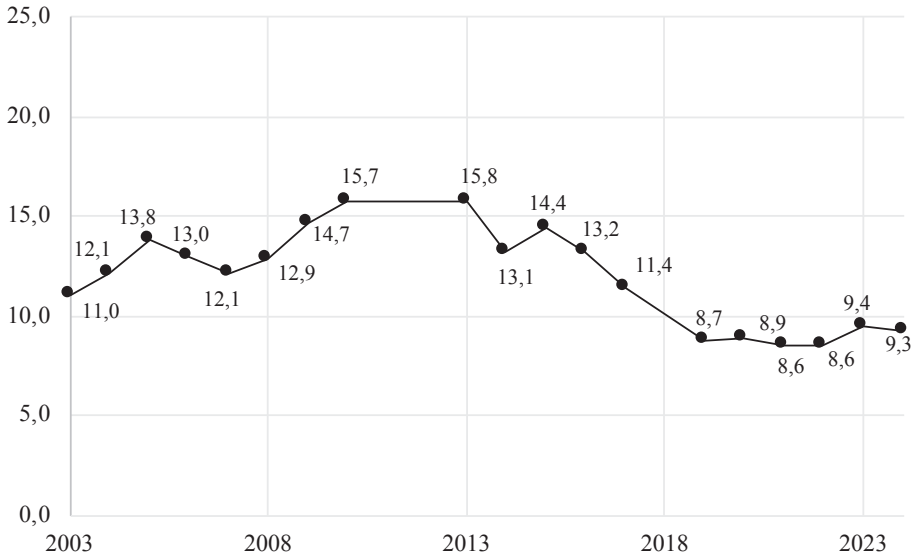
Hemos considerado que la percepción negativa de la pertenencia a la Unión Europea podría considerarse un indicador que refleja ciertamente el nivel de oposición o rechazo al proyecto de integración europea. Para esta tarea, usaremos la pregunta del Eurobarómetro de la Comisión Europea (2003-2010) y del Parlamento Europeo (2011-2024) «La pertenencia a la Unión Europea ¿es una cosa buena?, ¿es una cosa mala?, ¿no es ni buena ni mala?» y nos centraremos en el porcentaje de entrevistados que respondieron que es «una cosa mala». La razón fundamental que justifica que utilicemos la misma pregunta del Eurobarómetro, pero de fuentes distintas, se debe a que dicha pregunta del Eurobarómetro de la Comisión salió de los informes semestrales de opinión pública en 2011, al tiempo que se introdujo en los informes del Parlamento Europeo (*Parlementer*) a partir de 2013.

82.4.1.1. Valores agregados medios de los veintisiete Estados miembros

En un primer análisis sobre la evolución de los niveles de percepción de la pertenencia a la Unión Europea como «una cosa mala», observamos que, a pesar de los moderados altibajos existentes durante la serie temporal, consecuencia de las sucesivas crisis, en general, podríamos calificar esta variable como bastante uniforme en comparación con lo que serán los indicadores de desconfianza, pesimismo y mala imagen hacia la Unión que trataremos posteriormente. De hecho, el valor más alto de la serie se sitúa en el 15,8 % y, aunque el valor más bajo será del 8,6 % en los últimos años de la serie temporal, no debemos olvidar que el valor inicial en 2003 era del 11 % y los valores de años anteriores a esta fecha se encontraban entre el 10 % de 2002 y el 17 % de 1996. Así, podemos afirmar que los valores de este primer indicador se mantuvieron moderadamente estables y bajos.

No obstante, profundizando algo más en el detalle de los valores a lo largo de la serie, coincidiendo con la gran ampliación de la Unión Europea a los países del centro y este de Europa de 2004 y de 2007 y con el fracaso en la ratificación del proyecto de Constitución europea en Francia y Países Bajos en 2005 y su posterior abandono, los valores muestran un leve o moderado aumento hasta alcanzar el valor del 15,8 %, que se tornaría más pronunciado con el advenimiento de la crisis económica y financiera de 2008 para alcanzar en los años 2010 y 2011 el nivel máximo de toda nuestra serie. A partir de ahí se inicia una gradual disminución que se vio interrumpida momentáneamente por la crisis migratoria y de refugiados de 2015 y 2016. La desbastadora irrupción de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 llevó a los valores más bajos del 8,6 %, no solo de toda nuestra serie, sino de los registros existentes de este ítem de opinión pública, aunque en el último informe del

Gráfico 82.2. *Valor medio de pertenencia a la Unión Europea (%)*



Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

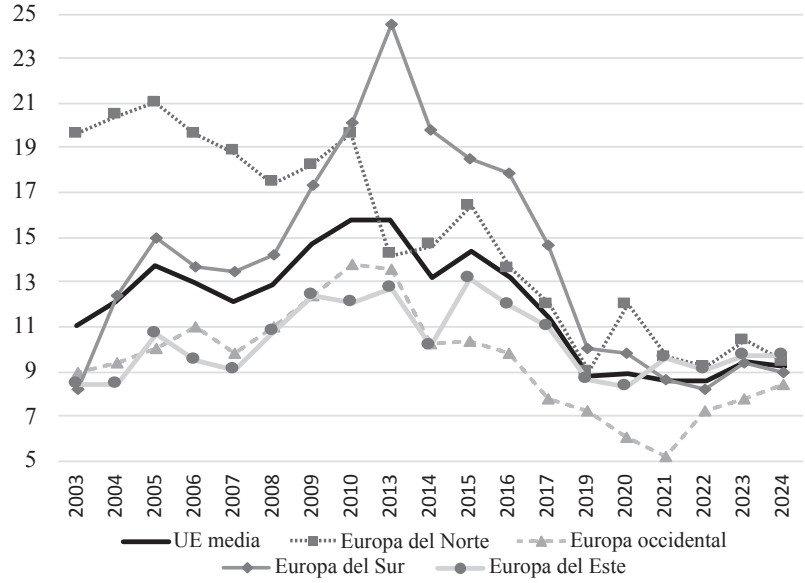
Eurobarómetro de 2024 retoma la senda de ascenso hasta llegar a un valor del 12 %. De cualquier forma, podemos confirmar no solo que los valores iniciales de 2003 se recuperan en 2017, sino que se rebajan por debajo de esos valores para alcanzar el mínimo histórico, como describíamos antes. Los datos generales apuntan a que este primer indicador del antieuropeísmo se ha visto escasamente afectado por las distintas crisis que han sacudido Europa en los últimos veinte años.

82.4.1.2. Valores agregados en las cuatro regiones europeas

A continuación, pasamos a describir el comportamiento de este indicador de euroescepticismo en las cuatro regiones para tratar de identificar similitudes o discrepancias en la forma en que pudieron verse afectadas por las crisis. La mayoría de las regiones reproducen comportamientos y tendencias similares en la evolución del indicador de euroescepticismo en la serie analizada (2003-2024) y se puede afirmar que prácticamente todas ellas recuperan al final de la misma los valores iniciales, algunas de ellas incluso los reducen. Si la región de Europa del Este se limita al final de la serie a recuperar los valores iniciales –aunque en los dos últimos años de la serie sobrepasa por un punto porcentual el valor inicial–, las otras tres regiones consiguen reducir los valores de partida. No obstante, deberíamos hacer una

precisión al respecto. Si las regiones de Europa del Sur y occidental consiguen rebajar levemente los valores iniciales en uno o dos puntos porcentuales, Europa del Norte rebaja sus valores iniciales a menos de la mitad, lo que significa unos once puntos porcentuales. Esto implica un cambio de tendencia en los países de Europa del Norte respecto a su relación, no siempre fácil, con la integración Europa.

GRÁFICO 82.3. *Media regional de pertenencia y medias por regiones*

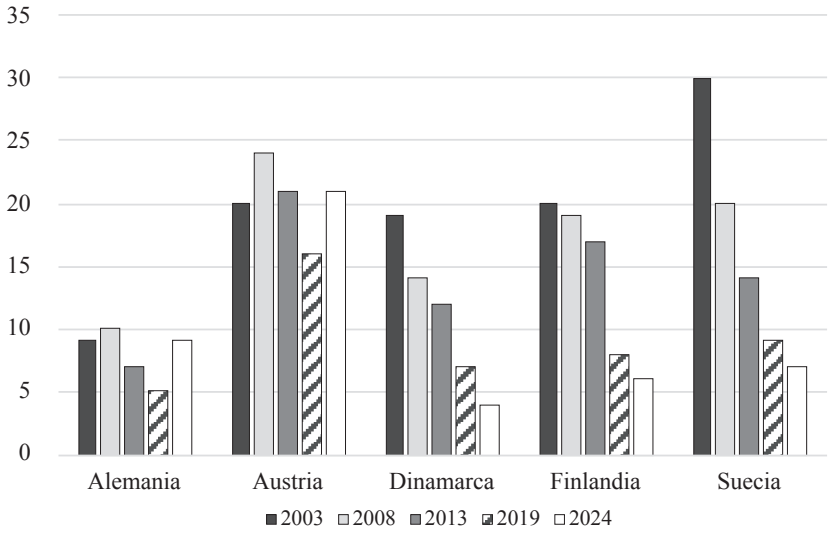


Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

82.4.1.3. Valores desagregados de los Estados miembros de la Unión

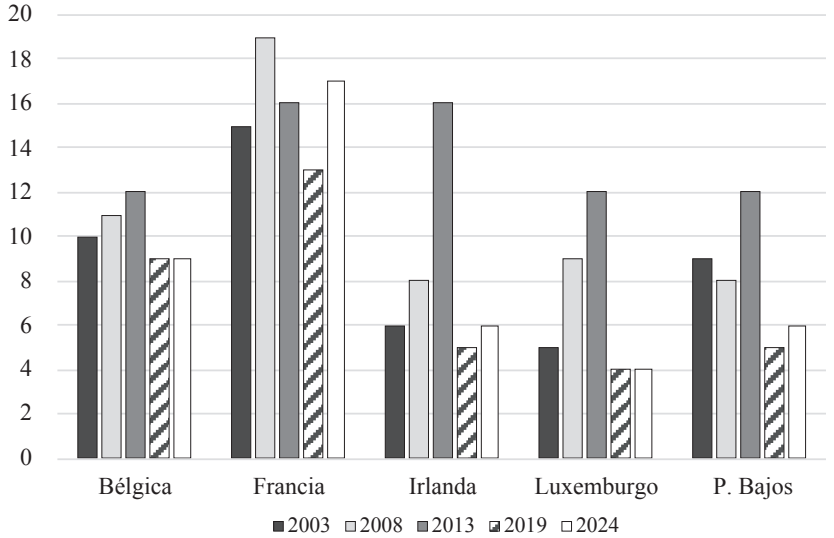
En este momento, estimamos oportuno realizar algunos breves comentarios de forma desagregada sobre cómo los Estados miembros se comportan respecto de nuestro indicador de antieuropeísmo. En la región de Europa del Norte, mientras Alemania se limita a recuperar el valor inicial y Austria se sitúa en 2024 un punto por encima de los valores de 2003 (20 %), son los países nórdicos los que muestran el mejor desempeño de todos los Estados miembros de la Unión con las rebajas más pronunciadas. Si Dinamarca logra rebajar el valor inicial en quince puntos porcentuales hasta situarse en un 4 %, Finlandia lo hace igualmente con una rebaja de catorce puntos, mientras que Suecia lo hace en veintitrés puntos para situarse en un valor final del 7 %.

Gráfico 82.4. *Pertenencia en los países de Europa del Norte (%)*



Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Gráfico 82.5. *Pertenencia en los países de Europa occidental (%)*

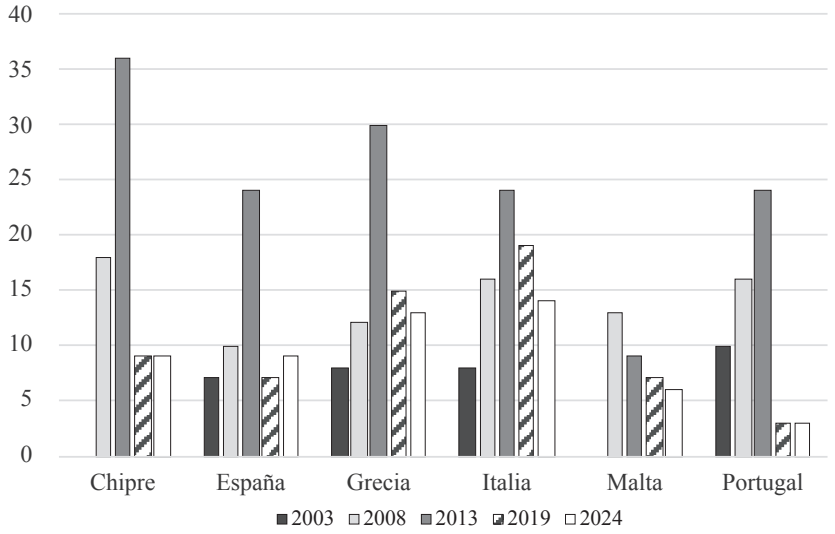


Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

En los países de Europa occidental no se observan las discrepancias comentadas con anterioridad, ya que encontramos comportamientos muy similares: la mayoría de los países se limita a recuperar o rebajar levemente entre uno y tres puntos (Países Bajos) los valores iniciales de la serie, salvo el caso de Francia, donde el valor final supera en dos puntos el inicial.

Respecto a los países del sur de Europa, si bien de forma agregada hemos comentado que consigue recuperar y rebajar en dos puntos los valores iniciales de la serie, en el estudio desagregado se visualizan importantes discrepancias que merecen ser comentadas, aunque sea de manera breve. Hay tres países que rebajan los valores iniciales de forma contundente: Malta, Portugal y Chipre en once, siete y seis puntos porcentuales respectivamente. Eso se explica, en parte, por el hecho de que Chipre y Malta mostraban los valores iniciales más altos de la región con diferencia. En cambio, los otros tres países –España, Grecia e Italia– acaban la serie con valores superiores a los iniciales en dos, cinco y seis puntos, respectivamente.

Gráfico 82.6. *Pertenencia en los países de Europa del Sur (%)*

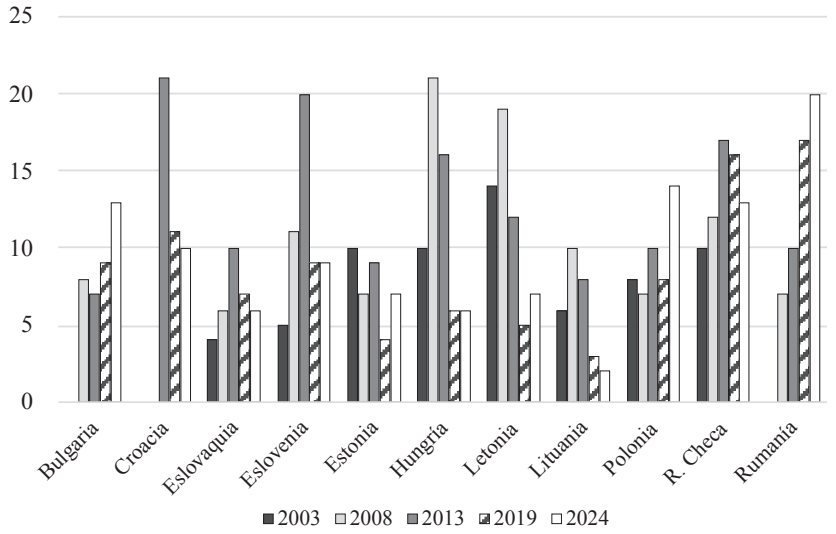


Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Para terminar, quedaría por comentar el caso concreto de los países de Europa del Este, cuyos sus valores iniciales corresponderán al primer año de su adhesión como Estados miembros de pleno derecho de la Unión. El elevado número de países que lo conforman explica las diferentes categorías que se describirán a continuación. Algo más de la mitad de estos países de la región, un total de seis –Bulgaria, Eslovaquia, Eslovenia, Polonia, República Checa y Rumanía– acaban la serie

con valores claramente superiores a los iniciales desde los quince puntos porcentuales de diferencia en el caso de Rumanía hasta los dos de Eslovaquia. De hecho, Rumanía se posiciona en 2024 como el segundo Estado miembro –solo por detrás de Austria– donde mayor porcentaje de ciudadanos perciben la pertenencia a la Unión como «una cosa mala», con un 20 %. El resto de los países consiguen rebajar los niveles iniciales de 2003, pero, mientras Croacia lo hace en once puntos, los otros lo hacen de forma más moderada, como Letonia en siete puntos, Hungría y Lituania en cuatro puntos y Estonia en tres puntos.

Gráfico 82.7. *Pertenencia en los países de Europa del Este (%)*



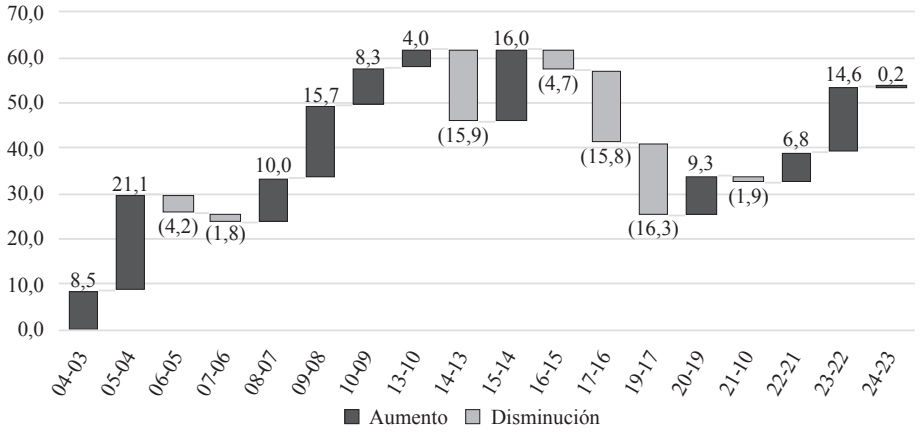
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

82.4.1.4. Los valores de pertenencia en España

Hemos comentado anteriormente que España acaba la serie temporal dos puntos por encima de los valores iniciales de 2003. Así, el último informe de *Parlemeter* de 2024 muestra que el 9 % de los españoles considera la pertenencia de nuestro país a la Unión Europa como «una cosa mala», frente al 7 % de 2003. No obstante, este desempeño no debe esconder el hecho de que España fue el cuarto país donde más aumentó durante la serie respecto del valor inicial de 2003, en concreto un aumento de diecisiete puntos porcentuales, al igual que Italia. Así, España e Italia solo se vieron superados por Grecia, Chipre y Rumanía, cuyos valores máximos en la serie alcanzados en 2013 –salvo en Rumanía, que se obtuvieron recientemente en 2021 y 2022– representaron un incremento de veintidós, veintiuno y dieciocho puntos porcentuales por encima de los valores

iniciales. Esta diferencia entre los valores iniciales y máximos representó en España un incremento porcentual del 243 %, solo superado por Eslovaquia (250 %), Grecia (275 %), Eslovenia (300 %) y Rumanía (360 %).

Gráfico 82.8. *Incrementos porcentuales durante la serie en los Estados miembros*



Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Sobre el momento de la serie en el que los países alcanzaron sus niveles o valores máximos, observamos importantes discrepancias. Una clara mayoría de ellos alcanzaron esos valores durante los años de la crisis económica y financiera y la crisis del euro, bien al final de la misma en torno a 2013 (Chipre, Croacia, Eslovenia, España, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos o Portugal) o bien en momentos más iniciales entre 2008 y 2010 (Alemania, Francia, Hungría, Letonia, Lituania o Malta). Por el contrario, otros Estados miembros alcanzaron sus valores máximos durante los años de la crisis migratoria y de refugiados, como fue el caso de Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Eslovaquia o Italia. Pero dos categorías son las que más llaman nuestra atención. Primero, mencionaríamos a los dos países, Polonia y Rumanía, que llegan al valor más alto de toda la serie en los tres últimos años, dominados por la invasión rusa de Ucrania, y, para terminar, merecen un especial comentario los países que iniciaron la serie temporal con los valores más altos y que, como hemos comentado antes, se han convertido en los que han mostrado el mejor desempeño de todos los Estados de la Unión por la magnitud de la rebaja de sus valores al final de la serie. Nos referimos a Dinamarca, Finlandia[3] y Suecia, países donde las sucesivas crisis no han aumentado el porcentaje de ciudadanos que estima que la pertenencia a la Unión

[3] Mientras Suecia y Dinamarca obtienen los valores máximos al inicio de la serie, en el año 2003, Finlandia lo hace algo más tarde, en 2006.

es «una cosa mala», aunque también es cierto que son algunos de los Estados que partían con los valores iniciales más altos, 19 %, 20 % y 30 % respectivamente.

La última reflexión que quisiéramos hacer sobre España se centra en su situación en el *ranking* de percepción negativa de la pertenencia a la Unión tras el periodo de veinte años analizado. En 2003, el 7 % de los españoles entendía que pertenecer a la Unión era «una cosa mala», lo que implicaba estar en solitario en séptimo lugar solo por detrás de Eslovaquia (4 %), Luxemburgo,

TABLA 82.1. Ranking *en pertenencia 2003-2024 (%)*

	2003	*2024*	*Promedio*
UE MEDIA	8,2	8,9	11,9
Europa del Norte	9	9	15
Austria	20	21	22
Suecia	30	7	16,6
Finlandia	20	6	15,4
Dinamarca	19	4	11,5
Alemania	9	9	9,5
Europa occidental	7,5	6,3	9,5
Francia	15	17	16,1
Bélgica	10	9	9,8
P. Bajos	9	6	8,2
Irlanda	6	6	7,1
Luxemburgo	5	4	6,3
Europa del Sur	8,3	9	14
Chipre	15,0*	9	18,4
Grecia	8	13	17,1
Italia	8	14	16,6
Malta	17,0*	6	11,1
Portugal	10	3	11,1
España	7	9	10,5
Europa del Este	7	8,4	10,5
Rumanía	5,0*	20	14,1
R. Checa	10	13	14
Croacia	21,0*	10	13,4
Letonia	14	7	11,6
Hungría	10	6	11,4
Eslovenia	5	9	10,4
Bulgaria	7,0*	13	10,3
Polonia	8	14	8,3
Eslovaquia	4	6	7,7
Estonia	10	7	7,3
Lituania	6	2	7,1

Nota: *Chipre y Malta, 2004; Rumanía y Bulgaria, 2007, y Croacia, 2013.
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB67, EB68, EB79, EB80 y EB101.

Eslovenia y Rumanía (5 %), así como de Irlanda y Lituania (6 %). En 2024, el 9 % de los españoles mantenía esa opinión, el mismo nivel que en Alemania, Bélgica, Chipre o Eslovenia. España cae al puesto decimotercero del *ranking,* por detrás de Estonia, Letonia y Suecia (7 %), de Hungría, Malta, Finlandia, Irlanda y Países Bajos (6 %) y de los países con el mejor desempeño de todos como Dinamarca y Luxemburgo (4 %), Portugal (3 %) y Lituania (2 %).

82.4.2. Indicadores indirectos de oposición a la Unión Europea

A continuación, nos disponemos a analizar el comportamiento de los tres indicadores indirectos del nivel de oposición a la integración europea, que serán estudiados desde 2003 hasta 2024: 1) la confianza en la Unión Europea, 2) la imagen de la Unión Europea y 3) el optimismo sobre el futuro de la integración. Para medir el nivel de desconfianza en la Unión Europea usaremos la pregunta «¿Confías en la Unión Europea?» y nos centraremos en el porcentaje de entrevistados que respondieron de forma negativa. Por su parte, para evaluar la imagen negativa de la Unión Europea que tienen los ciudadanos usaremos la pregunta «¿En general, la Unión Europea te genera una imagen "muy positiva", "bastante positiva", "neutral", "bastante negativa" o "muy negativa"?» y nos centraremos en el porcentaje que respondieron «bastante» y «muy negativa». Por último, para cuantificar la percepción pesimista sobre el futuro de la Unión Europea nos serviremos de la pregunta «¿Dirías que eres "muy optimista", "bastante optimista", "neutral", "bastante pesimista" o "muy pesimista" sobre el futuro de la Unión Europea?» y nos fijaremos en el porcentaje que respondió «bastante pesimista» y «muy pesimista». Para el caso particular de este indicador, nuestro análisis se iniciará en el año 2007[4], con el primer informe del Eurobarómetro que recoge esta pregunta, y acabará, como en los otros indicadores, con el informe semestral publicado en primavera de 2024.

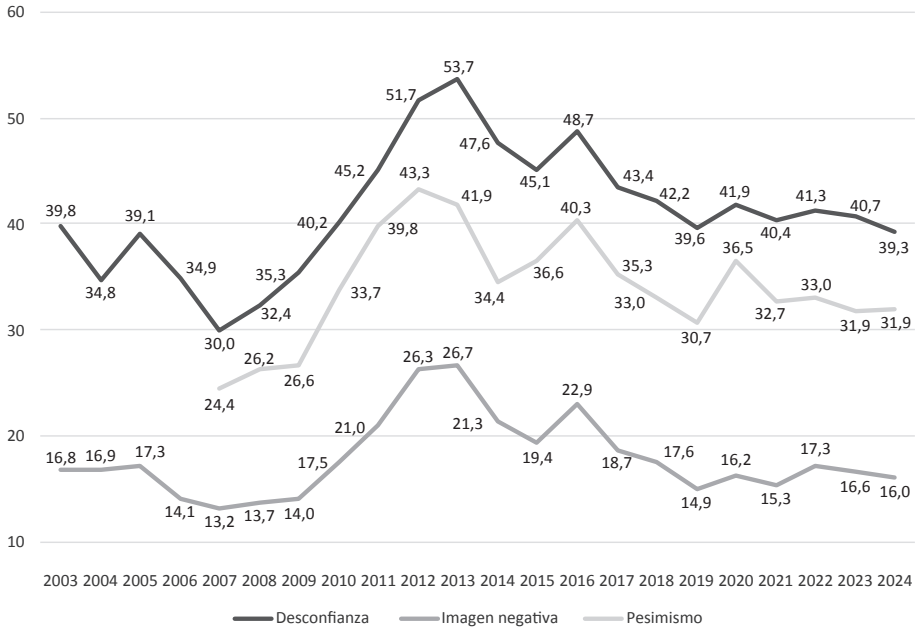
82.4.2.1. Análisis de la media de los veintisiete Estados miembros de la Unión Europea

Al recabar los valores agregados medios de desconfianza, imagen negativa y pesimismo sobre el futuro de la Unión Europea entre la ciudadanía europea, podemos identificar tendencias de fluctuación interesantes y más o menos similares en su evolución. Los valores de nuestros indicadores indirectos de antieuropeísmo se muestran estables en los primeros años de la serie analizada, lo que refuta el posible impacto negativo de las ampliaciones a los países del centro y este de Europa. De hecho, los tres indicadores marcan los valores mínimos (30 % de desconfianza, 13 % de imagen negativa y 24 % de pesimismo hacia el futuro de la Unión) de toda la serie en 2007, año en el que se culmina la

[4] En este caso, los valores iniciales de todos los Estados miembros corresponderán con los datos de 2009, salvo para Croacia, que se tomarán desde su adhesión en 2013.

ampliación a Rumanía y Bulgaria. No obstante, de ahí en adelante, y en paralelo a los dramáticos efectos de la crisis económica y financiera de 2008 y de la crisis del euro, los niveles se deterioran de forma sostenida y pronunciada hasta tocar techo en 2013, momento en el que se alcanzan los valores máximos de toda la serie en desconfianza (54 %), imagen negativa (27 %) y pesimismo (43 %). La desconfianza es el único indicador que supera el umbral de más de la mitad de la ciudadanía europea en la serie que analizamos. En los años posteriores, los niveles se recuperarían y bajarían lentamente, para volver a repuntar con fuerza en 2016, coincidiendo con la crisis migratoria y de refugiados y con la fecha en la que se cumplen los peores presagios sobre el referéndum del *brexit* en el Reino Unido, con valores de 49 %, 23 % y 40 %, respectivamente. A partir de 2017, se inicia una senda descendente en los valores de estos indicadores, salvo leves repuntes en 2020 debidos a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19 y, en 2022, con la invasión rusa de Ucrania y un desastre humanitario sin precedentes en la historia reciente de nuestro continente. Si comparamos los valores de los tres indicadores al principio y al final de la serie histórica, se desprende que estamos cerrando paulatinamente la brecha de desconfianza, imagen negativa y pesimismo hacia el proyecto de integración europea que las sucesivas crisis han provocado en la población, pero con desempeños algo diferenciados.

Gráfico 82.9. *Porcentajes medios de desconfianza, imagen negativa y pesimismo*



Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Los indicadores de desconfianza y de imagen negativa coinciden en haber recuperado, e incluso haber bajado levemente, los valores iniciales de 2003. La media agregada de desconfianza en 2024 (39,3 %) se sitúa medio punto porcentual por debajo del valor de 2003 (39,8 %), aunque se encuentra algo más de cuatro puntos por encima si consideramos la fecha de 2004 que supone la entrada de diez nuevos Estados miembro y algo más de quince puntos respecto del valor más bajo de la serie de 2007. Por su parte, el indicador de imagen negativa obtiene un dato agregado en 2024 del 16 %, unas décimas por debajo del valor inicial de 2003 (16,8 %) y de 2004 (16,9 %), pero aún casi tres puntos por encima del valor más bajo alcanzado en 2007. Finalmente, el desempeño del indicador de pesimismo es muy diferente a los indicadores anteriores, ya que el valor alcanzado en 2024 (31,9 %) está más de siete puntos por encima del valor inicial de 2007 (24,4 %). Si, por el contrario, consideráramos los valores más bajos de la serie de 2007, los tres indicadores mostrarían el mismo comportamiento y todos estarían aún lejos de recuperar esos valores de partida. No obstante, debemos resaltar las discrepancias en los valores de estos tres indicadores. Como ya hemos comentado, mientras la desconfianza superó el umbral del 50 %, la imagen negativa nunca superó el umbral del 30 % y el pesimismo se situaría en una posición intermedia, con valores máximos entre el 40 % y el 45 %.

82.4.2.2. Análisis de los valores agregados medios de las regiones europeas

Prácticamente todas las regiones han reproducido las mismas tendencias o patrones de comportamiento en cuanto a los niveles de desconfianza, imagen negativa y pesimismo hacia la Unión Europea durante nuestra serie histórica, tal como hemos descrito para los valores medios agregados, salvo en Europa del Este durante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 y la crisis *securitaria* por la invasión rusa de Ucrania. Básicamente, los niveles suben en los primeros años (2004-2005) para luego descender y lograr los niveles significativamente más bajos de la serie en 2007. A partir de ahí, se inicia una tendencia ascendente durante la crisis económica y de la zona euro para culminar en la franja 2012-2013 con los niveles más altos de la serie para todas las regiones y para todos los indicadores, salvo para el indicador de pesimismo en los países del norte de Europa, que se alcanza en 2016 como consecuencia de la crisis migratoria y el resultado del referéndum del *brexit*. Posteriormente, se inicia una tendencia descendente clara a pesar de los repuntes que se observan en 2020, coincidente con el inicio de la pandemia, y, en 2023, aunque no en todas las regiones, como la del Norte de Europa, ni en todos los indicadores. Si nos centramos, por el contrario, en los niveles más bajos logrados durante la serie, destaca que, de forma general, se alcanzan en el año 2007, aunque con algunos matices. Este hecho se verifica en los tres indicadores para Europa occidental y del Este, en dos –imagen negativa y pesimismo– en Europa del Sur y solo en uno –pesimismo– en Europa del Norte. Con respecto a los casos desviados, mientras Europa del Sur obtiene el valor más bajo de desconfianza al inicio de la serie (2004), Europa del Norte obtiene los más bajos de desconfianza e imagen negativa al final (2023-2024).

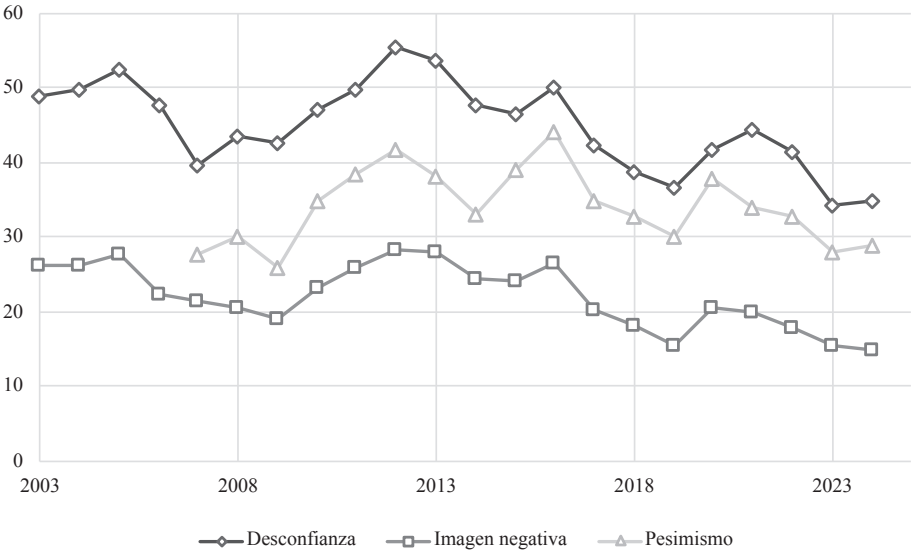
Al analizar y comparar los valores medios de las cuatro regiones al inicio y al final de nuestra serie, los resultados son ciertamente dispares. Por un lado, la región de Europa del Norte muestra el mejor comportamiento, ya que logra recuperar, e incluso bajar, los valores iniciales en dos de los tres indicadores –desconfianza e imagen– en torno a catorce y once puntos porcentuales respectivamente. De hecho, es la región que muestra los niveles más bajos en los tres indicadores en 2024, a pesar de ser la que partía en 2003-2004 con los valores más altos en todos ellos. Las regiones de Europa occidental y del Este consiguen rebajar los valores iniciales solo en un indicador, el de desconfianza en el primer caso y de imagen negativa en el segundo caso, aunque en ambos casos de forma muy moderada, por pocas décimas de diferencia. Entre las variables que se mantienen aún por encima destaca la de pesimismo sobre el futuro de la Unión, que se sitúa entre ocho y nueve puntos porcentuales por encima de los valores iniciales. Por último, habría que mencionar la región de Europa del Sur, donde las cosas son diametralmente opuestas a los casos anteriores. Los valores de los tres indicadores en 2024 no solo no han podido cerrar la brecha provocada por las crisis analizadas, sino que están muy por encima de los niveles de inicio, cerca de diez puntos en términos de desconfianza, cuatro en imagen negativa y siete en el nivel de pesimismo. Eso, a pesar de que partía en 2003-2004 con los niveles más bajos de desconfianza e imagen negativa y, en 2007, con los más bajos de pesimismo, solo por detrás de Europa del Este con un punto y medio de diferencia.

82.4.2.3. Análisis desagregado de los Estados miembros de la Unión por región

En este apartado haremos un breve y conciso análisis desagregado sobre el comportamiento de los países individuales pertenecientes a cada una de las regiones para poder, más tarde, evaluar y remarcar el comportamiento que ha mostrado España durante dicha serie en comparación con nuestros socios del proyecto europeo y con nuestros países vecinos. Al analizar el comportamiento individualizado de los países de la región de Europa del Norte, encontramos cuestiones y casos muy interesantes para analizar. De los veintiocho casos que logran recuperar o incluso bajar los valores iniciales de los tres indicadores al final de la serie, diez se dan en esta región de tan solo cinco países. De entre estos casos, nos gustaría centrarnos en los países nórdicos miembros del proyecto europeo. No se trata solo de la magnitud de las bajadas en los indicadores, sobre todo en desconfianza (treinta y tres, veintitrés y veintidós puntos porcentuales en Suecia, Dinamarca y Finlandia, respectivamente) e imagen negativa (veintisiete, diecisiete y dieciséis en Suecia, Finlandia y Dinamarca), es muy relevante resaltar el hecho de que, al ser los países con los niveles más altos al inicio de la serie, junto con Austria, Francia o República Checa, acaban con algunos de los niveles más bajos de toda la Unión Europa, junto con Irlanda, Lituania o Portugal. Por ejemplo, Dinamarca en 2024 tiene el nivel más bajo de desconfianza, el segundo más bajo de pesimismo y el tercero más bajo de imagen negativa. Por su parte, aunque Austria logra reducir levemente los valores de dos indicadores y está muy cerca de recuperar el nivel de imagen negativa, tanto al inicio como al final de la serie

suele estar en las posiciones de cabeza del *ranking* por los niveles altos en estos tres indicadores.

GRÁFICO 82.10. *Porcentajes medios de Europa de Norte en desconfianza, imagen negativa y pesimismo*

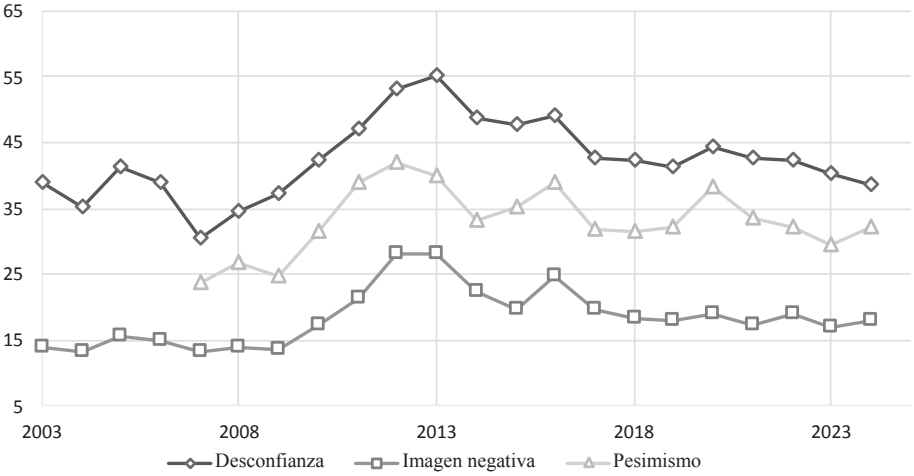


Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

De la región de Europa occidental también cabría resaltar algunos comportamientos. Por un lado, habría que mencionar el caso de Países Bajos, un Estado miembro tradicionalmente *eurófilo,* como demuestra el hecho de que su parlamento y su ciudadanía rechazaron la ratificación del Acta Única Europea y el Tratado de Constitución Europea, así como el acuerdo de asociación con Ucrania. De los cinco puntos que consiguen rebajar los valores iniciales al final de la serie, tres se deben a este país, el único que lo consigue junto con Finlandia y Letonia. De hecho, es el único país de la región que rebaja los valores de partida en imagen negativa y en pesimismo. Por otro, resaltaríamos a Irlanda, ya que muestra algunos de los niveles más bajos en desconfianza, imagen negativa y pesimismo, tanto al inicio de la serie como al final. En particular, en 2024 es el Estado miembro con menor nivel de pesimismo hacia el futuro de la UE (16 %), el tercero con menor nivel de desconfianza (26 %) y el cuarto con imagen negativa más baja (10 %). Para terminar con esta región, resaltaríamos un caso muy similar a Irlanda, pero a la inversa, ya que inicia y acaba la serie con algunos de los valores más altos en nuestros medidores de resistencia a la integración europea o antieuropeísmo. Francia acaba la serie con el nivel más alto de pesimismo (49 %) y el segundo más

alto de imagen negativa (28 %) y de desconfianza (55 %). De hecho, es el único país, junto con Chipre y Grecia, que supera el umbral del 50 % de desconfianza en el último informe analizado de 2024. Bélgica y Francia son los únicos países de esta región que no consiguen recuperar ni rebajar los valores iniciales en los tres medidores de oposición a Europa.

Gráfico 82.11. *Porcentajes medios en Europa occidental de desconfianza, imagen negativa y pesimismo*

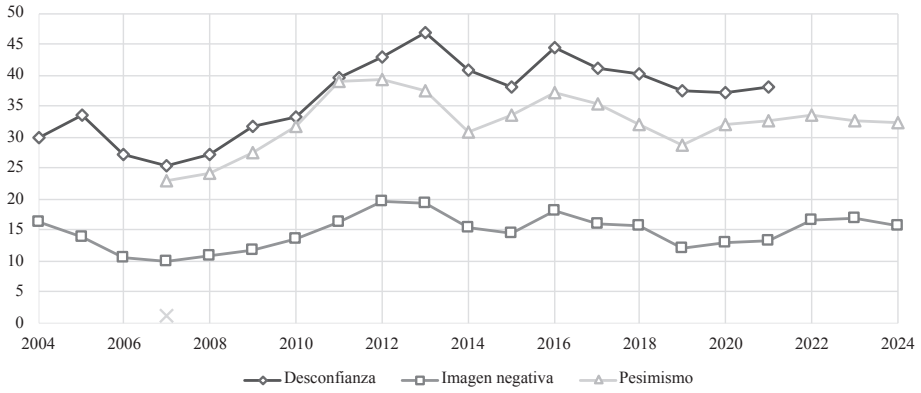


Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Si los países nórdicos habían mostrado un comportamiento excepcional al partir con los valores más altos en la serie y acabar con los valores más bajos, Europa del Sur recorre el mismo camino pero a la inversa. Sus miembros eran algunos de los que mostraban los valores más bajos al inicio y acaban su recorrido en todo lo alto del *ranking*, sobre todo Grecia y Chipre. Según el informe de 2024, Grecia muestra los niveles más elevados de desconfianza en toda la Unión (56 %), mientras que Chipre se sitúa en tercera posición (54 %); vuelve a ocurrir con el pesimismo, pero en segundo (46 %) y cuarto lugar (39 %), respectivamente. Un caso desviado en dicho grupo lo representa Portugal, que, a pesar del impacto que tuvo la crisis económica y del euro, acaba la serie con algunos de los valores más bajos de toda la Unión Europea. Es el país con el menor nivel de imagen negativa en 2024 (5 %) y con el quinto valor más bajo de desconfianza y pesimismo. Se trata de la región en la que menos países han recuperado o rebajado los valores de partida al final de la serie, solo Malta en la imagen negativa, ya que partía con el valor más alto de la región y uno de los más altos en la Unión, y Portugal en imagen negativa y en pesimismo. Así, todos sin excepciones, han mostrado un saldo negativo

con niveles de desconfianza en 2024 todavía por encima de los niveles iniciales de 2003 o de 2004. Mientras Malta y Portugal solo se sitúan tres puntos por encima de los valores de partida, en Italia, Chipre y Grecia el desfase supera los veinte puntos –veinticinco, veinticuatro y veintidós respectivamente– y, en España, la diferencia es de diez puntos aún. En cuanto al pesimismo hacia el futuro de la integración, salvo el caso ya mencionado de Portugal, que ha conseguido rebajar los valores iniciales de 2007 en seis puntos porcentuales, el resto aún se encuentran lejos de hacerlo, especialmente Chipre (diecisiete puntos porcentuales por encima), Grecia (dieciséis), España (catorce) y Malta (doce). Un desempeño algo mejor se observa en la cuestión de la imagen negativa, ya que Portugal y Malta rebajan los niveles en seis y cinco puntos porcentuales respectivamente, mientras que el resto muestran brechas aún significativas, sobre todo en Grecia (dieciséis puntos), Italia (ocho) y España (cinco). No obstante, los valores que se observan en Malta y en Chipre suponen los más elevados en la región[5].

GRÁFICO 82.12. *Porcentajes medios en Europa del Sur de desconfianza, imagen negativa y pesimismo*



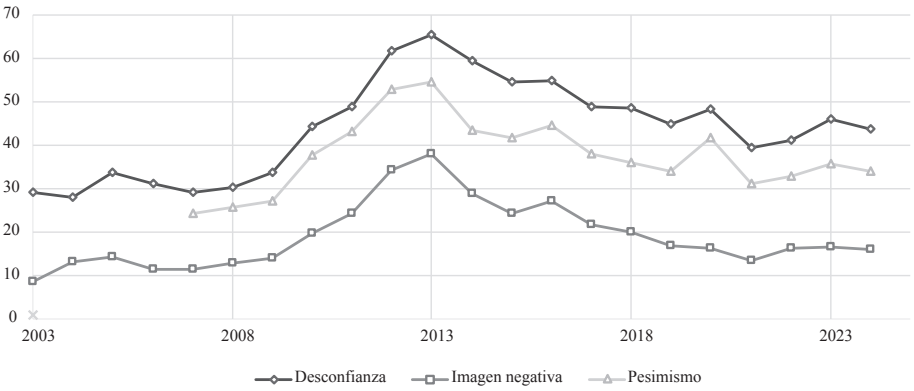
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Para terminar este análisis desagregado, debemos tratar el caso complejo y errático de los países de la región de Europa del Este, donde se evidencian tendencias muy contrapuestas y diferenciadas. Solo diez países consiguen recuperar o rebajar los valores iniciales al final de la serie y la mitad de estas circunstancias positivas se dan en Letonia y en Croacia, aunque este comportamiento viene, en parte, determinado por partir con los valores más elevados

[5] Para Malta y Chipre hemos considerado como valor inicial de la serie el correspondiente a su entrada en la Unión Europa en 2004.

en todos los indicadores. Los países que muestran hoy en día los mejores datos son Letonia, Lituania y Polonia. Lituania no solo destaca en la región por reflejar los datos más bajos en los tres indicadores, sino en la Unión Europea, con el segundo dato más bajo en desconfianza (23 %) y en imagen negativa (6 %) y el tercero en pesimismo (23 %). En el extremo opuesto se sitúa la República Checa, que lidera los valores más elevados en los tres indicadores en la región e, igualmente, en la Unión, con el nivel más elevado de imagen negativa (30 %), el tercero en pesimismo (43 %) y el cuarto, junto con Austria y Malta, en desconfianza (50 %).

GRÁFICO 82.13. *Porcentajes medios en Europa del Este de desconfianza, imagen negativa y pesimismo*



Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB63, EB64, EB65, EB66, EB67, EB68, EB69, EB70, EB71, EB72, EB73, EB74, EB75, EB76, EB77, EB78, EB79, EB80, EB81, EB82, EB83, EB84, EB85, EB86, EB87, EB88, EB89, EB90, EB91, EB92, EB93, EB94, EB95, EB96, EB97, EB98, EB99, EB100 y EB101.

Para terminar este epígrafe, quisiéramos comentar tres cuestiones adicionales que se analizarán en todos los Estados miembros. Por un lado, es reseñable calcular el número total de países que por cada indicador han logrado igualar o rebajar los valores iniciales. Mientras en las variables de desconfianza y pesimismo fueron nueve países los que lo lograron, en la variable de imagen negativa fueron un total de trece. Por otro lado, también sería interesante identificar en cuál de las crisis se alcanzaron los niveles máximos y en qué momento de la serie los valores más bajos. De forma general, la fecha más común en la que se alcanzan los valores máximos de desconfianza (diecinueve países), imagen negativa (dieciocho) y pesimismo (quince) es la franja referida a los últimos años de la crisis económica y del euro (2011-2013). No obstante, en algunos países acontece al inicio de la serie (2003-2005), como es el caso de los nórdicos, salvo Finlandia en términos de imagen negativa, igual que ocurre con Estonia, Letonia o Polonia. Aunque, tal como se comentó en el apartado anterior, el comportamiento de los nórdicos se podría explicar, en parte, por ser los que parten prácticamente con los

datos de desconfianza e imagen negativa más altos de toda la Unión en 2003 (61 % y 39 % en Suecia, 50 % y 27 % en Finlandia o 43 % y 25 % en Dinamarca) y el segundo más alto de pesimismo en Finlandia (37 %).

En unos pocos casos, los valores máximos coinciden con la crisis migratoria y de refugiados, como es el caso de Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, Países Bajos o Polonia, así como en Alemania, Estonia, Francia, Grecia o Italia, junto con otra crisis, generalmente la económica. Quizá los casos más desviados de todos, que ya se comentaron, son los países que muestran los valores más altos de pesimismo en los años más duros de la pandemia del COVID-19 (2020-2021), Bulgaria, Finlandia, Luxemburgo y Malta, y en los últimos años de la serie (2022-2024), dominada por la invasión de Ucrania y el problema humanitario de los refugiados y desplazados del conflicto, como son Bulgaria, Eslovaquia, Estonia, Lituania o Rumanía. Respecto a las fechas en las que suelen lograrse los valores más bajos de nuestros indicadores, en términos generales ocurre en la mayoría de los países en los años inmediatamente anteriores a los primeros síntomas de desaceleración por la crisis económica (2006-2008), aunque de nuevo se observan algunas excepciones. Los países nórdicos suelen reproducir estos valores más bajos al final de la serie (2023-2024), junto con Letonia, Luxemburgo y Portugal. Otros países, como Grecia e Italia, muestran los niveles más bajos en la mayoría de los indicadores al inicio de la serie (2003-2004). Por último, en tres países –Croacia, Letonia y Portugal– se situó ese momento durante la crisis sanitaria por el COVID-19 (2020-2021).

82.4.2.4. Análisis del comportamiento de los indicadores España

Respecto a la situación de España en el *ranking* de desconfianza en la Unión en 2003 y 2024, observamos importantes diferencias. Al inicio de nuestra serie, numerosos Estados miembros, doce, muestran valores de desconfianza inferiores a los de España (33 %), muchos de ellos recién incorporados al proyecto europeo ese mismo año, lo que puede explicar ese sorprendente desempeño. Es el caso de Lituania (18 %), Bulgaria y Rumanía (20 %) y Eslovaquia, Hungría y Malta (28 %), así como de Chipre (30 %), Estonia (31 %) y la República Checa (32 %). De los socios europeos ya incorporados anteriormente, solo se sitúan por delante de España Irlanda (28 %) y el resto de países de Europa del Sur como Portugal (25 %) e Italia (25 %), aunque con diferencias muy estrechas entre estos últimos. Si se hace el mismo análisis, pero al final de nuestra serie, con los valores de 2024, cuando España mantiene aún un nivel de desconfianza alto del 43 %, nuestro primer comentario se centraría en la pérdida de posiciones en el *ranking* de desconfianza, ya que pasamos de un decimotercero a un decimosexto puesto. En segundo lugar, se observa que los tres países nórdicos logran subir a los primeros puestos de bajo nivel de desconfianza junto con los casos de Irlanda, Letonia, Lituania y Luxemburgo, todos ellos con niveles inferiores al 30 %. Pero sorprende igualmente que solo dos países de Europa del Sur ahora mejoran el desempeño de España: Portugal, con un 28 %, y Malta, con un 31 %.

TABLA 82.2. Ranking *de desconfianza 2003-2024 (%)*

	2003	*2024*	*Promedio*
UE MEDIA	39,8	39,3	41,3
Europa del Norte	49,0	34,8	45,0
Austria	51,0	50,0	51,0
Alemania	40,0	49,0	48,5
Suecia	61,0	27,0	46,09
Finlandia	50,0	28,0	42,23
Dinamarca	43,0	20,0	37,0
Europa occidental	39,0	38,6	42,5
Francia	45,0	55,0	52,2
Bélgica	45,0	47,0	44,0
P. Bajos	41,0	37,0	42,4
Luxemburgo	36,0	28,0	38,4
Irlanda	28,0	26,0	35,5
Europa del Sur	29,3	43,7	44,1
Grecia	34,0	56,0	58,3
Chipre	30,0*	54,0	49,6
España	33,0	43,0	46,1
Italia	25,0	50,0	44,5
Portugal	25,0	28,0	37,1
Malta	28,0*	31,0	28,7
Europa del Este	30,0	39,4	37,5
R. Checa	32,0	50,0	48,7
Eslovenia	34,0	50,0	46,9
Croacia	56,0*	44,0	46,8
Eslovaquia	28,0	47,0	40,0
Hungría	28,0	41,0	38,8
Letonia	35,0	29,0	37,2
Rumanía	20,0*	40,0	35,1
Polonia	34,0	36,0	34,8
Estonia	31,0	36,0	29,4
Bulgaria	20,0*	37,0	28,9
Lituania	18,0	23,0	26,0

Nota: *Chipre y Malta, 2004; Rumanía y Bulgaria, 2007, y Croacia, 2013.
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB67, EB68, EB79, EB80 y EB101.

Podemos concluir, por tanto, que España sigue un comportamiento similar al de la mayoría de los países del sur de Europa, pero con valores más moderados, aunque sin llegar al destacable comportamiento de Portugal. No obstante, no debemos olvidar el hecho de que España fue uno de los países de la Unión donde más crecieron los niveles de desconfianza durante la serie temporal respecto del valor inicial de 2003 como consecuencia del impacto de las crisis. En particular, el nivel de desconfianza más

alto alcanzado en España durante la serie en 2013 representó una subida de cuarenta puntos porcentuales respecto del valor inicial de 2003. Este incrementó en términos absolutos solo fue superior en otros tres países de nuestra región de Europa del Sur, Chipre (cuarenta y nueve puntos), Grecia (cuarenta y seis) y Portugal (cuarenta y cinco). En términos de incremento porcentual, en España resultó ser de un 121 %, solo superado por Grecia (135 %), Italia (148 %), Chipre (163 %) y Portugal (180 %).

Al aproximarnos al indicador de imagen negativa de la Unión entre la ciudadanía, en 2004, solo el 7 % de los españoles compartía esa imagen, un porcentaje que únicamente era inferior entre los irlandeses (6 %) y rumanos, cuando estos ingresan en 2007. Por ello, podríamos decir que España se sitúa en un destacado segundo puesto. En 2024, este porcentaje subió al 13 % de los españoles, al igual que croatas y polacos, lo que nos pone en la octava posición. Con niveles inferiores ahora aparecen los tres países nórdicos (Dinamarca, 9 %; Finlandia, 10 %, y Suecia, 12 %), Irlanda y Letonia (10 %) y los dos países con mejor desempeño, Lituania (6 %) y Portugal (5 %).

De cualquier forma, no debemos despreciar el hecho de que España es el cuarto país de la Unión donde más ha crecido la imagen negativa durante toda la serie histórica en términos absolutos, veintisiete puntos porcentuales en concreto, de modo que se sitúa solo por detrás de los cuarenta y tres puntos de Grecia, los treinta y ocho de Chipre y los treinta de Portugal. Esta subida de veintisiete puntos representó un incremento porcentual del 386 %, solo superado por Grecia, con un 478 %. El caso de España puede ser calificado como intermedio, ya que no ha conseguido cerrar el desfase ocasionado por las crisis devenidas y reducir los niveles iniciales como ha hecho Portugal, pero tampoco muestra niveles tan altos como algunos países de nuestro entorno como Francia, Grecia e Italia. De hecho, Francia, como se ha comentado antes, registra el segundo dato más alto de imagen negativa en 2024 (28 %), solo por detrás de la República Checa (30 %).

Respecto al indicador de pesimismo hacia el futuro de la UE, tenemos que recordar que España era uno de los Estados miembros con valores más bajos (16 %) en el inicio de la serie, en cuarto lugar, solo por detrás de Polonia (10 %), Irlanda (13 %) y Rumanía (15 %), este último caso debido a que fue el año en que finalmente se convierte en miembro de pleno derecho de la Unión. Pero, en 2024, el nivel de pesimismo en España se sitúa aún en el 30 %, al igual que en Letonia, Luxemburgo e Italia, lo que nos lleva al noveno lugar, por detrás de los tres países nórdicos, Irlanda, Lituania, Países Bajos, Portugal y Polonia. Aunque nuestro desempeño no es del todo bueno si nos comparamos con nuestro vecino Portugal (25 %) y con otro país severamente afectado por la crisis económica como fue Irlanda (16 %), estamos bastante mejor que Francia (49 %) o Grecia (46 %).

Al comparar los valores iniciales, en 2007, con los valores máximos de pesimismo de los Estados miembros durante la serie temporal, ocurre algo que no pasaba con los medidores anteriores. Aunque España se posiciona en el

TABLA 82.3. Ranking *de imagen negativa 2003-2024 (%)*

	2003	*2024*	*Promedio*
UE MEDIA	16,8	16	17,8
Europa del Norte	26,2	15	22,1
Austria	26	27	30,1
Suecia	39	12	24,2
Finlandia	27	10	20,7
Alemania	14	17	18,1
Dinamarca	25	9	17,5
Europa occidental	17	17,8	18,4
Francia	20	28	23,7
Bélgica	13	20	19,3
P. Bajos	17	15	20,9
Luxemburgo	11	16	16,6
Irlanda	8	10	11,6
Europa del Sur	8,8	16	19,3
Grecia	9	25	28,5
Chipre	19,0*	21	25,4
Italia	8	16	18,3
Portugal	11	5	15,7
España	7	13	14,6
Malta	21,0*	16	13,5
Europa del Este	16,1	15,7	14,7
R. Checa	24	30	26,5
Eslovaquia	14	22	18,5
Hungría	16	16	18,0
Croacia	21,0*	13	15,2
Letonia	20	10	14,5
Eslovenia	8	16	14,4
Bulgaria	9,0*	18	14,1
Rumanía	6,0*	14	11,6
Estonia	19	15	11,6
Polonia	18	13	9,9
Lituania	10	6	7,7

Nota: *Chipre y Malta, 2004; Rumanía y Bulgaria, 2007, y Croacia, 2013.
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB67, EB68, EB79, EB80 y EB101.

Tabla 82.4. Ranking *de pesimismo en 2003-2024 (%)*

	2003	*2024*	*Promedio*
UE MEDIA	24,4	31,9	34,0
Europa del Norte	27,8	28,8	34,1
Austria	38,0	35,0	41,5
Suecia	25,0	28,0	35,6
Finlandia	37,0	24,0	35,0
Alemania	21,0	39,0	34,8
Dinamarca	18,0	18,0	23,4
Europa occidental	23,8	32,0	33,1
Francia	35,0	49,0	47,0
Bélgica	22,0	36,0	35,9
Luxemburgo	27,0	30,0	32,7
P.Bajos	22,0	29,0	31,1
Irlanda	13,0	16,0	18,6
Europa del Sur	24,5	34,0	37,8
Grecia	30,0	46,0	53,6
Chipre	22,0	39,0	42,1
Italia	26,0	30,0	38,0
Portugal	31,0	25,0	36,9
España	16,0	30,0	31,3
Malta	22,0	34,0	24,8
Europa del Este	23,0	32,2	32,3
R.Checa	30,0	43,0	42,8
Hungría	38,0	37,0	40,8
Letonia	34,0	30,0	36,8
Eslovaquia	24,0	37,0	35,8
Eslovenia	21,0	35,0	33,8
Estonia	20,0	36,0	31,3
Bulgaria	20,0	35,0	30,1
Croacia	37,0	23,0	29,9
Rumanía	15,0	31,0	27,1
Lituania	18,0	23,0	25,1
Polonia	10,0	24,0	21,7

Nota: *Chipre y Malta, 2004; Rumanía y Bulgaria, 2007, y Croacia, 2013.
Fuente: Eurobarómetros EB59, EB60, EB61, EB62, EB67, EB68, EB79, EB80 y EB101.

cuarto lugar de mayores incrementos con treinta y cuatro puntos, por detrás de Chipre (cuarenta y seis), Grecia (treinta y nueve) y Portugal (treinta y cinco), sufre el mayor incremento porcentual de todos con un 213 %, al que solo se acerca Chipre, con un 209 %.

82.5. Conclusiones

Tras analizar los indicadores de antieuropeísmo, observamos dos momentos clave en los que los niveles de percepción negativa a la pertenencia al proyecto europeo, de desconfianza, de imagen negativa y de pesimismo sobre el futuro de la Unión alcanzan los valores más elevados no solo de nuestra serie temporal, sino de la historia reciente de la integración europea. Al coincidir estos momentos con la crisis económica y con la crisis migratoria, entendemos que los factores económicos, sociales y de base cultural han sido los grandes determinantes de la actitud de la ciudadanía europea hacia el proyecto de integración en nuestra serie o, dicho de otra forma, estas actitudes se han visto principalmente afectadas por el impacto del desempeño económico y por los flujos migratorios, tanto internos entre Estados miembros como externos provenientes de otras regiones del mundo (Anderson, 1998; Carrubba, 1997; Eichenberg y Dalton, 1993, 2007; Sørensen, 2008).

El deterioro de la situación económica[6] provocado por la crisis económica y financiera de 2008 y la crisis de la eurozona ha creado un terreno fértil para que se fortalecieran las posiciones euroescépticas en la ciudadanía tanto de los países del sur e Irlanda, más afectados por la crisis de deuda soberana y objeto de paquetes de rescate por los mecanismos de estabilidad, como de los países mal llamados «prestamistas» del norte de Europa, pero con argumentos bien distintos y divergentes. Los ciudadanos de los países del norte de Europa mostraron su frustración por tener que asistir a los socios europeos con importantes desequilibrios en los balances de las cuentas públicas y con problemas en sus sistemas financieros y responsabilizaron a las instituciones europeas por desidia al no detectar y controlar los problemas de endeudamiento público y por la ineficacia en la aplicación del Pacto de Estabilidad y Crecimiento. Por otro lado, los ciudadanos de los países del sur de Europa culparon a la Unión Europea y a sus burócratas de la Comisión y del Banco Central Europeo de cruzar las líneas rojas de la soberanía nacional al imponer planes de austeridad y de rigor presupuestario en ámbitos como las pensiones, los impuestos, los salarios, el mercado laboral, el empleo público, etc., que son elementos cruciales de los Estados del Bienestar. Estas recetas de ajuste condicionadas por los países prestamistas trajeron a la memoria de muchos ciudadanos del sur lo que el Fondo Monetario Internacional hizo en América Latina al poner camisas de fuerza que comprimieron y estrangularon el espacio para la política nacional. Por tanto, la crisis económica y del euro

[6] El crecimiento medio del PIB en la Unión Europea fue de un 0,9 % en el periodo 2008-2018, mientras que la tasa media de desempleo se situó en el 10,4 %.

ha provocado no solo un enfrentamiento entre las élites políticas europeas y los Estados miembros, sino también una discrepancia entre los deseos de los ciudadanos del norte y del sur de Europa.

Por otro lado, los niveles de antieuropeísmo alcanzados durante la crisis migratoria y de refugiados de 2015 y 2016 pone de manifiesto la importancia de los factores identitarios y de base cultural, aunque, en verdad, una razón importante de la llegada de muchos migrantes económicos a los Estados de la Unión es de carácter socioeconómico. Las tendencias demográficas afectadas por los bajos niveles de crecimiento natural y por el envejecimiento acelerado de la población en muchos Estados de la Unión, lo que, en último lugar, se ha traducido en una reducción de la mano de obra y en una creciente presión sobre el sistema de pensiones y del Estado de Bienestar, han promovido migraciones internas dentro de la Unión y la llegada de inmigrantes desde fuera del proyecto europeo. Este fenómeno o factor cultural, facilitado por elementos propios de la integración europea como la libre circulación de personas y trabajadores o la incorporación del Acuerdo de Schengen a la legislación europea erosionando las fronteras nacionales y estimulando la migración intracomunitaria, se ha convertido para muchos ciudadanos en una amenaza para la identidad nacional y para los valores culturales nacionales (Bruter, 2005; Carey, 2002; Díez, 2003; Gabel, 1998; Hooghe y Marks, 2005; Junuzi, 2019; LeConte, 2010; McLaren, 2004, 2007; Sørensen, 2008; Vries y Kersbergen, 2007). La crisis migratoria y de refugiados, causada en parte por la situación inestable en Oriente Medio, reforzó el contraste entre las características culturales de los europeos y la de los migrantes y refugiados en el *melting pot* europeo y creó en parte de la ciudadanía europea un sentimiento de amenaza a la cultura y al modo de vida europeo, lo que ha reforzado los sentimientos nacionalistas y el miedo a la erosión de la identidad nacional. Esta preocupación por la cuestión migratoria entre la ciudadanía europea (Wassenberg, 2017) se refleja en el hecho de que la inmigración se convirtió a ojos de los europeos en la principal preocupación o reto al que se enfrentaba la Unión Europea.

No obstante, la cuestión de la identidad nacional y europea está presente en el discurso europeo desde el inicio del proceso de construcción, como evidencia la Declaración de la Identidad Europea de 1973 o el propio de Tratado de Maastricht con la introducción de la ciudadanía europea.

Como segunda conclusión, quisiéramos comentar el «efecto dominó» que estas crisis comentadas han provocado sobre el resto de los factores determinantes del euroescepticismo. Además, como muestra de ello comentaremos el impacto sobre los factores políticos e institucionales, que son determinantes cruciales para muchos autores a la hora de explicar la desconfianza y distanciamiento de los ciudadanos con las instituciones europeas (Anderson, 1998; Eriksen y Fossum, 2000; Follesdal, 2004; Gabel, 1998; Majone, 1998; Sanders, Magalhães y Tóka, 2012; Sørensen, 2008; Taggart y Szczerbiak, 2002; Usherwood y Startin, 2013). A pesar de las reformas institucionales introducidas en los últimos tratados europeos como generalizar el procedimiento legislativo ordinario, reforzar la regla de la mayoría cualificada en el Consejo o involucrar a los parlamentos nacionales en la política europea, ciertas

percepciones negativas tienden a dominar entre la ciudadanía europea sobre el sistema político de la Unión Europea y sus instituciones supranacionales. Amplios segmentos de población perciben a la Unión no solo como el germen de un superestado burocrático, tecnocrático y elitista devorador de soberanía nacional, sino como una arena política aquejada por un claro déficit democrático, por la ausencia de un genuino sistema de partidos políticos, por escasos estándares de rendición de cuentas, de transparencia y de involucración de los ciudadanos en la toma de decisiones y por decisiones inadecuadas para responder adecuadamente a los retos, demandas y preocupaciones de los ciudadanos. Esto, en último lugar, debilita los sentimientos comunes de pertenencia, socaba la legitimidad de la Unión Europea y de sus decisiones y políticas (Chopin, 2015) y espolea la retórica populista de las fuerzas políticas euroescépticas. Esta retórica divide a la Unión en dos grupos antagónicos: de un lado, la ciudadanía y, de otro, la burbuja elitista, tecnocrática y burocrática de Bruselas, que no es ni comprensible ni cercana a esta ciudadanía cautiva al electorado y a la opinión pública (Rambour, 2010).

Pero lo sorprendente de estas percepciones es que alcanzan sus niveles históricos máximos en los años más duros de la crisis económica y la migratoria. Así, el porcentaje de ciudadanos europeos que discrepan de la afirmación de que «su voz cuenta en la Unión Europea» se alcanzaron en 2013 (66 %) y en 2016. Lo mismo se puede decir de los que afirman que la democracia no funciona bien en la Unión Europea. Los ciudadanos perciben que la pérdida de poder, prerrogativas y soberanía a nivel nacional que ha acompañado al proceso de construcción europeo no se ha compensado recreando un sistema igualmente democrático a nivel supranacional.

Aunque también es cierto, tal como revelan los eurobarómetros, que los ciudadanos de Europa en general, a excepción de los países del norte, reconocen saber muy poco del funcionamiento de las instituciones de la Unión y de sus poderes. Esta desigual distribución de información sobre el proyecto tiene un efecto directo en la caída de la confianza en la integración.

Bibliografía

Alexandre-Collier, Agnés (2015). «Euroscepticism under Margaret Thatcher and David Cameron: from theory to practice». *Observatoire de la Societé Britannique*, 17, pp. 1-12.

Anderson, Christopher (1998). «When in Doubt, Use Proxies: Attitudes toward domestic politics and support for European integration». *Comparative Political Studies,* 31(5), pp. 569-601.

Anderson, Christopher y Kaltenthatler, Karl (1996). «The Dynamics of Public Opinion toward European Integration, 1973-93». *European Journal of International Relations*, 2(2), pp. 195-199.

Bijsmans, Patrick (2017). EU Media Coverage in Times of Crisis: Euroscepticism Becoming Mainstream? En: Caiani, Manuela y Guerra, Simona (eds.). *Euroscepticism, Democracy and the Media* (pp. 73-94). Palgrave Macmillan.

Boomgaarden, Hajo G.; Schuck, Andreas R. T.; Elenbaas, Matthijs y Vreese, Claes H. de (2011). «Mapping EU attitudes: Conceptual and empirical dimensions of Euroscepticism and EU support». *European Union Politics*, 12(2), pp. 241-266.

Brack, Nathale y Startin, Nicholas (2015). «Introduction: Euroscepticism, from the margins to the mainstream». *International Political Science Review*, 36(3), pp. 239-249.

Bruter, Michael (2005). *Citizens of Europe? The emergence of a mass European identity*. Palgrave Macmillan.

Carey, Sean (2002). «Undivided Loyalties: Is national identity an obstacle to European integration?». *European Union Politics*, 3(4), pp. 387-413.

Carrubba, Clifford (1997). «Net Financial Transfers in the European Union: Who gets what and why?». *Journal of Politics*, 59(2), pp. 469-496.

Chopin, Thierry (2015). *La fracture politique de l'Europe; crise de légitimité et déficit politique.* Dalloz.

Christin, Thomas (2005). «Economic and Political Basis of Attitudes towards the EU in Central and East European Countries in the 1990s». *European Union Politics,* 6(1), pp. 29-57.

Condruz-Băcescu, Monica (2014). «Euroscepticism across Europe: Drivers and Challenges». *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 6(2), pp. 52-59.

Conti, Nicolò y Memoli, Vincenzo (2017). How the Media Make European Citizens More Eurosceptical. En: Caiani, Manuela y Guerra, Simona (eds.). *Euroscepticism, Democracy and the Media* (pp. 121-140). Palgrave Macmillan.

Crespy, Amandine y Verschueren, Nicolas (2009). From Euroscepticism to Resistance to European Integration: An interdisciplinary perspective. *Perspective on European Politics and Society*, 10(3), pp. 377-393.

Díez Medrano, Juan (2003). *Framing Europe: attitudes to European integration in Germany, Spain and the United Kingdom*. Princeton University Press.

Down, Ian y Wilson, Carole J. (2008). «From 'Permissive Consensus' to 'Constraining Dissensus': A Polarizing Union?». *Acta Politica,* 43(1), pp. 26-49.

Eichenberg, Richard C. y Dalton, Russell J. (1993). «Europeans and the European Community: The Dynamics of Public Support for European Integration». *International Organization,* 47(4), pp. 507-534.

Eichenberg, Richard C. y Dalton, Russell J. (2007). «Post-Maastricht Blues: The Transformation of Citizen Support for European Integration 1973-2004». *Acta Politica*, 42, pp. 128-152.

Flood, Chris (2009). «Dimensions of Euroscepticism». *Journal of Common Market Studies*, 47(4), pp. 911-917.

Fossum, John E. y Schlesinger, Philip (eds.) (2007). *The European Union and the Public Sphere*. Routledge.

Franklin, Mark; Marsh, Michael y McLaren, Lauren (1994). «Uncorking the Bottle: Popular Opposition to European Unification in the Wake of Maastricht». *Journal of Common Market Studies,* 32(4), pp. 455-473.

Gabel, Mathew (1998). «Public Support for European Integration: An Empirical Test of Five Theories». *Journal of Politics,* 60(2), pp. 333-354.

Guerra, Simona (2017). Eurosceptic Voices: Beyond Party Systems, Across Civil Society. En: Caiani, Manuela y Guerra, Simona (eds.). *Euroscepticism, Democracy and the Media - Communicating Europe, Contesting Europe* (pp 21-48). Palgrave Macmillan.

Hobolt, Sara B.; Burg, Wouter van der; Vreese, Claes H. de; Boomgaarden, Hajo G. y Hinrichsen, Malte C. (2011). «Religious intolerance and Euroscepticism». *European Union Politics,* 12(3), pp. 359-379.

Hooghe, Liesbet (2007). «What Drives Euroskepticism? Party-Public Cueing, Ideology and Strategic Opportunity». *European Union Politics,* 8(5), pp. 5-12.

Hooghe, Liesbet y Marks, Gary (1997). «The Making of a Polity: The struggle over European Integration». *European Integration Online Papers*, 1(4), pp. 1-46.

Hooghe, Liesbet y Marks, Gary (2005). «Calculation, Community and Cues: Public Opinion on European Integration». *European Union Politics,* 6(4), pp. 419-443.

Hooghe, Liesbet y Marks, Gary (2008). «A Postfunctionalist Theory of European Integration: From Permissive Consensus to Constraining Dissensus». *British Journal of Political Science*, 39(1), pp. 1-23.

Junuzi, Valon (2019). «Refugee Crisis or Identity Crisis: Deconstructing the European Refugee Narrative». *Journal of Identity and Migration Studies*, 13(2), pp. 117-147.

Kopecky, Petr y Mudde, Cas (2002). «The Two Sides of Euroscepticism: Party Positions on European Integration in East Central Europe». *European Union Politics*, 3(3), pp. 297-326.

Krouwel, André y Abts, Koen (2007). «Varieties of Euroscepticism and Populist Mobilization: Transforming Attitudes from Mild Euroscepticism to Harsh Eurocynicism». *Acta Politica*, 42(2-3), pp. 252-270.

Lacroix, Justine y Coman, Ramona (eds.) (2007). *Les résistances à l´Europe. Cultures nationales, idéologies et stratégies d´acteurs*. Éditions de l´université de Bruxelles.

Leconte, Cécile (2010). *Understanding Euroscepticism*. Palgrave MacMillan.

Leonard, Mark (2014). «The Rise of Euroscepticism and how to deal with it in the EU». *Norwegian Institute of International Affairs, Policy Brief*, 9, pp. 1-4.

Lindberg, Leon y Scheingold, Stuart (1970). *Europe's Would-be Polity: Patterns of Change in the European Community*. Prentice-Hall.

Loveless, Matthew y Rohrschneider, Robert (2011). «Public Perceptions of the EU as a System of Governance». *Living Reviews in European Governance,* 6(2), pp. 5-28.

Lubbers, Marcel y Scheepers, Peer (2005). «Political versus Instrumental Euro-scepticism: Mapping Scepticism in European countries and regions». *European Union Politics*, 6(2), pp. 223-242.

Lubbers, Marcel y Scheepers, Peer (2010). «Divergent Trends of Euroscepticism in Countries and Regions of the European Union». *European Journal of Political Research,* 49(6), pp. 787-817.

Majone, Giandomenico (1998). «Europe's "Democratic Deficit": The Question of Standards». *Europe Law Journal*, 4(1), pp. 5-28.

Manigand, Christine y Dulphy, Anne (2004). *Les opinions publiques fase à l´Europe Communautaire - Public Opinion and Europe.* Peter Lang.

McLaren, Lauren (2004). «Opposition to European Integration and Fear of Loss of National Identity: Debunking a basic assumption regarding hostility to the integration project». *European Journal of Political Research,* 43(6), pp. 283-306.

McLaren, Lauren (2007). «Explaining mass-level Euroscepticism: Identity, interests, and institutional distrust». *Acta Politica,* 42(2-3), pp. 233-251.

Meijers, Maurits (2017). «Contagious Euroscepticism: The impact of Eurosceptic Support on Mainstream Party Positions on European integration». *Party Politics*, 23(4), pp. 413-423.

Miliband, David (2012). *José Manuel Barroso: How is Britain so open to the world, but so closed to the Europe? The New Statesman America*. Disponible en: https://www.newstatesman.com/politics/2012/07/jose-manuel-barroso-how-britain-so-open-world-so-closed-europe, acceso 29 de julio de 2025.

Mudde, Cas (2012). «The comparative study of party-based Euroscepticism: The Sussex versus North Carolina School». *East European Politics*, 28(2), pp. 193-202.

Pfister, Eugen (2010). Die Identität Europas und Europabilder in Wochenschauen nach 1945. En: Wassenberg, Birte; Clavert, Frederic y Hamman, Philippe (eds.). *Contre l'Europe? Anti-européisme, euroscepticisme et alter-européisme dans la construction européenne de 1945 à nos jours (vol. 1): les concepts* (pp. 233-249). Steiner Verlag.

Rambour, Muriel (2010). Les oppositions à l'Europe sont-elles structurées politiquement? En: Wassenberg, B.; Clavert, F. y Hamman, P. (eds.). *Contre l'Europe?, Anti-européisme, euroscepticisme et alter-européisme dans la construction européenne de 1945 à nos jours (vol. 1): les concepts* (pp. 93-109). Stuttgart: Steiner Verlag.

Ray, Leonard (1999). «Measuring Party Orientation towards European Integration: Results from an Expert Study». *European Journal of Political Research*, 36(2), pp. 283-306.

Ross, George (2011). *The European Union and Its Crisis. Through the Eyes of the Brussels Élite*. Palgrave McMillan.

Rovny, Jan (2004). «Conceptualising Party-based Euroscepticism: Magnitude and Motivations». *Collegium: News form the College of Europe*, 29, pp. 31-48.

Sanders, David; Magalhães, Pedro y Tóka, Gábor (eds.) (2012). *Citizens and the European Polity. Mass Attitudes towards the European and National Polities*. Oxford University Press.

Skinner, Marianne S. (2013). «Different Varieties of Euroscepticism? Conceptualizing and Explaining Euroscepticism in Western European Non-Member States». *Journal of Common Market Studies*, 51(1), pp. 122-139.

Sørensen, Catharina (2008). «Love me, Love me not. A Typology of Public Euroscepticism». *Sussex European Institute Working Paper*, 9.

Spiering, Menno (2004). British Euroscepticism. En: Harmsen, Robert y Spiering, Menno (eds.). *Euroscepticism: Party Politics, National Identity and European Integration* (pp. 127-150). Rodopi.

Startin, Nick y Krouwel, André (2013). «Euroscepticism Re-galvanized: The Consequences of the 2005 French and Dutch Rejections of the EU Constitution». *Journal of Common Market Studies*, 51(1), pp. 65-84.

Steenbergen, Marko; Edwards, Erika y Vries, Catherine de (2007). Who's Cueing Whom? Mass-élite link- ages and the future of European integration. *European Union Politics,* 8(1), pp. 13-35.

Szczerbiak, Aleks y Taggart, Paul (2008). *Opposing Europe?: The Comparative Party Politics of Euroscepticism*. Oxford University Press.

Taggart, Paul (1998). «A Touchstone of Dissent: Euroscepticism in Contemporary Western European Party Systems». *European Journal of Political Research*, 33(3), pp. 363-388.

Taggart, Paul y Szczerbiak, Aleks (2002). «The Party Politics of Euroscepticism in EU Member and Candidate States». *Sussex European Institute Working Papers*, 51.

Taggart, Paul y Szczerbiak, Aleks (2004). «Contemporary Euroscepticism in the party systems of the European Union candidate states of Central and Eastern Europe». *European Journal of Political Research,* 43(1), pp. 1-27.

Todorova, Elena (2017). «The Future of the European Union- The Consequences of Euroscepticism». *Vizione*, 28, pp. 405-412.

Theiler, Tobias (2010). «The origins of Euroscepticism in German-speaking Switzerland». *European Journal of Political Research*, 43(4), pp. 635-656.

Usherwood, Simon (2007). Sceptical or Simply Opposed? Anti-EU groups and the constitution. En: Cohen, Antonin y Vauchez, Antoine (eds.). *La Constitution Européenne. Élites, mobilisations et votes* (pp. 167-180). Editions de l´Université de Bruxelles.

Usherwood, Simon y Startin, Nick (2013). «Euroscepticism as a Persistent Phenomenon». *Journal of Common Market Studies*, 51(1), pp. 1-16.

Verney, Susannah (2011). Euroscepticism in Southern Europe: A Diachronic Perspective. *South European Society and Politics*, 16(1), pp. 1-29.

Vries, Catheritne E. de (2018). *Euroscepticism and the Future of European Integration*. Oxford University Press.

Vries, Catherine E. de y Kersbergen, Kees van (2007). «Interests, Identity and Political Allegiance in the European Union». *Acta Politica,* 42(2), pp. 307-328.

Vreese, Claes H. de; Boomgaarden, Hajo G. y Semetko, Holli A. (2008). «Hard and Soft: Public Support for Turkish Membership in the EU». *European Union Politics*, 9(4), pp. 511-530.

83. La hegemonía del individualismo y de la individuación en la cultura contemporánea: creencias, emociones y valores

Eduardo Bericat
Catedrático de Sociología e Investigador Social
Universidad de Sevilla
Mercedes Camarero
Profesora Titular
Universidad Pablo de Olavide

83.1. Introducción

Los análisis que los sociólogos clásicos desarrollaron para determinar los rasgos esenciales de la sociedad moderna, que emergía de la sociedad tradicional precedente, revelaron la importancia clave del individualismo. El paso de una sociedad a otra requería liberar las ataduras que vinculaban a los individuos con el orden social tradicional. La inserción del sujeto en el orden comunitario, local, familiar, religioso y feudal era un obstáculo al desarrollo de nuevas formas de pensamiento, nuevas fuerzas productivas y nuevas estructuras de poder.

Según Taylor, existen tres formas de autocomprensión que configuran la estructura básica del orden social y moral moderno. «Estas formas son la economía, la esfera pública y el conjunto de ideas y prácticas propias del autogobierno democrático» (Taylor, 2006, p. 87). El individuo autónomo ocupa el centro de la escena en estos nuevos campos, instituyéndose como fundamento último del juego y de la dinámica social de la modernidad. Los individuos, sean trabajadores o consumidores, intercambian bienes y servicios en el ámbito económico. En la esfera pública, los individuos dialogan y expresan libremente sus opiniones acerca del bien común. El orden político, por su parte, determina la legitimidad de los gobernantes según la voluntad que los individuos soberanos manifiestan con su voto en elecciones democráticas.

Ahora bien, si el individualismo es consustancial a la sociedad moderna y el proceso de individualización ha acompañado a la modernidad durante los dos últimos siglos, cabría preguntarse: ¿es hoy necesario repensar el papel que desempeña el yo en nuestras sociedades? Lo cierto es que, en torno al pasado cambio de siglo, un nutrido grupo de insignes pensadores y científicos sociales, como Giddens (1991), Bauman (2001),

Beck y Beck-Gernsheim (2002), Sennet (2011), Dubet (2020), Lahire (2004), Martuccelli (2017), Taylor (2006), Dumont (1987) o, entre los españoles, Béjar (1989) y Santiago (2017), se detuvieron a reflexionar de nuevo sobre el individualismo.

Dos motivos alientan el renovado interés por la centralidad del individuo. En primer lugar, existe la sospecha fundada de que, tras más de dos siglos y medio de modernización, el individualismo ha penetrado profunda y radicalmente tanto en los actores como en las estructuras de las sociedades desarrolladas contemporáneas. Hoy impregna de tal forma nuestro modo de vida que ni siquiera percibimos su presencia. En segundo lugar, estos teóricos del individualismo sugieren que, con el paso de la primera a la segunda modernidad, se ha producido un cambio fundamental en la propia naturaleza del individualismo. En la segunda modernidad, los sujetos se estarían desvinculando de las instituciones centrales de la modernidad, diluyendo así, en gran medida, el contenido de su yo social moderno.

Este capítulo está compuesto por dos partes. En la primera exponemos los principales procesos y categorías del marco teórico que nos lleva desde el individualismo moderno hasta la actual *hegemonía de la subjetividad*. En la segunda se ofrecen datos recientes de encuesta sobre los dos fenómenos socioculturales que sustentan esta trasformación social. El epígrafe tercero incluye informaciones empíricas sobre creencias, emociones y valores de la *individuación*. El cuarto muestra el actual *desacoplamiento* entre individuo y sociedad aportando datos sobre el debilitamiento de los vínculos sociales, la eclosión de identidades múltiples, y el clima de desafección institucional y política en el que estamos inmersos. Finalmente, en el epígrafe titulado «La sociedad de los individuos en suspensión», se sugieren algunas de las consecuencias sociales y políticas vinculadas con el alto grado de individuación de las sociedades contemporáneas.

83.2. Del individualismo moderno originario a la actual hegemonía de la subjetividad

El papel preponderante y hegemónico que hoy desempeña la subjetividad y las vivencias de los individuos en la estructura y la dinámica social es el resultado de dos procesos que circulan en paralelo: una intensa y progresiva individualización, que nos ha llevado desde el individualismo originario hasta la individuación contemporánea; y un continuo desacoplamiento entre, por un lado, la subjetividad de los individuos y, por otro, la realidad objetiva de su mundo natural, social y personal. Este proceso de desacoplamiento está disolviendo los anclajes que mantenían unida la conciencia individual moderna al sistema social.

Encontramos un síntoma de la hegemonía de la subjetividad en el gran valor que las personas otorgan hoy a las experiencias, vivencias, emociones, a la felicidad, la autoestima, a sus opiniones y, en general, a todo aquello que forma parte de su mundo interior.

En el libro titulado *No-cosas*, Han, el famoso filósofo coreano de la contemporaneidad, sostiene que hemos pasado de valorar la posesión de cosas a valorar la acumulación de experiencias. Aludiendo al Erich Fromm de *¿Tener o ser?*, comenta que su crítica de la sociedad moderna como una sociedad más orientada al tener que al ser no se aplica a la sociedad actual, pues vivimos en una sociedad de la experiencia y de la comunicación que prefiere el ser al tener. La antigua máxima del «yo soy tanto más cuanto más tengo» ha perdido vigencia. La nueva máxima del experimentar es: «yo soy tanto más cuanto más experimento». Otros autores, como el sociólogo Schulze (1993), el antropólogo Cargonja (2011) o el economista Miles (2021), hablan de la sociedad de la experiencia.

Hoy deseamos ante todo vivir experiencias e, idealmente, nos comunicamos con los demás mediante el lenguaje de las narraciones y de las vivencias. No es solamente que el turismo de experiencias o de aventuras sea preferible a cualquier otro. Lo único que en las conversaciones sobre viajes tiene algún valor de cambio son las experiencias. Sean positivas o negativas, constituyen la mejor prueba de haber vivido. Por ello, incluso gozamos al contar las desgracias que nos sucedieron durante el viaje. El viaje es, en sí mismo, una aventura, la promesa de una experiencia, y por eso, aunque sea una experiencia mercantilizada y banal, incapaz de sacarnos de nuestra «zona de confort», tiene hoy tanto valor. A la vuelta de vacaciones nadie te pregunta si lo has pasado bien, si no dónde has estado, a dónde has ido. En cualquier caso, el consumo de experiencias constituye un anhelo vital del individuo contemporáneo. Una comida, un concierto musical, una excursión, una clase educativa, un museo, o una relación afectiva, todo ha de ser contemplado y convertido en una experiencia de vida.

El deseo de experiencias constituye un mero ejemplo ilustrativo de la relevancia que el mundo interior de las personas y la subjetividad individual están adquiriendo en la naturaleza y dinámica de los fenómenos sociales. El giro emocional, es decir, la trascendencia que hoy tienen las emociones y los sentimientos en la política, en las identidades sociales, en nuestro bienestar y salud mental, o en nuestras relaciones sociales, es también síntoma de la fuerza que asume la subjetividad frente a las realidades objetivas del mundo exterior.

83.2.1. Individualismo e individuación

El hecho de que las experiencias de vida y las emociones hayan adquirido en la actualidad tanta relevancia refleja un importante cambio de perspectiva cultural. El mundo interior, la conciencia de los sujetos, o la *inwardness* en la terminología de Taylor (1989), tienen hoy un protagonismo inusitado y particular. El yo, sobre el que focalizamos gran parte de la atención personal y social, constituye en último término el prisma a través del cual percibimos y valoramos la realidad. Existen épocas, como la sociedad moderna, en las que lo objetivo configura tanto el criterio de verdad como el de realidad. En otras, sin embargo, la subjetividad se impone. Por ejemplo, el romanticismo decimonónico centró su mirada en los sentimientos y en el mundo interior de los

individuos, aunque fundamentalmente en los de una élite minoritaria, como los genios y los artistas puros. Sin embargo, en la sociedad contemporánea, la atención que prestamos a la subjetividad de los individuos alcanza a todos por igual. En suma, las experiencias de vida tienen un gran valor, porque el proceso de individualización las ha convertido en el modo hegemónico y legítimo de percibir la realidad. La experiencia no es otra cosa que el mundo visto, valorado, vivido y sentido desde la perspectiva del sujeto. Ese mundo objetivo compartido por todos parece que ha dejado de existir. La realidad social se configura hoy como una mera suma de las experiencias personales, propias y exclusivas de cada yo.

Este predominio del yo y de su mundo interior, al que denominamos individuación, difiere del individualismo originario sobre el que se fundó la sociedad moderna. Tras desligar a los sujetos de la matriz tradicional, la modernidad logró revincularlos a las nuevas instituciones sociales. Así, el sistema democrático transforma la soberanía del ciudadano, expresada mediante el voto individual, en una voluntad colectiva orientada al bien común. La ciencia establece el método mediante el que la indagación individual alcanza verdades objetivas y compartidas. O los medios de comunicación de masas condensan la multiplicidad de pareceres individuales en una opinión pública común, sustentada en el diálogo racional, que legitima las decisiones colectivas. Desde el respeto a la soberanía y autonomía individual, las instituciones modernas estaban encaminadas hacia la conformación de un orden social compartido. Sus instituciones, esto es, los partidos políticos, sindicatos obreros, escuelas, familia nuclear, medios de comunicación, etc., vertebraban la sociedad. En suma, el individuo autónomo internalizaba «lo social» ajustándose a los roles, instituciones y principios morales de la modernidad (Dubet, 2020, p. 93).

El individualismo de la primera modernidad difiere substancialmente de la individuación contemporánea, característica de la segunda. Esta comporta una intensificación y radicalización de aquel, pero no solo eso. Para Beck y Beck-Gernsheim (2002), la individuación implica un desanclaje de las instituciones de la modernidad. Pero, a diferencia de lo que ocurrió con el desanclaje tradicional, no observamos ahora una revinculación en nuevas instituciones capaces de integrar a los individuos en un orden social emergente. Estaríamos, por tanto, ante una «des-vinculación sin re-vinculación». Paradójicamente, «la individualización se está convirtiendo en la propia estructura social de la segunda modernidad», nos dice Beck (2002). Asimismo, Bauman (2001) advierte que hoy todos estamos obligados a ejercer de individuos, que somos «individuos por decreto». La individuación contemporánea equivale un individualismo plenamente institucionalizado, que ha pasado de ser un derecho a ser una tarea y una obligación más. De ahí que el trabajo de construcción del yo, o las tecnologías del yo a las que aludía tempranamente Foucault, sean tan determinantes.

La individuación se ha instalado en el núcleo credencial y valorativo de nuestras sociedades, certificando definitivamente la sacralidad del individuo. Todo mecanismo que haga referencia al yo (autonomía, autodeterminación, autenticidad, autoconocimiento, autoestima, autoconciencia, autorrealización y autoayuda) se convierten en principios rectores de la acción social. De ahí que el fenómeno de la individuación sea fundamental para comprender el

funcionamiento de las sociedades contemporáneas. Bauman (2000, p. 31) advierte que la individualización contemporánea no es comparable al individualismo existente hace cien años o en los albores de la era moderna. Ahora opera en un contexto de incertidumbre, ambivalencia, inestabilidad, flexibilidad, aceleración y libertad precaria profundas. Por este motivo, los clásicos abordajes del individualismo resultan insuficientes para comprender la individualización. Los sistemas sociales actuales operan exclusivamente desde y para un individuo que constituye tanto el punto de partida como el destino de todo sentido y acción social.

En su trabajo sobre el individualismo y los intelectuales, Durkheim (2003) definió el individualismo utilitario como la actitud propia de un sujeto que tan solo se preocupa por aquello que le concierne de forma personal, es decir, que se centra exclusivamente en los intereses de cada individuo empírico, y que sintoniza con el culto egoísta del sí mismo. Estas actitudes, que hoy podrían identificarse con las del individualismo neoliberal, y que se enfrentan ideológicamente a aquellas orientadas hacia la colectividad, no tendrían nada que ver, según Durkheim, con el verdadero individualismo, que es una moral respetuosa con lo que cualquier persona, en su condición de ser humano, tiene en común con cualquiera de sus semejantes. Así, «todo el que atente contra una vida humana, contra el honor de un hombre, nos inspira un sentimiento de horror» y «una moral de este tipo es una religión en la que el hombre es, al mismo tiempo, fiel y dios» (Durkheim, 2003).

Mientras que el individualismo utilitario juega en un espacio de diferentes posiciones morales, éticas o ideológicas, el verdadero individualismo, al que alude Durkheim, se asemeja más a la individuación alcanzada en la sociedad contemporánea, que tiene un carácter eminentemente experiencial. No opera como mera posición en el eje individualista-colectivista, sino a un nivel religioso, mucho más profundo, en el que se afirma la sacralidad del yo a través de la experiencia.

Por tanto, la individuación no excluye necesariamente, por ejemplo, ni la unión con el otro ni la solidaridad hacia los demás. Tan solo exige que ambas se fundamenten en la libre voluntad del yo. Las relaciones de pareja dejan de sustentarse en el compromiso explícito contraído mediante la institución del matrimonio, pasando a depender del bienestar emocional que obtengan cada uno de los miembros de la pareja. La redistribución social deja de estar basada en decisiones colectivas basadas en la estructura y la estratificación social en su conjunto y pasa a formar parte de una lógica emocional en la que los sentimientos y la empatía de los individuos determina el movimiento de solidaridad social que se activa en cada caso.

83.2.2. Desacoplamiento subjetivo-objetivo

Por desacoplamiento subjetivo-objetivo entendemos todos aquellos procesos que tienden a desconectar al sujeto individual de algún aspecto de la realidad de su mundo natural, social o personal.

Según hemos mencionado, los cambios societarios pueden ser pensados como procesos en los que los individuos se desvinculan de las viejas instituciones, para establecer nuevos lazos con las creadas por el orden social emergente. Así sucedió con el paso de la sociedad tradicional a la sociedad moderna. Ahora bien, según los teóricos de la individualización, nos encontramos en un momento histórico en el que los individuos parecen estar desconectándose de las instituciones centrales de la modernidad sin que, por otra parte, podamos observar o intuir nuevas ligaduras que permitan a los sujetos reestablecer conexiones con su mundo social.

Dubet (2002) se refiere a este fenómeno como *declive institucional*. Este sociólogo argumenta que los programas institucionales modernos, que antes daban forma al ser de los individuos, encuentran cada vez más dificultades para llevar a cabo eficazmente su labor socializadora. A partir de los años setenta del siglo pasado, el poder de las instituciones se ha ido debilitando, impidiendo que la sociedad pueda recrear mediante sus determinaciones un tipo concreto de subjetividad. Los individuos dejan de ser sujetos estándar socializados mediante un programa institucional específico. Por este motivo, los individuos desacoplados de lo social deben construirse a sí mismos en el contexto de experiencias de vida que no están del todo estructuradas socialmente.

En el cuarto epígrafe de este capítulo se presentan datos, procedentes de encuestas recientemente realizadas por el CIS, relacionados con el declive de las instituciones. En concreto, se exploran tres ámbitos fundamentales de este proceso: el tipo de relación que los españoles mantienen con la familia nuclear; la fuerza de sus identidades, en particular las de clase social; y la confianza que tienen depositada en las instituciones políticas.

En coherencia con el progresivo proceso de individualización, al declive de la familia extensa se une ahora el de la familiar nuclear. La soledad no deseada, una de las grandes pandemias emocionales de nuestro tiempo, implica un vacío o desconexión absoluta entre el individuo y su mundo social. La pérdida del poder estructurante que antes tenían las clases sociales se manifiesta tanto en el debilitamiento de la identidad de clase como en la vigencia simultánea de múltiples identidades sociales, basada ahora en la adhesión individual. Beck (2002) aludió a la clase social como una categoría zombi para indicar su insuficiente poder explicativo. Las desigualdades sociales siguen muy presentes, pero desbordan el estrecho marco de las clases sociales, como bien muestra la perspectiva intersectorial. Los politólogos saben desde hace tiempo que la clase condiciona el voto, pero que en absoluto lo determina. Asimismo, en la medida que los individuos desconfían de sus instituciones y partidos políticos, las sociedades encuentran más dificultades para lograr grandes consensos sobre los problemas que preocupan a la población. Una sociedad individualizada, de identidades múltiples, que se sustenta sobre la realidad de experiencias personales singulares, difícilmente puede alcanzar altos grados de cohesión social. La desafección no expresa sino el desacoplamiento entre el ciudadano y su comunidad política.

Los procesos de desacoplamiento subjetivo-objetivo son muy numerosos, pero en ningún caso debemos pensar que todos comportan consecuencias negativas. La mayoría representa avances en libertad y autonomía personal,

así como grandes pasos en el desarrollo de la humanidad. Por ejemplo, la invención de la escritura, del libro y de la imprenta (y posteriormente del teléfono y de Internet) desligaron la comunicación interpersonal del ineludible encuentro físico en un mismo tiempo y lugar, como sucede en la comunicación oral. La invención de los antibióticos, por su parte, neutralizó muchas de las nefastas consecuencias fisiológicas que una infección bacteriana pudiera tener sobre el organismo invadido. Ozempic, el recientemente desarrollado medicamento contra la obesidad, se basa en un mecanismo de desacoplamiento subjetivo-objetivo. Entre otros efectos, la semaglutida bloquea en el cerebro la sensación de apetito, lo que reduce la ingesta de alimentos. Ahora bien, esto no significa que los factores externos que estimulaban el apetito de la persona más allá de sus estrictas necesidades fisiológicas hayan desaparecido.

El concepto de desacoplamiento subjetivo-objetivo trasciende los fenómenos de declive institucional o de desinstitucionalización social apuntados por las teorías de la individualización. Además, los efectos particulares de cada uno de los desacoplamientos pueden ser positivos o negativos, pudiendo variar según cuál sea la intensidad y profundidad de su implantación. A su vez, las consecuencias sociales de todos los desacoplamientos subjetivo-objetivos que afecten a los individuos dependerán de la radicalidad con la que alteren tanto su carácter como su modo de vida. Para terminar, veamos algunos otros ejemplos de desacoplamiento.

Uno de los objetivos fundamentales del movimiento feminista es lograr que el género, en cuanto institución social, no determine la posición que las mujeres ocupen en la sociedad. Todas las personas, al margen del sexo, y de acuerdo con su libre voluntad, deben tener derecho a elegir la ocupación que deseen desempeñar. El derecho a la libre autodeterminación individual también alcanza a las relaciones de pareja, desprovistas ahora de cualquier función social o reproductiva externa. En las relaciones sexuales, el placer se desvincula de la reproducción biológica, y la orientación sexual deja de estar determinada por la genitalidad de las personas. Asimismo, la identidad de género depende de la subjetividad individual, y no necesariamente de su sexo. Esto es, todo derecho a la autodeterminación individual implica un desacoplamiento subjetivo-objetivo.

Otro ejemplo de desacoplamiento cultural afecta a la conexión que la sociedad moderna establecía entre el desarrollo material y la felicidad. Se suponía que a mayor riqueza correspondía un estado de mayor felicidad. Quizá por ello sus desempeños se centraron en el desarrollo de las fuerzas productivas y en crecimiento económico, medido por el PIB. Sin embargo, tras dos siglos de modernización, hemos comprobado que altos niveles de renta no equivalen a altos niveles de bienestar emocional. Las múltiples epidemias emocionales que nos asolan, como la soledad, el tedio vital, la depresión, la ansiedad, el estrés, la tristeza, el pesimismo, o el odio, son buena prueba de ello. Personas a las que materialmente no les falta de nada pueden sentirse mal. Las situaciones objetivas y subjetivas no caminan de la mano.

Es también evidente que, tal y como demostró el confinamiento del COVID-19, el incremento de las relaciones virtuales y parasociales, facilitadas por las tecnologías de la sociedad digital, conduce a una virtualización y

desmaterialización de nuestros contactos personales por cuanto en ellos no participan nuestros cuerpos, ni cabe la posibilidad del abrazo o el cruce directo de las miradas. Las tecnologías de transporte y de comunicación nos permiten viajar por todo el mundo, al tiempo que no provoca cierto desarraigo personal. La posibilidad de estar con los pies sobre un lugar físico, al tiempo que con la cabeza en un distante lugar mental muestra otro tipo de desacoplamiento subjetivo-objetivo. La presencia de la persona en la vida cotidiana, que tanto estudió Goffman, promueve merced a nuestra manipulable existencia visual en las redes la «romantización» e idealización del yo. Al desacoplamiento entre la persona y su propio cuerpo también contribuyen los filtros fotográficos, la industria de la cosmética, y la cirugía estética. La anorexia comporta una disociación entre el cuerpo real y la imagen que devuelve el espejo, configurada subjetiva y culturalmente por los modelos de belleza imperante.

83.2.3. Hegemonía de la subjetividad

El cruce de estos dos procesos, el de individuación y el de desacoplamiento del mundo, aboca necesariamente al fenómeno que designamos como *hegemonía de la subjetividad*. Este *ethos* implica que todos los contenidos de conciencia del sujeto asumen ahora un protagonismo destacado en la naturaleza y en la dinámica de cualquier fenómeno social. A los estados de ánimo, los sentimientos, las emociones y las pasiones; los sueños, las fantasías, las utopías, las distopías y los delirios; la confianza, las esperanzas, las expectativas y los pronósticos; las creencias, las definiciones de la situación, los marcos mentales, las percepciones, los relatos, las ideologías y las cosmovisiones personales; los deseos, las metas, las motivaciones y las identidades; en suma, a todo aquello que puebla y se agita en el mundo interior de los individuos, se le atribuye un incuestionable estatuto de realidad y de verdad.

De la tesis de la hegemonía de la subjetividad pueden extraerse tres importantes corolarios que nos ayudan a comprender ciertas dinámicas sociales de la sociedad contemporánea:

a) En las condiciones societarias promovidas por un desacoplamiento generalizado del individuo de su mundo natural, social o personal, la subjetividad y los contenidos de conciencia presentan una gran eficacia, es decir, son especialmente capaces de producir efectos. Así, por ejemplo, vemos que los sentimientos o los relatos se imponen en muchos casos a la realidad.
b) En condiciones societarias de una intensa y generalizada desinstitucionalización e individuación social, esto es, en una sociedad conformada por sujetos flotantes, aislados y atomizados, que carecen de una trama de ligaduras sociales, la subjetividad y los contenidos de conciencia son muchísimo más susceptibles de manipulación. Es decir, la conciencia de estos individuos es fácilmente manipulable.
c) En la misma medida que crece la hegemonía y la eficacia del mundo interior y de los contenidos de conciencia, así como la maleabilidad y manipulabilidad del individuo aislado, aumenta el interés por incidir,

> influir o alterar su subjetividad. La gestión cultural, social y política de la subjetividad resurge como instrumento clave en la construcción de los sujetos y en la constitución de cualquier tipo de orden social.

Hemos comentado anteriormente que las distintas épocas y sociedades pueden distinguirse según la importancia relativa que atribuyan al mundo interior (subjetividad) y al mundo exterior (objetividad). Siguiendo los principios de realidad y de verdad establecidos por su cultura, cada una optará por otorgar un mayor estatuto de realidad y de verdad a los hechos objetivos o a los subjetivos. Así, la sociedad moderna dirigió su mirada hacia las «cosas» del mundo exterior, las fuerzas productivas, el control de la naturaleza, las materias primas, las fuentes de energía, los objetivos económicos, el bienestar material, el poder, las tecnologías fisicoquímicas, o el conocimiento científico y objetivo del mundo.

En las sociedades posmodernas, sin embargo, encontramos síntomas de un giro subjetivo o de retorno de la subjetividad. Todo lo sólido parece desvanecerse en el aire. Las tecnologías básicas operan con información y comunicación. La inteligencia artificial y la realidad virtual se imponen en imparables procesos de digitalización social. La sociedad muta desde el estado sólido hasta el líquido, para finalmente convertirse en una mera solución coloidal o en una nebulosa de vapor social. Así, en el consumo de productos no interesa tano la materialidad del objeto como la relación simbólica que establece con un estilo de vida personal. En el logro de la felicidad, no importa tanto la situación objetiva como la voluntad subjetiva de alcanzarla, esto es, de «ser positivo» y optimista. Por otra parte, vemos que los grandes problemas políticos de nuestro tiempo, como la polarización, la desafección, el odio social, las *fake news*, la falta de confianza o el pesimismo, son esencialmente subjetivos.

Mientras que el motivo de *distinción* (Bourdieu, 1988) vincula las decisiones de consumo con la voluntad del sujeto de proyectarse objetivamente ante los demás como miembro de una clase social, con un determinado capital económico y cultural, el de *singularidad* (Reckwitz, 2020) proyecta socialmente al individuo según una lógica cultural y simbólica que reclama y proclama lo único y particular de una subjetividad individual original.

Recurriendo a la historia de la filosofía, el actual retorno y hegemonía de la subjetividad concuerda con el existencialismo de Kierkegaard, cuya piedra clave sostiene que *la subjetividad es la verdad*. El filósofo opone el pensador objetivo, que persigue verdades externas, abstractas y universales, al pensador subjetivo, interesado ante todo en la existencia de los seres humanos concretos. Kierkegaard no niega que la realidad externa exista, pero cree que los hechos objetivos nunca determinan del todo nuestras elecciones vitales (desacoplamiento subjetivo-objetivo). Que la subjetividad sea verdad y realidad significa que eso es lo que más importa a cada uno, que las creencias que elegimos definen quiénes somos, construyen nuestra identidad. Toda verdad subjetiva expresa una concordancia existencial íntima con la vida de un individuo en particular y, por ello, no importan tanto sus contenidos específicos como el compromiso y la apropiación personal de esos contenidos por parte del sujeto. En suma, la verdad y la realidad subjetivas constituyen el sino de nuestro tiempo.

83.3. Creencias de individuación en la cultura contemporánea

En este apartado se aporta un amplio conjunto de datos de encuesta que permiten verificar empíricamente hasta qué punto la actual cultura de los españoles, esto es, sus creencias, valores y emociones, se ajustan al marco de las *teorías de la individualización*.

En el primer epígrafe, analizamos cuatro creencias básicas de la individuación que fueron incluidas en el Estudio CIS 3473 (junio 2024) sobre Felicidad y valores sociales. En el segundo, se exploran la centralidad social y cultural del derecho a la autodeterminación individual. En el tercero, utilizando un amplio número de estudios-encuesta realizados por el CIS durante los dos últimos años, se ofrecen informaciones sobre la personalización en la política y legitimidad del ciudadano en cuanto sujeto individual. En el cuarto y último, se ofrecen datos sobre el individualismo utilitario y sobre el éxito en la vida como valor social.

83.3.1. Autodeterminación, autorrealización, verdad subjetiva y valoración de lo emocional

Los datos de la tabla 83.1 demuestran que las creencias de la individuación constituyen un consenso universal y absoluto de la cultura actual española. Todos los españoles estamos de acuerdo en que cualquier individuo

Tabla 83.1. *Creencias fundamentales de la individuación contemporánea (%)*

	Muy de acuerdo	*De acuerdo*	*Ni acuerdo ni desacuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*N. S./ N. C.*
AUTODETERMINACIÓN Todas las personas tienen el derecho a elegir libremente qué quieren ser y cómo quieren vivir	60,2	35,7	0,3	2,9	0,6	0,3
AUTORREALIZACIÓN Lo que más desean las personas es autorrealizarse y hacer cosas que tengan sentido para ellas	39,2	52,0	0,5	6,4	0,9	1.0
VERDAD SUBJETIVA Siempre hay que respetar las opiniones de los/as demás, aunque sean diferentes a las propias	55,4	36,7	0,7	5,7	1,3	0,1
VALORACIÓN DE LO EMOCIONAL Lo más importante en la vida es ser feliz	41,6	48,0	0,5	8,4	0,8	0,7

Fuente: Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 7.

tiene el derecho a elegir libremente qué quiere ser y cómo quiere vivir, que el mayor deseo de los individuos es autorrealizarse personalmente, que todas las opiniones merecen un respeto absoluto, y que lo más importante en la vida es ser feliz. La única distinción socialmente relevante que puede establecerse es entre los *creyentes entusiastas*, aquellos que declaran estar «muy de acuerdo», y los *creyentes convencidos*, quienes simplemente manifiestan su «acuerdo». Hablaremos de la existencia de un «gran consenso» social cuando al menos el 80 % de la población esté de acuerdo en algo (Bericat, 2003).

83.3.1.1. Derecho a la libre autodeterminación individual

La creencia en el derecho a la libre autodeterminación individual, que constituye el núcleo central de la cultura contemporánea de la individuación, es precisamente la que obtiene una adhesión más absoluta y universal (95,9 %). Lo curioso es que este sorprendente resultado se obtiene pese al contenido categórico de la pregunta que se formuló a los entrevistados: todas las personas tienen pleno derecho a elegir qué quieren ser y también cómo quieren vivir. En el horizonte cultural que dibuja la pregunta se considera radicalmente ilegítimo cualquier impedimento, traba u obstáculo que impida la realización de la libre voluntad del individuo. Este derecho garantiza la absoluta libertad individual de elegir. Ninguna norma, categoría, condición personal, o constricción social externa al sujeto, es decir, a su realidad y verdad subjetivas, puede cercenar su libertad individual decidiendo por él lo que tenga que llegar a ser (identidad), o el modo en que tenga que vivir (estilo de vida). Así, el esfuerzo que despliegan las personas con una discapacidad funcional para superar los límites que trata de imponerles su condición fisiológica constituye un ejemplo paradigmático del derecho a la libre autodeterminación vital.

Pese a que en la actualidad todos los españoles hayamos manifestado nuestro acuerdo con esta creencia, es obvio que, en un pasado reciente, los españoles de hace tan solo algunas décadas hubieran tenido dificultades para entender el sentido de este mismo principio moral, que hoy encuentran tan natural y lógico. Hoy forma parte de la *doxa* o sentido común, es una creencia que damos por supuesto y que no exige una ulterior explicación. De hecho, la autodeterminación individual constituyó desde sus orígenes parte consustancial del proyecto emancipador de la modernidad (Rosa, 2019). Originariamente, los individuos anhelan liberarse de las ataduras que les esclavizan (libertad negativa), pero luego ansían consumar todas las oportunidades que el progreso social, económico y tecnológico les ofrece (libertad positiva). El individuo contemporáneo, que asume el derecho a la autodeterminación como principio moral incuestionable, desdeña y aborrece toda determinación exterior que restrinja su libertad personal.

83.3.1.2. Deseo y sentido de autorrealización

El 91,2 % de los españoles cree que lo que más desean las personas es autorrealizarse y hacer cosas que tengan sentido para ellas. En la pirámide de

Maslow, las necesidades fisiológicas y de seguridad, esto es, aquellas vinculadas a la mera supervivencia física del organismo individual, se encuentran en la base. Por el contrario, las de autorrealización y de estima personal se ubican en la cúspide, incluso por encima de las necesidades de reconocimiento y de vinculación social. La teoría del cambio cultural de Inglehart afirmaba que los valores materialistas estaban siendo sustituidos por los posmaterialistas, como la autorrealización, el reconocimiento y la vinculación social. Ahora bien, a la vista del posterior desarrollo social hacia la individuación, es obvio que la autorrealización, que representa un estado de plenitud individual cargado de sentido, se ha revelado como el valor supremo que regula toda la estructura de necesidades y deseos del sujeto.

Mientras que el derecho a la autodeterminación individual configura una demanda sociopolítica del sujeto, la creencia en la autorrealización conecta con las dinámicas más profundas de la subjetividad e intimidad personal. En una sociedad hiperindividualizada, el motivo de autorrealización es el que sustenta, en último término, el sentido de toda acción humana. Frente a legitimidad externa que aportan los significados sociales o colectivos de la acción, la realización personal es doblemente autorreferencial: alude a una construcción o trasformación del yo que, además, debe tener sentido para el sí mismo. Ahora bien, es importante no confundir la autorrealización con el individualismo utilitario o egoísmo. Así, por ejemplo, en la medida que la solidaridad o el cuidado de los demás forme parte de su proyecto vital y las correspondientes acciones estén cargadas de sentido para él, un individuo puede llegar a ser extremadamente altruista y solidario. No porque tal conducta le sea impuesta exteriormente, desde fuera, sino por un puro convencimiento íntimo y subjetivo e interior. La reacción de los jóvenes valencianos ante los desastres de la Dana ilustra perfectamente este rasgo de la individuación.

83.3.1.3. Afirmación de la verdad subjetiva

La creencia en la verdad subjetiva, parte esencial e indisoluble de la cultura de la individuación, incide directamente sobre la naturaleza y dinámica de la esfera pública, ámbito en el que los ciudadanos expresan libremente sus opiniones, en el marco de un habermasiano diálogo perfecto, donde todos atienden los argumentos de todos, con la pretensión última de alcanzar un consenso acerca del bien común.

La creencia en el respeto a las opiniones ajenas puede ser interpretada, en el marco de una sociedad plural y diversa, como parte esencial de la cultura de tolerancia, deferencia y consideración que nos debemos unos a otros. Pero el imperativo moral de respetar las opiniones de los otros, «siempre» y «aunque sean diferentes de las propias», también incorpora un indiscutible reconocimiento de la verdad subjetiva kierkegaardiana, según lo expuesto anteriormente sobre la hegemonía de la subjetividad en el epígrafe 83.2.3. Este imperativo moral implica que toda opinión, idea, creencia, ideología o visión del mundo es valiosa en sí misma y absolutamente respetable por el mero hecho de pertenecer a un individuo al que se le considera sagrado y soberano. Por tanto, junto con la

motivación altruista que pudiera fundar el respeto a la opinión de los demás, existe una motivación puramente individualista, pues con la misma fuerza que el precepto afirma la validez de las opiniones ajenas, afirma la validez de las propias. La creencia en que mis opiniones son absolutamente respetables y deben ser absolutamente respetadas por los demás explicaría que el 92,1 % de los españoles muestre su acuerdo con este precepto. En este sentido, la alta polarización afectiva de nuestras sociedades prueba la fuerza del impulso con el que los individuos tratan de preservar y reclamar el incontestable valor de su opinión, al tiempo que rechazan y detestan las ajenas.

83.3.1.4. Felicidad y valoración de lo emocional

La creencia de que ser feliz no solo es muy importante, sino lo más importante de la vida, es decir, que la felicidad es valiosa en grado superlativo tanto en términos absolutos como relativos, sitúa este objetivo en la cima de la jerarquía axiológica o valorativa de nuestra cultura. Un 89,6 % de los españoles ha mostrado su acuerdo con esta rotunda afirmación, que implícitamente contiene tres ideas claves relacionadas con la individuación.

En primer lugar, muestra que el logro de la felicidad y del bienestar emocional superan a la riqueza y al bienestar material como aspiración vital de los individuos. Mientras que la sociedad moderna estaba estructurada en función del desarrollo de las fuerzas productivas, del crecimiento económico y de la satisfacción de las necesidades fisiológicas, ahora parece que tales objetivos no colman las aspiraciones de la población. El bienestar que se persigue es subjetivo y emocional. En segundo lugar, frente a la idea de felicidad desarrollada por Aristóteles en su *Ética a Nicómaco* (*eudaimonía*), o el objetivo expresado por Bentham de lograr la mayor felicidad para el mayor número, el actual deseo de felicidad se inscribe en un marco puramente individualista, a diferencia del marco político y social en el que la integraban ambos filósofos. El éxito de las psicologías positivas, de la infinidad de psicoterapias individualistas y de las industrias que abastecen al mercado con productos y servicios de felicidad muestra que el logro personal de la felicidad se enmarca en una cultura de la individuación (Béjar, 2018; Bericat, 2018). Por último, esta creencia muestra la gran valoración que otorgamos en la actualidad a los sentimientos, afectos, emociones y pasiones que pueblan nuestro mundo interior. Si la felicidad es lo más importante de la vida, ¿por qué habrían de ser menos importantes la tristeza o la alegría, el miedo o la seguridad, el amor o el odio? Todas las emociones son parte fundamental de nuestra verdad y realidad.

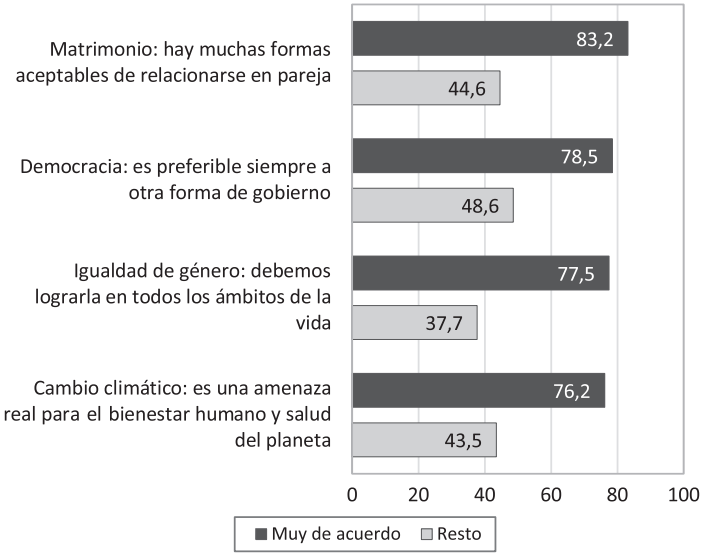
83.3.2. La centralidad cultural y social de las creencias de individuación

Mediante el análisis de la pregunta sobre el acuerdo con el derecho de autodeterminación individual (tabla 83.1), en este epígrafe se verifica, en primer lugar, si las creencias de individuación forman parte del gran

consenso que, en la cultura española, configuran los valores sociales de progreso. En segundo lugar, se cruza esa misma pregunta con diversas variables sociodemográficas para constatar si las personas que ocupan posiciones centrales en la estructura social española creen más en la individuación que quienes ocupan posiciones más alejadas del centro. Tanto los porcentajes que se ofrecen en los tres gráficos como los que se incluyen en el texto, se han calculado sobre la base de quienes están «muy de acuerdo» (*creyentes convencidos*) con la afirmación de que «todas las personas tienen el derecho a elegir libremente qué quieren ser y cómo quieren vivir».

El gráfico 83.1 muestra que, en efecto, cuanto mayor es el grado de adhesión del entrevistado a cada uno de los cuatro grandes valores de progreso incluidos en el Estudio CIS 3473, mayor es el grado de entusiasmo con el que creen en la autodeterminación individual. Estos valores de progreso son: la legitimidad de todas las formas de relacionarse en pareja; la preferencia de la democracia como forma de gobierno; la necesidad de alcanzar la igualdad de género; y el reconocimiento de la amenaza medioambiental. *Creyentes entusiastas* son aquellos que declararon estar «muy de acuerdo» con la autodeterminación (60,2 %). Como se ve en el gráfico 83.1, el porcentaje de creyentes entusiastas entre quienes están «muy de acuerdo» con cada uno de estos cuatro valores, casi duplica al de quienes han elegido cualquier otra respuesta. Esto demuestra que la creencia en la individuación social forma parte del gran consenso constituido por el núcleo de valores de progreso.

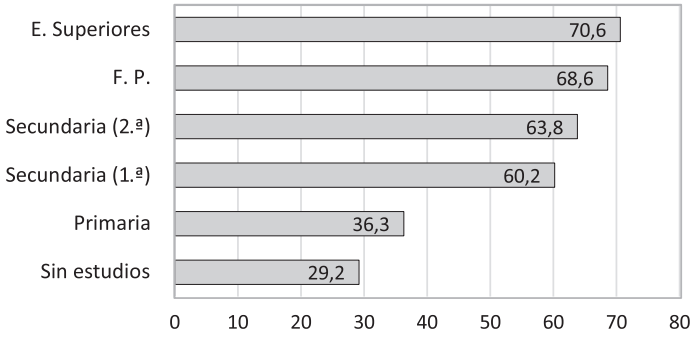
GRÁFICO 83.1. *Creyentes entusiastas en la autodeterminación individual, según adhesión a valores sociales de progreso (%)*



Fuente: Estudio CIS 3473 (2024), preguntas 6, 7 y 8.

Con el objeto de comprobar si quienes ocupan posiciones centrales de la estructura social creen más en la individuación, hemos cruzado la variable de autodeterminación con el nivel educativo, la clase social subjetiva, y la ocupación. El gráfico 83.2 muestra que cuanto mayor es el nivel de educativo de los entrevistados, mayor es el porcentaje de creyentes convencidos («muy de acuerdo») en la individuación. El cruce con la clase social subjetiva corrobora esta pauta, pues el porcentaje de creyentes convencidos en las clases alta y media alta (69,7 %) es sensiblemente superior al de las clases baja y pobre (54,1 %). Asimismo, los «profesionales y científicos» creen más fervientemente en la autodeterminación (70,1 %) que, por ejemplo, los agricultores (56,3 %) o las amas de casa (42,2 %). En suma, los datos prueban que quienes están más próximos al centro de la estructura social creen con mayor fuerza en la autodeterminación individual.

GRÁFICO 83.2. *Creyentes entusiastas en la autodeterminación individual, según nivel de estudios (%)*



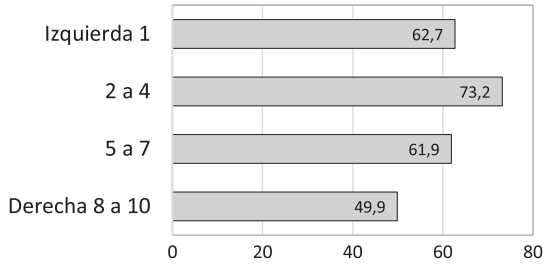
Fuente: Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 7.

Según edad, los análisis muestran que el porcentaje de creyentes entusiastas entre los jóvenes de 18-25 años (69,1 %) es ligeramente superior al de los adultos de 55-64 años (63,8 %). Sin embargo, este porcentaje desciende considerablemente entre las personas mayores, de entre 65-74 años (48,7 %), o ancianas, de setenta y cinco años y más (35,7 %). Estos datos ponen de relieve tanto la fuerza del reciente cambio cultural hacia la individuación como su relativo mayor impacto entre los jóvenes.

Según género, el análisis muestra un nivel similar de creyentes entusiastas en la autodeterminación personal entre hombres y mujeres (61,2 % versus 59,2 %, respectivamente). Sin embargo, el cruce de género y edad ofrece unos resultados sociológicamente significativos. Mientras que, en las personas mayores, de entre 65-74 años, los hombres creen más en la autodeterminación que las mujeres (52,5 % versus 45,3 %), en los jóvenes, de entre 18-25 años, son las mujeres quienes afirman con mayor entusiasmo la creencia en la autodeterminación personal (75,5 % versus 63,3 %). Para las mujeres jóvenes el derecho a la autodeterminación individual constituye la condición *sine qua non* de su emancipación social.

Finalizamos el análisis mostrando la relación existente entre la creencia en la autodeterminación y el posicionamiento ideológico de los entrevistados (gráfico 83.3). El porcentaje de creyentes entusiastas en la autodeterminación desciende progresivamente desde un máximo en las personas de izquierda y centroizquierda (73,2 %) hasta un mínimo en las personas de derecha (49,9 %). Esta pauta se rompe en el caso de quienes se consideran de extrema izquierda (62,7 %), cuyo porcentaje es similar a las personas de centroderecha (61,9 %).

GRÁFICO 83.3. *Creyentes entusiastas en la autodeterminación individual, según autoposicionamiento ideológico*



Fuente: Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 6.

Los datos de afinidad política y de religiosidad confirman esta pauta. La creencia en la autodeterminación personal es alta entre quienes se sienten cercanos a Sumar (76,6 %) y a Podemos (71,7 %); media, y muy similar, entre los afines al PP (62,5 %) y al PSOE (62,3 %); y muy baja entre los afines a Vox (49,6 %). Asimismo, el porcentaje de creyentes entusiastas entre las personas religiosas es bastante bajo (55,3 %), mientras que es muy elevado en el grupo de indiferentes, agnósticos o ateos (69,5 %). En cualquier caso, es sociológicamente muy relevante recordar que la pauta de relación que mantiene la ideología con la «individuación» es opuesta a la que mantiene con el «individualismo utilitario», particularmente con el económico (Bericat, 1999).

83.3.3. Individuación y personalización en la política

En este epígrafe se muestra el grado en que la individuación y la personalización ha penetrado en la política. Por un lado, se presentan datos sobre la eficacia política interna comparada de los ciudadanos y de los gobiernos, así como sobre la importancia que los españoles atribuyen a las «libertades políticas de la ciudadanía» para garantizar el buen gobierno. Por otro lado, se presentan informaciones indicativas de la disposición de los entrevistados a aceptar o reconocer influencias externas al yo a la hora de tomar decisiones políticas, así como del carácter personal o no de tales influencias. En su conjunto, todas estas informaciones sugieren que la subjetividad de los ciudadanos, considerados en cuanto que sujetos individuales, constituye un regulador muy potente del juego político.

La tabla 83.2 refleja la creencia de que los ciudadanos (54,0 %) saben definir mejor que los gobiernos (42,1 %) el bien común, es decir, que saber discernir mejor entre lo que es bueno o malo, o lo que conviene o no a todas las personas. Sobre la base de esta creencia en la relativa mayor eficacia política de los individuos, se entiende que los entrevistados hayan seleccionado un aspecto congruente con la cultura de la individuación, esto es, «garantizar las libertades políticas de la ciudadanía» (57,3 %), como el más importante para lograr el buen gobierno. Es el respeto a la libertad del ciudadano, y no otros factores estructurales, el que garantizaría el buen gobierno de lo público.

TABLA 83.2. *Eficacia política interna (%)*

	Muy de acuerdo	*De acuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*Otras respuestas*
Los/as ciudadanos/as sabemos mejor que los gobiernos lo que es bueno para todas las personas[a]	16,5	37,5	35,3	6,8	3,9
Pensando en la mejor forma de gobernar, para usted, ¿Cuál de estos aspectos considera más importante?[b]	Importante				
Garantizar las libertades políticas de la ciudadanía	57,3				
Distribuir el poder en varias instituciones	29,9				
Concentrar el poder político en un/a líder	5,8				
Que la prensa no cuestione el poder	3,5				

Fuente: a) Estudio CIS 3480 (2024), pregunta 8; b) Estudio CIS 3481 (2024), pregunta 15.

Las respuestas de los entrevistados a la pregunta once de la Encuesta CIS 3480 sobre Ideología y polarización, son expresivas del celo con el que, en una sociedad de profunda individuación, los sujetos afirman su propio yo, rechazando cualquier influencia externa en la formación de sus opiniones políticas. La quimérica y ficticia autonomía absoluta del sujeto individual se impone como realidad incuestionable en la conciencia del sujeto hiperindividualizado. Dos de cada tres españoles respondieron que es «su propia experiencia y criterio» lo que más les influye a la hora de formar sus opiniones políticas.

Aunque en la pregunta 10 del Estudio CIS 3486 sobre Tendencias sociales (tabla 83.4), las respuestas que rechazan cualquier influencia exterior al propio yo (18,0 % en total) son muy inferiores a las de la tabla 83.3, ha de tenerse en cuenta que, a diferencia del resto de posibles respuestas, estas dos no se leyeron a los entrevistados. Teniendo en cuenta este parámetro del trabajo de campo, es muy significativo que, en total, casi uno de cada cinco entrevistados mencionara mi «propia ideología» (10,5 %) o mi «propia experiencia» (7,5 %). El hecho de que

«un candidato» (29,5 %) o «alguna otra persona concreta» (22,2 %) sean los factores más influyentes prueba también el grado de personalización política. Finalmente, los porcentajes de influencia de los distintos medios de comunicación descienden progresivamente desde el que tiene un carácter más personal, esto es, las redes sociales (29,6 %) hasta el más impersonal, esto es, los periódicos (15,5 %).

Tabla 83.3. *Factores influyentes en la toma de decisiones políticas, % (I)*

¿Qué le suele influir a Ud. más, o que tiene más en cuenta para formar sus opiniones políticas?	*Influye más*
Su propia experiencia y criterio	63,6
La formación académica recibida	10,0
Los medios de comunicación tradicionales (TV, radio, prensa escrita)	5,9
Sus familiares	5,4
Los medios de comunicación digitales (periódicos *online*, *podcasts*, etc.)	2,6
Algún partido político, sindicato, etc.	2,2
Las redes sociales (Instagram, X, WhatsApp…)	1,9

Fuente: Estudio CIS 3480 (2024), pregunta 11.

Tabla 83.4. *Factores influyentes en la toma de decisiones políticas (II)*

De las principales decisiones políticas que ha tomado usted en los dos últimos años (votar o no votar, manifestar una u otra opinión, etc.), ¿qué le ha influido a Ud. más, o qué ha tenido más en cuenta en primer lugar en sus opiniones políticas? ¿Y en segundo lugar?[b]	*1.er lugar*	*2.º lugar*	*Total*
(NO LEER) Su propia ideología (propias creencias, propia opinión, propio criterio…)	9,0	1,5	10,5
(NO LEER) Su propia experiencia (estudios, formación, trabajo, observación…)	5,0	2,5	7,5
Un/a candidato/a	20,0	9,5	29,5
Alguna persona concreta (de sus familiares, amigos/as, conocidos/as…)	10,2	12,0	22,2
Las redes sociales, Internet	16,2	13,4	29,6
La televisión	10,9	12,6	23,5
La radio	8,0	8,6	16,7
Los periódicos	5,2	10,3	15,5

Fuente: Estudio CIS 3486 (2024), pregunta 10.

En suma, tanto la eficacia política interna que se atribuyen a sí mismos los entrevistados como la renuencia a reconocer cualquier influencia externa al propio yo, o el mayor poder de influencia que tienen las personas concretas sobre las decisiones políticas de los ciudadanos, son congruentes con la hegemonía de la individuación y de la subjetividad en el ámbito de la política. La importancia que están adquiriendo los liderazgos personales fuertes, sobre todo

aquellos que muestran un carácter decidido; la relevancia que hoy tienen los enfrentamientos políticos personales, especialmente aquellos que se despliegan sin ningún tipo de cortapisas en el escenario mediático de las redes; o el lenguaje de las experiencias de vida, en especial el utilizado en relatos políticos manipulativos y conmovedores, son algunas de las consecuencias problemáticas de la individuación y personalización políticas.

83.3.4. El individualismo utilitario

El Estudio CIS 3424 (2023) preguntó a los españoles a qué debería darse más importancia, a promover el éxito personal, o la igualdad y la solidaridad entre las personas. Los entrevistados (tabla 83.5) se alinean claramente con valores de la solidaridad y la igualdad social (57,6 %). Con todo, uno de cada tres señala que la sociedad debería hacer posible «que cada cual llegue lo más alto que pueda con su esfuerzo y su trabajo» (33,6 %), ubicándose en un universo de valores individualistas y meritocráticos.

Los valores sociales expresan nuestras creencias acerca del *deber ser*, indican cómo preferiríamos que fuera el mundo, o a qué patrones debería ajustarse la realidad social, y, por lo tanto, expresan un *desiderátum*. Afirmando que «debería darse más importancia a» la igualdad y a la solidaridad, los entrevistados reconocen que la sociedad española no le otorga la suficiente importancia. De hecho, cuando se les pregunta si dentro de diez años el interés por el propio éxito será mayor, menor o igual (segunda pregunta de la tabla 83.5), la respuesta no deja lugar a dudas: el porcentaje de quienes opinan que será mayor (58,0 %) septuplica al de quienes opinan que será menor (8,2 %). Y algo similar creen que sucederá con el interés por las cosas materiales y por las propiedades (61,1 % versus 8 %). Dado que, en las sociedades capitalistas, el éxito personal está íntimamente asociado al logro económico, tanto el interés por el propio éxito como por las cosas materiales forman parte de la actitud básica del individualismo utilitarista y posesivo que, según los españoles, seguirá creciendo en el futuro próximo.

TABLA 83.5. *Importancia del éxito en la vida (%)*

¿A qué le parece usted que debiera darse más importancia en nuestra sociedad […]? [a]	*Debiera darse más importancia*		
A favorecer la igualdad y solidaridad entre las personas	57,6		
A hacer posible que cada cual llegue lo más alto que pueda con su esfuerzo y su trabajo	33,6		
A unos diez años vista, ¿cree usted que en un país como el nuestro habrá más que ahora, menos que ahora o igual que ahora[…]? [b]	*Habrá más*	*Habrá menos*	*Habrá igual*
Interés por el propio éxito	58,0	8,2	27,1
Interés en las cosas materiales (propiedades)	61,1	8,0	29,5
Creencias religiosas	13,3	58,2	27,1

Fuente: a) Estudio CIS 3424 (2023), pregunta 2; b) Estudio CIS 3424 (2023), pregunta 16.

Ahora bien, según algunas investigaciones (Bericat, 1999, p. 199), la realidad del individualismo es bastante más compleja. Primero, se pueden distinguir dos tipos de individualistas, unos que defienden los valores meritocráticos (*individualistas meritocráticos*) y otros que rechazan la idea de que la distribución social de bienes se asigne según los méritos de las personas (*individualistas no-meritocráticos*). Segundo, existen dos tipos de personas meritocráticas, quienes creen legítimo que el individuo retenga para sí todas las contraprestaciones que la sociedad le haya otorgado en virtud de sus méritos personales (*privatistas*, o meritocráticos individualistas) y quienes creen que hay que compartir con los demás, mediante adecuados mecanismos de redistribución social, lo obtenido por cada uno en el juego meritocrático (*meritocráticos solidarios*). En suma, la meritocracia puede estar vinculada a valores privatistas, que garantizan el derecho a la apropiación individualista de los réditos, o a valores colectivistas e igualitarios que sustentan la legitimidad de la solidaridad y la redistribución de lo producido socialmente.

Solamente el *individualismo privatista*, entendido como conjunto de valores que defienden la apropiación y disfrute individual de todo lo que la persona obtenga, sea mediante mecanismos meritocráticos o no-meritocráticos, sea con una verdadera igualdad de oportunidades o sin ella, podría identificarse con un individualismo utilitarista puro, estrecho, egoísta e insolidario, que se comporta únicamente según su interés personal. Esto es, el individualismo utilitario al que se refería Durkheim (2003).

El éxito en la vida constituye una motivación clave de muchos españoles. Además, cuando se les pregunta (tabla 83.6), declaran que el éxito depende más del esfuerzo personal (63,6 %) que de la familia en la que han nacido (34,5 %). Esto es, cabe afirmarse que en la consciencia de los españoles domina la creencia de que, a la hora de lograr éxito en la vida, el esfuerzo individual es más importante que el origen social, creencia que es congruente con el alto grado de individuación cultural de nuestra sociedad.

La familia en la que uno ha nacido, por mucha importancia que tenga, constituye un parámetro inmodificable de las condiciones de vida de un individuo. Por ello, desde la perspectiva de una teoría voluntarista de la autodeterminación individual, el éxito personal solamente puede depender del esfuerzo, trabajo, preparación o cualificación que uno vaya adquiriendo a lo largo de la vida. A nivel personal, la motivación de logro funciona «si y solo si» creemos que el esfuerzo individual puede llevarnos finalmente al éxito en la vida. Como sucede en las profecías autocumplidas, aun siendo falsa, esta creencia es una fuente de motivación individual muy poderosa. De ahí que las personas de clase media, una clase siempre muy volcada hacia la reproducción social de sus descendientes, muestren un porcentaje de apoyo a la meritocracia individualista más alto (68,4 %). Y aunque este porcentaje desciende en la clase media-baja (57,6 %), las clases baja o pobre (56,4 %), y las clases trabajadora, obrera y proletaria (48,3 %), incluso en ellas sigue operando un marco individualista de movilidad social.

TABLA 83.6. *Factores determinantes del éxito en la vida (%)*

	Muy de acuerdo	*De acuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*Otras respuestas*
Tener éxito en la vida depende más del esfuerzo de cada uno/a que de la familia en la que ha nacido[a]	21,5	42,1	26,0	8,5	1,9
Quien no prospera en la vida es porque no se esfuerzan lo suficiente[a]	19,5	38,9	26,6	12,9	2,0
¿Cuáles cree que son los factores o elementos más importantes que afectan a la movilidad social? (respuesta múltiple)[b]					*%*
La educación					56,9
El esfuerzo personal, trabajo duro, constancia					45,5
La familia					31,9
Los conflictos sociales					19,5
La suerte					15,9
Los méritos, la meritocracia					11,5
Los/as políticos/as, las políticas públicas adoptadas					1,2
Capacidad económica y poder adquisitivo					1,1

Fuente: a) Estudio CIS 3480 (2024), pregunta 3; b) Estudio CIS 3466 (2024), pregunta 14.

Los datos de la tercera pregunta incluida en la tabla 83.6 corroboran los de la primera. Rasgos meritocráticos e individualistas, propios de los estatus adquiridos, como son «la educación» (56,9 %) o «el esfuerzo personal, trabajo duro, constancia» (45,5 %), superan con creces a «la familia» de origen (31,9 %), que constituye un rasgo adscrito. La suma de otros factores individualistas, como la suerte (15,9 %) o los méritos (11,5 %), superan a los factores colectivos y estructurales, como son los «conflictos sociales» (19,5 %), o las «políticas públicas» (1,2 %).

El Estudio CIS 3428 (2023) sobre Percepciones sobre la igualdad entre hombres y mujeres y estereotipos de género (pregunta 8) pregunta a los españoles si están de acuerdo con que «la igualdad de las mujeres en el mundo laboral depende más de ellas que de cualquier ley». El 52,0 % declara estar de acuerdo, mientras que al 43,0 % está en desacuerdo. También pregunta qué opinan sobre la siguiente afirmación: «compaginar vida familiar y laboral es un asunto privado de organización doméstica entre hombres y mujeres y de poco sirve que intervengan las instituciones». En este caso, el 47,7 % declara estar de acuerdo, mientras que al 50,1 % está en desacuerdo. En suma, incluso en un ámbito tan sensible como es el progreso hacia la igualdad de género, los datos muestran un disenso o empate técnico entre el papel que desempeñan los factores individualistas y los socio-estructurales, como los impulsos legislativos o las intervenciones institucionales públicas. Estos datos son una prueba más del alcance de la cultura individualista en nuestro país.

83.4. El desacoplamiento subjetivo-objetivo

El desacoplamiento subjetivo-objetivo, un proceso de cambio sociocultural moderno en el que siguen inmersas las sociedades desarrolladas contemporáneas, tiene por consecuencia el progresivo debilitamiento de los vínculos que conectan a los individuos con diferentes elementos del mundo natural, social o personal. Comporta un proceso de autonomía y emancipación del sujeto frente a las constricciones y restricciones que le impone el principio de realidad. Pero, simultáneamente, implica una progresiva descontextualización, virtualización y desmaterialización de su identidad y experiencia de vida.

El desacoplamiento subjetivo-objetivo muestra una tendencia general de cambio observable en muy diferentes aspectos y dimensiones de la sociedad. Una de sus dimensiones más relevantes es el proceso de desinstitucionalización o declive institucional al que aluden los teóricos de la individualización contemporánea. Por ello, en este apartado se ofrecen informaciones sobre tres de los más importantes ámbitos de desinstitucionalización social.

En el primer epígrafe, se muestran indicios de la dilución y debilitamiento de los vínculos familiares y relacionales. En el segundo, se pone de manifiesto el actual patrón de identidades sociales múltiples, y se propone para el análisis de la estructura social contemporánea un nuevo *modelo reticular de clases sociales*. En el tercero, y último, se examina un ámbito clave de la desvinculación institucional, el de la desafección política y societal.

83.4.1. Desvinculación familiar y relacional

Las tablas 83.7 y 83.8 incluyen un conjunto de creencias que acreditan la desvinculación familiar y relacional de los individuos. Estas informaciones muestran el desacoplamiento social más directo, es decir, la progresiva reducción y debilitamiento de los vínculos sociales que mantenemos con la familia extensa tradicional y con la familia nuclear moderna, que ahora parecen diluirse en un nuevo modo de sociabilidad intensamente individualizada (Camarero, 2014).

La soledad constituye una de las principales pandemias emocionales de las sociedades contemporáneas, reflejo directo del intenso proceso de individualización que venimos analizando. Según el Estudio CIS 3298 (2020), pregunta 16, uno de cada cuatro españoles (24,3 %) manifestó haberse sentido solo, al menos en algún momento durante la última semana. En 2021 (Estudio CIS 3346, pregunta 4), uno de cada diez (10,4 %) se había sentido últimamente solo la mayor parte del tiempo y, adicionalmente, tres de cada diez (31,2 %) se habían sentido solos a veces. Esta soledad subjetiva, no deseada, corre en paralelo con el incremento de la soledad residencial, espoleada por la progresiva individualización. En 2024 (Estudio CIS 3475, pregunta 38), un 16,2 % viven solos/as; un 34,4 %, con otra persona; un 22,1 %, con otras dos, y solamente un 25,5 % viven con otras tres personas o más.

Además (tabla 83.7), esta situación de soledad y aislamiento social aumentará en el futuro, según creen los españoles (82,5 %). También creemos que el número de relaciones con la familia o los lazos familiares serán menores que ahora (55,6 %), que las separaciones y divorcios aumentarán (64,5 %), que los nacimientos disminuirán (76,2 %) y que la atención y cuidados familiares a nuestros mayores serán menores que ahora (59,2 %). Todos estos datos son indicios de un progresivo desacoplamiento personal de los vínculos familiares, sea entre miembros de la pareja, sea entre padres/madres e hijos.

Las relaciones paterno/maternofiliales son especialmente relevantes para el desarrollo futuro de la sociabilidad y, por tanto, del desacoplamiento entre el individuo y su mundo social más íntimo. Aunque sigamos pensando (64,6 %) que «los/as hijos/as adultos/as son una fuente importante de ayuda para los padres ancianos» (tabla 83.7), tenemos la sospecha de que los cuidados familiares a los mayores irán disminuyendo. Es probable, por tanto, que el Estado haya de asumir cada vez más responsabilidad en su atención y cuidado. Pero si las obligaciones filiales se debilitan, es previsible que también se relajen las obligaciones paterno/maternales, intensificado así la tendencia a la desvinculación familiar.

TABLA 83.7. *Expectativas sobre la evolución de las relaciones y lazos familiares*

Dentro de diez años, ¿cree Ud. que habrá más relación con la familia o lazos familiares que ahora, menos que ahora o igual que ahora […]?	*Más que ahora*	*Menos que ahora*	*Igual que ahora*	*N. S./ N. C.*
Soledad o aislamiento	82,5	4,5	12,3	0,7
Relación con la familia o lazos familiares	6,4	55,6	37,4	0,6
Nacimientos, natalidad	7,4	76,2	15,7	0,7
Cuidados familiares a los/as mayores	18,5	59,2	21,6	0,7
Separaciones y divorcios	64,5	4,3	30,0	1,1
Interés por la salud y el cuidado personal	76,3	3,7	19,4	0,6
Tiempo libre para el ocio	41,3	26,0	31,4	1,3
Personas realizadas o que disfruten con su trabajo	19,2	41,2	37,4	2,2

Fuente: Estudio CIS 3424 (2023), pregunta 17.

Al desacoplamiento familiar intergeneracional se une el marital. La relación de pareja desacoplada es contingente y no conlleva sino un compromiso cuya duración y alcance está únicamente condicionada por la libre voluntad de sus miembros. El individuo de esta familia emocional posmoderna mantendrá el vínculo en la medida que le siga reportando un nivel adecuado de bienestar emocional, satisfacción o felicidad. Por tanto, se entiende que los españoles crean que el número de separaciones y divorcios irá en aumento (64,5 %). El componente cultural de la desinstitucionalización del matrimonio tradicional y del de fusión se manifiesta en la creencia (87,5 %) de que existen muchas otras formas legítimas de establecer relaciones de pareja (tabla 83.8).

La individuación y el individualismo utilitario se manifiesta, asimismo, en la disminución de las tasas de fecundidad. La reducción del número de hijos también puede interpretarse como un fenómeno de desacoplamiento y liberación del vínculo inescindible que los hijos establecen con sus padres/madres de por vida. Una vez que la tecnología médica permite controlar a voluntad la cadena que vincula el acto sexual y la concepción, el hecho de tener un hijo entra a formar parte de la libre decisión individual y, por tanto, en el ámbito de los intereses y de los deseos, en suma, en el de la subjetividad. En este sentido, los españoles siguen estando muy de acuerdo (50,6 %) o de acuerdo (42,5 %) con la creencia de que «ver crecer a los/as hijos/as es el mayor placer de la vida» (tabla 83.8).

TABLA 83.8. *Creencias sobre el matrimonio y la paternidad/maternidad*

¿Está Vd. de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones […]?	*Muy de acuerdo*	*De acuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*N. S./ N. C.*
Además del matrimonio, existen muchas otras formas aceptables de relacionarse en pareja[a]	41,2	46,4	8,5	2,2	1,2
Ver crecer a los/as hijos/as es el mayor placer de la vida[b]	50,6	42,5	5,2	0,8	0,9
Los/as hijos/as suponen una carga económica para los padres[b]	30,1	50,6	14,2	3,7	1,4
Tener hijos/as reduce las oportunidades de trabajo y progresión profesional de uno de los padres o de ambos[b]	21,1	48,8	24,1	4,5	1,5
Los/as hijos/as adultos/as son una fuente importante de ayuda para los padres ancianos[b]	19,6	45,2	27,8	5,3	2,1
Tener hijos/as limita demasiado la libertad de los/as padres/madres[b]	14,0	43,0	34,4	6,8	2,0
Tener hijos/as mejora el prestigioso social de la gente en la sociedad[b]	7,9	30,4	46,2	12,1	3,4

Fuente: a) Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 6; b) Estudio CIS 3475 (2024), pregunta 6.

Ahora bien, la lógica subjetiva de la conciencia individual no opera solamente con placeres y alegrías, sino también con dolores y sacrificios. Los españoles creen que los/as hijo/as suponen una carga económica para los padres (80,7 %), reducen sus oportunidades de trabajo y progresión profesional (69,9 %), limitan demasiado su libertad (57,0 %), y no mejoran su prestigio social (58,3 %). En estas condiciones, es comprensible que las parejas tengan menos hijos o pospongan cuanto puedan la maternidad/paternidad (tabla 83.8). El número ideal de hijos deseado ha descendido desde un 3,21, entre quienes eran jóvenes en 1997 (Estudio CIS 2262), a un 2,36 entre los jóvenes de 2024 (Estudio CIS 3475). Según un estudio (Estudio CIS 3475, pregunta 5), para el 50,1 % de las mujeres españolas, la edad ideal para tener

un hijo es de veinticinco a veintinueve años, y para el 29,5 %, de treinta a treinta y cuatro años.

Cuando se pregunta a los españoles en el Estudio CIS 3475 (2024), pregunta 4, por las principales razones por las que la gente tiene pocos/as hijos/as, sus respuestas no dejan lugar a dudas. El 71 % señala la «falta de medios económicos» (el 50,1 % como primera razón, y un adicional 20,7 % como segunda razón). Los problemas de conciliación entre vida laboral y familiar son señalados por un 33,8 % (como primera o segunda razón) y un 16,3 % señala el motivo de no entorpecer el trabajo o la carrera profesional. En cualquier caso, es evidente el marco de individuación en el que se insertan las respuestas de los españoles, así como las propias preguntas de la encuesta. En todo caso, es indudable que la razón o justificación económica («los hijos son muy caros») evidencia el *ethos* de individualismo utilitario en el que se inserta la decisión.

83.4.2. Las identidades múltiples y el modelo reticular de clases sociales

En las sociedades modernas, las clases sociales cumplían una función estructurante fundamental. El conflicto entre clases dominaba la lógica de la redistribución social. Las clases, a través de los diferentes partidos y sindicatos («de clase»), ejercían un evidente protagonismo en el sistema de representación política, vehiculando las diversas adhesiones y lealtades de los ciudadanos (*cleavages*). Las personas tendían a identificarse con una clase determinada, fuera obrera o burguesa, asimilando sus valores y modo de vida. Los individuos eran socializados en una cultura de clase encarnada en un *habitus* particular. Debido a su poder estructurante, las clases mitigaban el individualismo de la sociedad moderna mediante vínculos, sentimientos de pertenencia e identidades colectivas trascendentes a la realidad personal. En suma, la clase social era una de las instituciones clave de la modernidad, por lo que tiene sumo interés verificar hasta qué punto sigue estructurando las dinámicas colectivas y las identidades de los individuos contemporáneos.

Los españoles creen (61,4 %) que son pocas las personas que se sienten identificadas con una clase social concreta (tabla 83.9). Asimismo, muchos (67,3 %) reconocen que la identidad de clase es poco o nada importante en su vida diaria. El hecho de que cuatro de cada diez entrevistados respondan «nada» es un claro síntoma del actual desacoplamiento entre individuo y clase social. Para una amplísima mayoría (85,1 %), las clases sociales han dejado de funcionar como criterio de comparación interpersonal. En efecto, la comparación en términos de pertenencia colectiva a un grupo adscrito sería incongruente con la actual hegemonía de la individualización.

En ningún caso podemos interpretar la pérdida de poder estructurante de las clases como indiferencia de la población hacia la desigualdad. El 86,4 % de los españoles están muy o bastante preocupados por la desigualdad social, el 47,9 % creen que hoy existen más desigualdades sociales que hace diez años y el 50,6 % creen que en los próximos diez habrá todavía más

Tabla 83.9. *Relevancia subjetiva de las identidades de clase*

	Muy de acuerdo	*De acuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*N. S./N. C. Otras*
Hoy en día, pocas personas se sienten identificadas con una clase social concreta[a]	10,0	51,4	29,7	4,3	4,6
	Mucho	*Bastante*	*Poco*	*Nada*	*N. S./N. C.*
¿Es importante para Ud. la identidad de clase, la clase social a la que pertenece, en su vida diaria?[b]	14,1	16,4	26,0	41,3	2,1
¿Con qué frecuencia se compara Ud. con otras personas en términos de clase y estatus social?[b]	4,5	9,0	31,0	54,1	1,4

Fuente: a) Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 6; b) Estudio CIS 3466 (2024), preguntas 15 y 16.

(Estudio CIS 3466, 2024, preguntas 2, 3 y 4). Una pregunta del Estudio CIS 3466, sobre Desigualdades y tendencias sociales, ofrece la clave para interpretar esta aparente contradicción. A la pregunta «¿cree Ud. que España es un país en el que existen grandes desigualdades, pocas desigualdades o desigualdades en unos aspectos, pero no en otros?», el 51,2 % responde que «existen desigualdades en unos aspectos, pero no en otros». Esto es, para los españoles la desigualdad presenta muchas caras y no puede ser captada en su conjunto mediante una única dimensión, por muy importante que esta sea. Los españoles creen que la desigualdad social es multidimensional.

En tanto que las desigualdades están relacionadas con los conflictos sociales, la intensidad de estos últimos (tabla 83.10) ofrece pistas sobre qué desigualdades cree la gente que son las más importantes. Las primeras cuatro primeras filas de la

Tabla 83.10. *Intensidad de los distintos tipos de conflicto social*

¿Qué tipo de conflicto cree Ud. que existe en estos momentos en países como España entre […]?	*Muy fuerte*	*Fuerte*	*No muy fuerte*	*No hay*	*N. S./N. C.*
Los/as directivos/as y empresarios/as y los/as trabajadores/as	28,2	38,7	21,0	8,6	3,5
Los/as pobres y los/as ricos/as	17,7	41,8	23,7	14,2	2,7
Los/as parados/as y los/as que tienen empleo	16,4	28,9	27,1	23,5	4,1
La clase obrera y la clase media	8,5	29,6	34,1	23,8	4,0
Los/as inmigrantes y los/as nacidos/as en España	31,1	35,1	22,8	8,5	2,5
Los/as agricultores/as y la gente de la ciudad	24,6	31,8	21,6	19,1	3,0
Los hombres y las mujeres	17,4	34,8	30,5	14,6	2,7
Los/as jóvenes y los/as adultos/as	15,2	31,6	31,5	18,5	2,2

Fuente: Estudio CIS 3466 (2024), pregunta 5.

tabla demuestran que los conflictos de clase y económicos siguen jugando un papel incuestionable en la dinámica de nuestras sociedades. Simultáneamente, las cuatro últimas demuestran la existencia de muchos otros conflictos que trascienden el estricto marco de las clases sociales: inmigrantes y autóctonos (66,2 %), urbanos y rurales (56,4 %), hombres y mujeres (52,2 %) y jóvenes y adultos (46,8 %).

En las sociedades contemporáneas operan, simultánea e interseccionalmente, múltiples lógicas de desigualdad social. La dimensión económica, aunque esencial, no satura en su totalidad ni las identidades ni las experiencias de vida de los distintos grupos sociales: jóvenes, mayores, hombres, mujeres, inmigrantes, autóctonos, parados, empleados, urbanos, rurales, pobres o ricos. Diferentes experiencias de vida, sobre todo cuando son interna y externamente reconocibles, dan lugar a identidades sociales diferentes. En este sentido, la tabla 83.11 corroboraría que vivimos en sociedades de identidades múltiples.

TABLA 83.11. *Relevancia subjetiva de identidades sociales múltiples*

Pregunta A				*Pregunta B*
Identificación, intereses comunes, con grupos sociales…[1a]	*En 1.er lugar*	*En 2.º lugar*	*Más ident.*	*Identificación con distintos ámbitos (más identificado)*[2b]
Misma edad y generación	29,0	16,7	5,6	Su generación
Mismas aficiones, gustos, moda	15,1	14,3	14,9	Sus aficiones
Misma profesión y trabajo	9,2	12,8	13,0	Su profesión
Mismas ideas políticas	11,3	10,7	4,7	Su ideología política
Misma clase social	5,7	7,3	3,1	Su clase social
Mismo municipio	4,4	7,9	12,7	Su ciudad, comunidad autónoma
Misma región o nacionalidad	4,3	6,8	13,9	Su país
Mismo género	5,0	5,7	8,1	Su género
Mismas ideas religiosas	3,5	3,2	4,4	Su religión
Mismos principios, valores, ideas de vida	0,8	0,9		
			2,4	Su orientación sexual
			1,6	Su raza
			6,9	Su origen cultural

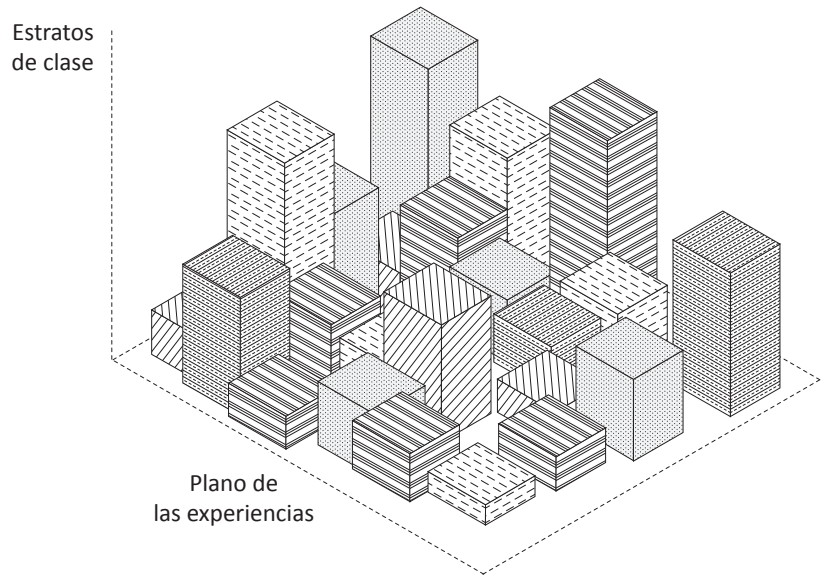
Pregunta 1: a) De los siguientes grupos de personas que le voy a leer, ¿me puede decir con cuál se identifica más en primer lugar, es decir, con cuál piensa Ud. que tiene más intereses comunes? ¿Y en segundo lugar?
Pregunta 2: b) Las personas podemos definirnos de muchas maneras. Dígame, ¿con cuál de los siguientes ámbitos se siente Ud. más identificado/a?
Fuente: a) Estudio CIS 3424 (2023), pregunta 21; b) Estudio CIS 3480 (2024), pregunta 2a.

Aunque las preguntas A y B de la tabla 83.11 no son comparables, nos sugieren en conjunto tres ideas importantes. Primero, confirma que la identidad de clase es relativamente poco relevante, al igual que sucede hoy con la

identidad religiosa. Segundo, muestra la enorme relevancia que tiene la edad (aunque no necesariamente la «generación»), es decir, que las experiencias vitales vinculadas a la edad parecen ser muy determinantes. Tercero, refleja la importancia que las afinidades electivas tienen en la conformación de nuestras identidades sociales. En general, a los individuos no les seducen las adscripciones sociales establecidas al margen de su voluntad, mientras que se adhieren e identifican de buen gusto con aquellas que eligen libremente. Esto explica la importancia de las «aficiones, gustos, moda», de las «ideas políticas» libremente asumidas o de las identidades «profesionales y laborales». Todas estas son identidades sociales aceptadas personalmente que comportan un fuerte compromiso subjetivo por parte de los sujetos. Es decir, los datos son coherentes con la hegemonía de las creencias y valores de la individualización.

En relación con el vínculo que los individuos mantienen con sus lugares y territorios de vida (municipio, región o nación), los datos no avalan la tesis del desacoplamiento o desarraigo territorial. Además, la escasa relevancia actual de la identidad de género pone de manifiesto la íntima relación entre el género, en cuanto movimiento emancipador, y el desacoplamiento subjetivo-objetivo. Primero, el desacoplamiento emancipador se manifiesta en el profundo desacuerdo de los españoles (94,3 %) con la creencia de que «es mejor que la mujer se concentre en el hogar y el hombre en el trabajo» (Estudio CIS 3481 [2023], pregunta 16). Segundo, la irrelevancia del género se afirma también en la sexualidad, pues hombres y mujeres por igual pueden legítimamente tomar la iniciativa (71,6 %) o hablar abiertamente de sus deseos sexuales (61,3 %) (Estudio CIS 3428 [2023], pregunta 11). Tercero, muchos (35,9 %)

Gráfico 83.4. *Modelo reticular de clases sociales*



Fuente: Elaboración propia.

rechazan ya el tradicional vínculo entre mujer y maternidad, manifestando estar poco o nada de acuerdo con la creencia de que «la maternidad es la mayor satisfacción que una mujer puede tener» (Estudio CIS 3428, [2023], pregunta 11). Entre las mujeres, el desacuerdo asciende al 39,2 %, y todavía mucho más entre las jóvenes (63,0 %, 57,3 % y 45,5 %, respectivamente, en mujeres de 16-24, de 25-34 y de 35-44 años).

En conclusión, más allá de la pérdida de poder estructurante que afecta a la clase social, los datos corroboran la existencia de un *régimen de desigualdades múltiples* (Dubet, 2020). El fundamento de todas estas identidades trasciende el posicionamiento del sujeto en la estructura de las relaciones sociales de producción, o en la mera distribución social de ingresos y riqueza. Estas identidades y desigualdades múltiples encuentran su fundamento último en sus respectivas experiencias de vida y en el modo en que componen una determinada estructura social. En un contexto de intensa individuación, los sujetos experimentan la vida desde la singularidad de sus propias vivencias, siendo solamente capaces de unirse e identificarse con aquellos con los que compartan experiencias vitales similares.

La singularidad de las experiencias de vida grupales imposibilita que puede comprenderse la estructura social, verticalmente, como una mera columna de estratos, clases, estatus o castas superpuestas unas encima de las otras. En la sociedad actual, también existe una estructura social horizontal que, a modo de casillero, está compuesta por múltiples *cubículos de experiencia* diferentes que comparten personas según su identidad, estilo de vida, edad, género, ocupación, orientación sexual, lugar de nacimiento, lugar de residencia, etc. Puesto que ni la distribución vertical ni la horizontal puede dar cuenta de las lógicas que configuran hoy la estructuración social, proponemos un modelo de *estructura reticular de clases sociales* que combina ambas dimensiones (gráfico 83.4), esto es, un eje vertical de estratos configurados según clases y un plano horizontal compuesto por cuadrados o retículas que representan los diferentes tipos sociales de experiencias de vida.

83.4.3. Desafección institucional, democrática y societal

Hasta aquí hemos visto cómo los valores y creencias de individuación penetran tanto en los modos de sociabilidad como en las identidades mediante las que componemos la idea contemporánea de estructura social. Ahora presentamos datos de otra de las manifestaciones más directas e importantes del desacoplamiento entre la subjetividad de los individuos y la objetividad de lo social. Todos ellos revelan diversos aspectos de la *desafección política*. La confianza y legitimidad que otorgamos a nuestras instituciones políticas (tabla 83.12), al sistema democrático que regula el ejercicio del poder (tabla 83.13) y a nuestra sociedad en general (tabla 83.14) son expresión de la calidad y solidez del vínculo que une a las personas con la sociedad.

Partidos políticos y sindicatos, dos de las instituciones centrales de la sociedad moderna, muestran una crisis de legitimidad que contrasta con la que

disfrutan las Fuerzas Armadas y la Constitución de 1978 (tabla 83.12). Asimismo, los españoles muestran escasa confianza en los medios de comunicación social y en las redes sociales.

En la última pregunta de esta tabla vemos que la utilidad social atribuida a los partidos es bastante inferior a la de los sindicatos, las organizaciones feministas o las organizaciones ecologistas. En este sentido, podría interpretarse que los movimientos sociales, basados en la libre adhesión de los individuos, se consideran más legítimos que los partidos. Teniendo en cuenta que estos constituyen una institución clave de la representación política en nuestra sociedad, su rechazo, y el rechazo a los propios políticos, expresa en toda su crudeza el sentimiento de desafección de los ciudadanos. El sistema político de la sociedad de masas apenas puede satisfacer al ciudadano de la sociedad hiperindividualizada, que requiere una atención especial a la singularidad de las experiencias de vida de sus grupos componentes.

Tabla 83.12. *Confianza y utilidad de las instituciones políticas*

¿Cuánta confianza tiene Ud. en cada una de las siguientes instituciones?[a]	*Mucha*	*Alguna*	*Poca*	*Ninguna*	*N. S./N. C.*
Las Fuerzas Armadas	55,3	22,0	12,5	8,4	1,8
La Iglesia católica	15,1	22,9	23,0	38,0	1,0
Los partidos políticos	2,9	19,9	32,6	43,7	1.0
Las redes sociales	2,4	16,0	35,1	43,3	3,2
En una escala de «1» (mínima) a «10» (máxima), ¿podría valorar la confianza que tiene usted en estas instituciones?[b]	*Mucha 8 a 10*	*(Alguna) 5 a 7*	*Poca 1 a 4*	*N. S./N. C.*	*Media*
En los partidos políticos	5,7	36,6	56,7	1,0	3,82
En los sindicatos	8,1	33,3	56,6	1,9	3,82
En los medios de comunicación social	8,1	36,8	53,3	0,8	4,12
En la Justicia	15,2	46,3	37,7	0,6	4,98
En la Constitución de 1978	43,4	34,5	19,5	2,5	6,59
¿En qué medida cree que pertenecer a las siguientes organizaciones es útil para […]?[c]	*Muy*	*Bastante*	*Poco*	*Nada*	*N. S./N. C.*
Partido político: mejorar la participación política y la democracia en general	15,7	20,0	39,7	20,6	3,9
Sindicato: proteger y mejorar los derechos laborales de todos trabajadores	26,3	33,4	24,2	13,9	2,2
Organización feminista: promover la igualdad de género en la sociedad española	29,1	32,8	19,8	15,0	3,3
Organización ecologista: movilizar a la sociedad para proteger el medioambiente	30,7	33,9	25,1	8,7	1,6

Fuente: a) Estudio CIS 3481(2024), pregunta 6; b) Estudio CIS 3424 (2023), pregunta 4; c) Estudio CIS 3436 (2024), preguntas 3 a 6.

Para la opinión pública (tabla 83.13), la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno «siempre y en cualquier circunstancia» (81,2 %), y aun en el caso de que tenga problemas (87,2 %). Al mismo tiempo, la satisfacción con el funcionamiento de la democracia presenta algunas lagunas, pues casi dos de cada tres españoles (62,7 %) declara estar «no muy» o «nada» satisfechos con su funcionamiento. Las respuestas a la cuarta pregunta de la tabla corroboran el alcance de esta insatisfacción política. Cuatro de cada diez entrevistados (38,5 %) creen que en la actualidad la democracia en España funciona mal. Además, la opinión pública apunta a un claro deterioro con respecto a lo que sucedía hace diez años (18,5 %), y no manifiesta tener muchas esperanzas de mejora con lo que suceda dentro de diez años (31,2 %). En cualquiera de las interpretaciones posibles, estos datos hablan por sí mismos proporcionando motivos para sentir una profunda preocupación. En suma, diríamos que la legitimidad de la democracia está más basada en un sentimiento de resignación, o en la idea de un mal menor, que en un verdadero entusiasmo. Este desacoplamiento afectivo o emocional con la democracia comporta considerables riesgos.

Tabla 83.13. *Valoración de la democracia (%)*

	Muy de acuerdo	*De acuerdo*	*En desacuerdo*	*Muy en desacuerdo*	*N. S./N. C. Otras*
La democracia es preferible a cualquier forma de gobierno, siempre y en cualquier circunstancia[a]	38,5	42,7	12,5	2,7	3,6
La democracia puede tener problemas, pero es el mejor sistema de gobierno[b]	35,2	52,0	9,5	2,4	0,9
	Muy	*Más bien*	*No muy*	*Nada*	*N. S./N. C.*
¿Está Vd. muy, más bien, no muy, o nada satisfecho/a con el funcionamiento de la democracia?[b]	6,6	27,9	35,8	26,9	2,7
	Bien 8 a 10	*(Regular) 5 a 7*	*Mal 1 a 4*	*N. S./N. C.*	*Media*
En una escala de «1» (muy mal) a «10» (muy bien), ¿cómo cree usted que en la actualidad funciona la democracia en España[c]	17,8	43,0	38,5	0,8	4,99
¿Cómo cree que funcionaba hace diez años la democracia en España?	27,9	49,3	18,5	4,2	6,11
¿Cómo cree que funcionará dentro de diez años la democracia en España?	22,6	34,1	31,2	12,2	5,23

Fuente: a) Estudio CIS 3473 (2024), pregunta 8 c; b) Estudio CIS 3481 (2024), pregunta 9; c) Estudio CIS 3432 (2024), pregunta 6.

Cabría la posibilidad de que la desafección con los partidos y con el sistema de gobierno quedase estrictamente circunscrita al ámbito político, pero creemos que es bastante más profunda. La tabla 83.14 da señales de una desafección sistémica y general. Solamente una exigua minoría cree que la sociedad española «está bien como está» (6,6 %). En su estado actual, es evidente que la sociedad no nos gusta. Casi la mitad cree que «necesita reformas profundas» (48,7 %), y algunos otros (15 %) que «debe cambiarse radicalmente». La opinión pública con respecto a la UE tampoco es mejor. Los datos son suficientemente elocuentes.

El hecho es que los individuos estamos inmersos en un estado de permanente ansiedad e indefensión ante los incesantes cambios sociales que nos afectan y, aunque algunos alberguen ciertas esperanzas, creyendo que los cambios serán positivos (40,4 %), el clima emocional dominante es el de un indisimulado pesimismo. Este pesimismo societal se expresa con toda claridad y fuerza en la creencia de que a los jóvenes les espera un futuro peor del que han vivido sus padres. El horizonte distópico sustituye en nuestra cultura a los pasados mitos modernos de progreso social.

TABLA 83.14. *Necesidad de reformas societales e intensidad de los cambios sociales (%)*

¿Qué opina de la sociedad española?[a]	*Acuerdo*	*Acuerdo*	*¿Necesita cambios la UE?*[b]	
Está bien como está	6,6	4,1	Está bien como está	
Puede mejorarse con pequeños cambios	28,2	54,2	Cambios, pero no radicales	
Necesita reformas profundas	48,7	38,6	Cambios profundos	
Debe cambiarse radicalmente	15,0			
De aquí a diez años, ¿cree Ud. que habrá muchos o pocos cambios?[e]			*¿Cree que estos cambios serán positivos o negativos?*[e]	
Muchos cambios	32,4	1,8	Muy positivos	
Bastantes cambios	36,5	40,4	Positivos	
Pocos cambios	18,6	11,6	Indiferentes	
Ningún/casi ningún cambio	6,7	23,0	Negativos	
N. S./duda	3,4	5,6	Muy negativos	
N. C.	0,7	10,7	No hay cambios/ N. S.	
	Mejor	Peor	Igual	N. S./duda
Las nuevas generaciones, ¿vivirán mejor, peor o igual de lo que se ha vivido hasta ahora?[c]	26,4	53,0	16,9	3,5
Los jóvenes, ¿van a vivir mejor, peor, o igual que sus padres?[d]	19,7	58,0	18,6	2,4

Fuente: a) Estudio CIS 3481 (2024), pregunta 1; b) Estudio CIS 3452 (2024), pregunta 7; c) Estudio CIS 3343 (2021), pregunta 32; d) Estudio CIS 3466 (2024), pregunta 22; e) Estudio CIS 3383 (2022), preguntas 8 y 9.

83.5. La sociedad de los individuos en suspensión

El individualismo y la individualización están tan arraigados en nuestra cultura y modo de vida, que apenas prestamos atención a este rasgo tan fundamental de nuestras sociedades, así como tampoco a sus más evidentes consecuencias. La individuación forma parte del progreso humano hacia la libertad y, en este sentido, contiene un ineludible componente emancipador. La mayoría de los logros asociados con el individualismo y la individualización son, por este motivo, positivos. Sin embargo, ello no significa que, llevada al extremo, la individuación pueda acarrear considerables consecuencias negativas para las personas, para la naturaleza y para la sociedad.

El problema básico de la individuación contemporánea estriba en que se logra mediante un sinfín de múltiples desacoplamientos, algunos deseables y otros no tan deseables, sin que, al mismo tiempo, el sujeto pueda establecer nuevos vínculos y reacoplamientos que le permitirían fundar el yo sobre unos cimientos mínimamente consistentes. La hiperindividualización nos desconecta de los demás, de la naturaleza y hasta de nosotros mismos. Habitamos el mundo como partículas aisladas que flotan libremente, en suspensión, en el coloide de lo social. La inmaterialidad y la ingravidez del sistema social permite que el individuo aspire a lo máximo, aunque, como le sucedía a Ícaro, volar excesivamente alto, cerca del Sol, comporte el riesgo de caer al vacío si finalmente se derrite la cera que compacta las plumas de las alas que le mantienen suspendido en el aire. Tampoco puede volar bajo porque corre el riesgo de que, al contacto con el agua, las plumas se le humedezcan y el peso de sus alas le haga precipitarse irremediablemente sobre el mar. Los múltiples desacoplamientos impiden que el hombre pájaro pueda reposar sobre tierra firme. Ha de mantenerse eternamente, sin ataduras, suspendido en el aire.

El individualismo y la individuación, así desacoplamiento subjetivo-objetivo experimentado por las personas, causan la presente hegemonía de la subjetividad. Este predominio se manifiesta en la atención desmedida que se presta al yo, esto es, a sus vivencias, emociones, puntos de vista y opiniones. La fenomenología de su mundo interior se ha convertido ahora en la totalidad abarcable del mundo fáctico. La interioridad de los sujetos gobierna tanto la dinámica psíquica de los individuos como la dinámica colectiva de la sociedad. La subjetividad del yo se configura como patrón casi absoluto, no solamente de la verdad, sino también de la realidad. Esto trae consigo importantes consecuencias sociales. De hecho, gran parte de los problemas contemporáneos que más nos sorprenden y preocupan, y para los que carecemos todavía de una adecuada explicación, tienen que ver directa o indirectamente con esta hegemonía de la subjetividad. Y si, por ahora, las ciencias sociales han omitido el estudio de las relaciones entre el predominio de la vida interior y los problemas sociales, es solo porque damos por sentado, no somos conscientes, o hemos normalizado nuestro estado de hiperindividuación.

Es obvio que la individuación está íntimamente ligada con la soledad no deseada, uno de los grandes problemas de nuestro tiempo. Como sostiene Bauman, el deseo de soledad se sostiene únicamente como ficción en condiciones de un yo social y económicamente empoderado, pero desaparece en cuanto las personas devienen sujetos vulnerables y precarizados que requieren atención, compañía y cuidado. El debilitamiento de los vínculos sociales que adviene con la individuación tiene también otras muchas consecuencias sociales y demográficas, como el descenso de la fecundidad o los cambios en la estructura y contenido de las relaciones familiares. También el tipo de sociabilidad tóxica de las redes sociales deriva en gran parte del contexto de soledad, anonimato, e individuación en el que se produce.

Las consecuencias de la individualización contemporánea son también muy evidentes en el orden político. El alto grado de desafección que pone en riesgo nuestras sociedades tiene que ver con la incapacidad del sistema para satisfacer los deseos y demandas individuales de los sujetos atomizados. En la sociedad de masas, los partidos políticos representaban los intereses de los grandes colectivos sociales que constituían los bloques básicos de su estructura social. Ahora, por el contrario, nuestras sociedades de la singularidad deben atender simultáneamente infinidad de demandas personalizadas y diferentes. Desde la perspectiva exclusivista y egotista que emana del yo, nadie llega a sentirse plenamente satisfecho, lo que alimenta tanto la frustración personal como la crispación política. A su vez, la frustración sustenta el resentimiento característico de los populismos extremos, así como la irreductible polarización política. La igualdad se demanda únicamente con referencia a uno mismo, pero ni se denuncia ni se reconoce en ningún caso la desigualdad que afecta a los demás.

La individualización y la hegemonía de la subjetividad puede que también tengan que ver con otro conjunto complejo de males sociales vinculados directamente con las vivencias de los sujetos. Los problemas de salud mental, la extensión del malestar subjetivo o las diversas epidemias emocionales que azotan nuestras sociedades, solamente pueden comprenderse analizando sociológicamente la subjetividad individual contemporánea. Los problemas sociales de aburrimiento, tristeza, falta de sentido, depresión, ansiedad, frustración, inseguridad, insatisfacción, o los déficits de autoestima se exacerban en un contexto de hiperindividualización. Por ejemplo, ante la imposibilidad de fundar la estima personal en el respeto y reconocimiento que otorgan los demás (la estima social objetiva tradicional), el individuo contemporáneo se ve abocado a producir por sí mismo la autoestima que necesita para sobrevivir. De ahí que la «autoestima» haya adquirido socialmente tanta relevancia y tenga tanto que ver con los múltiples problemas de salud mental que aquejan a la sociedad.

La atención casi exclusiva que una sociedad de la individuación presta al yo, y al mundo interior de la persona, se manifiesta en multitud de fenómenos sociales. No en vano el *selfie* ha adquirido tal relevancia en la presentación y construcción de la identidad. No en vano la cirugía estética, la cosmética, los filtros y manipulaciones fotográficas, utilizadas en los retratos

personales y las presentaciones públicas, recrean una imagen desvinculada del cuerpo real de las personas. Por otra parte, el desacoplamiento entre sujeto y posición social y el declive de las instituciones socializadoras exige de los individuos un despiadado e ineludible proceso de construcción del yo que se prolonga durante muchos años. Este trabajo es muy evidente en las ansiedades y dificultades a las que se enfrentan los jóvenes en la búsqueda de una identidad social que sea personalmente satisfactoria.

Tanto la actual relevancia social de los *influencers* como la importancia otorgada al carácter y personalidad de los líderes políticos se entienden mejor en el contexto de una personalización e individualización de lo social. El *influencer* induce nuestras elecciones de consumo y estilos de vida, o el político nos persuade con la intención de condicionar nuestro voto. No sabemos realmente si nos seducen o nos dejamos seducir. Tanto la ética como la moral que funda nuestras decisiones están fuertemente mediadas por modelos personales (*role models*), parasociales, a los que seguimos en las redes y en las producciones audiovisuales. En un contexto de predominio de la verdad subjetiva, propio de la sociedad de la individuación, también es mucho más fácil que prosperen las *fake news*. Las informaciones concordantes con el mundo interior de los sujetos serán siempre mejor recibidas que las discordantes, por mucho que vengan avaladas por la objetividad empírica de la ciencia o por una rigurosa información periodística.

Como un último ejemplo de consecuencia social del desacoplamiento, de la individuación y de la hegemonía de la subjetividad, cabe afirmar que sentiremos más empatía y ayudaremos más a quienes reclamen socorro mediante el lenguaje de las experiencias de vida, es decir, a quienes expongan públicamente la experiencia de su sufrimiento personal, que a aquellos cuyo dolor permanezca en el anonimato. Este es el motivo por el que, últimamente, las lógicas de *solidaridad personal* se imponen a las de *redistribución social*, como sucede en los casos de desastres naturales.

El hecho incontestable de la hegemonía cultural y social de la individuación encuentra su perfecto correlato material en el móvil o *smartphone*, que para los españoles es el artefacto tecnológico que mejor identifica y simboliza la época actual. En una encuesta (Estudio CIS 3486 [2024], pregunta 17R), el 42,9 % de los entrevistados señalaron el teléfono móvil en primer lugar y el 9,2 % en segundo lugar. El teléfono móvil constituye la metáfora tecnológica de la sociedad individualizada porque ofrece el canal a través del que los individuos se conectan con el exterior, manteniendo al mismo tiempo un control personal y subjetivo sobre su mundo. El usuario encuentra en sus dedos el poder de hacer o contestar una llamada, de enviar o leer un mensaje, de seleccionar las fuentes de información, de manifestar su agrado con un *like*, o de detener el *scrolling* cuando algo le llame la atención o le seduzca especialmente. El móvil es sagrado, no solamente porque sus aplicaciones nos permitan realizar infinidad de operaciones en la sociedad digital, sino fundamentalmente porque es capaz de contener toda nuestra subjetividad. El móvil es el objeto más íntimo y personal que un individuo puede poseer. El móvil es sagrado porque el individuo lo es.

Bibliografía

Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Bauman, Zygmunt (2001). *La Sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.

Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002). *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. SAGE.

Béjar, Helena (1989). «La cultura del individualismo». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 46, pp. 1-80.

Béjar, Helena (2018). *Felicidad: la salvación moderna*. Madrid: Tecnos.

Bericat, Eduardo (1999). Individualismo y valores socioeconómicos. En: Requena Santos, Félix (coord.). *Sociedad, cultura y desarrollo. Apuntes para un análisis comparado de España y Estados Unidos* (pp. 167-214). Málaga: Universidad de Málaga.

Bericat, Eduardo (2003). *El conflicto cultural en España. Acuerdos y desacuerdos de los españoles*. Madrid: CIS.

Bericat, Eduardo (2018). *Excluidos de la felicidad. La estratificación social del bienestar emocional en España*. Madrid: CIS.

Bourdieu, Pierre (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Camarero, Mercedes (2014). «Marriage in Europe. Ideal Types of marriage in the first decade of the twenty-first century». *European Societies*, 16(3), pp. 443-461.

Cargonja, Hrvoje (2011). «Ambiguous experience: a Contribution to Understanding Experience as Discourse». *Studia Ethnologica Croatia*, 23, pp. 283-308.

CIS (2020). *Estudio sobre Efectos y consecuencias del Coronavirus (I)*. Octubre. Estudio 3298. Madrid: CIS.

CIS (2021a). *Encuesta sobre Tendencias sociales (I)*. Octubre. Estudio 3343. Madrid: CIS.

CIS (2021b). *Efectos y consecuencias del coronavirus (VI)*. Diciembre. Estudio 3346. Madrid: CIS.

CIS (2022). *Encuesta sobre Tendencias sociales (II)*. Octubre. Estudio 3383. Madrid: CIS.

CIS (2023a). *Encuesta sobre Tendencias sociales (III)*. Octubre. Estudio 3424. Madrid: CIS.

CIS (2023b). *Latinobarómetro 2023 (XVI)*. Septiembre. Estudio 3481. Madrid: CIS.

CIS (2023c). *Percepciones sobre la igualdad entre hombres y mujeres y estereotipos de género*. Noviembre. Estudio 3428. Madrid: CIS.

CIS (2023d). *Hábitos democráticos*. Diciembre. Estudio 3432. Madrid: CIS.

CIS (2023e). *Percepción de la ciencia y la tecnología*. Mayo. Estudio 3406. Madrid: CIS.

CIS (2024a). *Desigualdades y Tendencias Sociales*. Junio. Estudio 3466. Madrid: CIS.

CIS (2024b). *Ideología y polarización*. Octubre. Estudio 3480. Madrid: CIS.

CIS (2024c). *Felicidad y valores sociales*. Junio. Estudio 3473. Madrid: CIS.

CIS (2024d). *Fecundidad, familia e infancia*. Septiembre. Estudio 3475. Madrid: CIS.

CIS (2024e). *Cultura y estilos de vida*. Septiembre. Estudio 3476. Madrid: CIS.

CIS (2024f). *Tendencias de asociacionismo en España*. Enero. Estudio 3436. Madrid: CIS.

CIS (2024g). *Inseguridad en la red*. Febrero. Estudio 3443. Madrid: CIS.

CIS (2024h). *Opiniones y actitudes ante la Unión Europea*. Abril. Estudio 3452. Madrid: CIS.

CIS (2024i). *Redes de apoyo*. Octubre. Estudio 3479. Madrid: CIS.

Dubet, Françoise (2020). *La época de las pasiones tristes*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Dumont, Louis (1987). *Ensayos sobre el individualismo. Una perspectiva antropológica sobre la ideología moderna*. Madrid: Alianza.

Durkheim, Emile (2003). *Lecciones de Sociología*. Madrid: Miño y Dávila.

Giddens, Anthony (1991). *Modernity and self-identity*. Stanford: Stanford University Press.

Howard, C. (ed.) (2007). *Contested Individualisation: debates about Contemporary Personhood*. New York: Palgrave MacMillan. doi: 10 1057/978 023 0609259

Lahire, Bernard (2004). *La Culture des individus: dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.

Martuccelli, Danilo y Santiago, José (2017). *El desafío sociológico hoy. Individuo y retos sociales*. Madrid: CIS.

Miles, Steven (2021). *The experience Society. Consumer Capitalism Rebooted*. London: Pluto Press.

Mills, Melinda y Blossfeld, Hans P. (2005*)*. Globalization, Uncertainty and the Early Life Course: A Theoretical Framework. En: Blossfeld, A.; Klijzing, E.; Mills, M. y Kurz, K. (eds.). *Globalization, Uncertainty and Youth in Society* (pp. 1-24). Abingdon: Routledge. doi: 10 4324/978 020 3003206

Reckwitz, Andreas (2020). *The Society of Singularities*. Cambridge: Polity.

Rosa, Harmut (2019). *Resonancia. Una sociología de la relación con el mundo*. Madrid: Katz.

Schulze, Gerhard (1993). *Die Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt: Campus Verlag.

Sennett, Richard (2011). *El declive del hombre público*. Barcelona: Anagrama.

Taylor, Charles (2006). *Imaginarios sociales modernos*. Barcelona: Paidós.

84. Tendencias de evolución y futuro de la religión en España

Javier Gil-Gimeno
Profesor Titular del Departamento de Sociología y Trabajo Social
Universidad Pública de Navarra

Gorka Urrutia Asua
Profesor del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto y Director del Instituto de Derechos Humanos Pedro Arrupe

Le sacré c´est le père du Dieu

Jane E. Harrison

84.1. Introducción

El 14 de octubre de 1931, Manuel Azaña pronunció las siguientes palabras en el Congreso de los Diputados en el contexto del debate sobre el papel que debía representar la religión católica en la nueva Constitución republicana: «España era católica en el siglo XVI, a pesar de que aquí había muchos y muy importantes disidentes, algunos de los cuales son gloria y esplendor de la literatura castellana, y España ha dejado de ser católica, a pesar de que existan ahora muchos millones de españoles católicos y creyentes» (2008, p. 76). Además de defender una posición política que trataba de dar respuesta al debate articulado en torno al papel que debía jugar la Iglesia católica en el nuevo escenario republicano, Azaña revela algo que, tal y como defiende Rafael Ruiz Andrés (2022), ya se estaba produciendo en España en ese momento: una oleada de secularización, entendida en este caso concreto, fundamentalmente en términos de diferenciación funcional entre esferas seculares y religiosas, una de las tres subtesis sobre las que se articula lo que José Casanova (2012) identifica como la teoría general de la secularización.

A pesar de que, en su obra *La secularización en España: Rupturas y cambios religiosos desde la sociología histórica*, el propio Ruiz Andrés (2022) defiende –acertadamente desde nuestro punto de vista– que el franquismo no supuso la inversión de las dinámicas secularizadoras que estaba experimentando la sociedad española, lo cierto es que, a nivel formal, la Iglesia católica se articuló como uno de los núcleos o ejes de poder sobre los que se desplegó el régimen franquista. Si bien esta circunstancia no provocó una inversión del proceso secularizador, entendemos que sí generó una dinámica de ralentización o,

directamente, de pausa en el mismo. Es posible que, a lo que se asistió en el franquismo, fuera una disonancia, un hiato, entre las dinámicas de acción oficiales y las extraoficiales. Esta es una clave que, sin duda, ayuda a entender la fuerte secularización que experimentó la sociedad española durante la Transición. En definitiva, ya fuera por el miedo a la represión, por convencimiento o por una lógica de adaptación o *aggiornamento* (Stoeckl y Uzlaner, 2022) al nuevo escenario, durante la mayor parte del régimen dictatorial la Iglesia católica siguió disfrutando de su posición hegemónica (al menos oficial o formalmente, como decimos) en el contexto religioso y moral español.

Ahora bien, del mismo modo que, como hemos señalado anteriormente, el franquismo produjo un proceso de suspensión o ralentización de la dinámica secularizadora de la sociedad española, el periodo conocido como la Transición inauguró un escenario en el que se experimentó una marcada intensificación de la lógica secularizadora, en este caso no tanto en el sentido de diferenciación de esferas religiosas y seculares –aunque también–, sino en lo que respecta a las otras dos subtesis que desarrolla Casanova en torno a las que se articula teoría general de la secularización (2012): la del declive generalizado de la creencia y práctica religiosa y la de la privatización de lo religioso. Ya fuera porque el franquismo hubiera sido capaz de mantener una «ficción» durante treinta y seis años, porque la apertura a un nuevo régimen de libertades penalizara a la Iglesia católica por su papel de «familia del régimen» desempeñado durante el régimen dictatorial o por una convergencia de ambas, lo cierto es que a partir de la Transición la sociedad española experimenta una aceleración muy significativa de su proceso de secularización. En menos de cincuenta años (los que van del año 1975 a la actualidad) el escenario religioso en España ha sufrido una transformación de calado, de la que vamos a tratar de dejar constancia en las próximas páginas a través de la radiografía del estado actual de la religiosidad en nuestro país.

Una vez dicho lo anterior, el objetivo de este capítulo es analizar la situación religiosa en la España actual. Para ello articulamos una estructura en la que, en primer lugar –primer epígrafe–, vamos a presentar una serie de claves analítico-conceptuales que, posteriormente, van a actuar como guías, como bases, a partir de las que vamos a tratar de comprender y contextualizar con garantías los datos que nos proporcionan las fuentes estadísticas consultadas, cuyo análisis será el objeto de estudio principal del segundo epígrafe. Para finalizar, ya en la conclusión, trataremos de esbozar lo que podrían ser algunas líneas de desarrollo futuro y evolución del fenómeno, planteando también algunos retos de análisis que el escenario religioso actual en España plantea a nuestra disciplina.

84.2. Claves analíticas para comprender la situación religiosa española

Antes de abordar la cuestión vinculada –y vinculante en este caso– de qué es lo que nos dicen los datos sobre la realidad religiosa en España, consideramos que es importante realizar –con carácter previo– una aproximación

conceptual a una serie de claves analíticas que nos deben permitir, en primer lugar, contextualizar el escenario socioreligioso en el que nos encontramos, y, en segundo lugar, ofrecernos elementos para explicarlo y comprenderlo. En este sentido, tres son las cuestiones en las que nos vamos a concentrar en las siguientes páginas: 1) aumento paulatino del número de personas que se adscriben a la categoría *no-religión* o, por utilizar la terminología inglesa, al colectivo de los «nones» (Burge, 2021); 2) declive, también progresivo, de la creencia y práctica católica, y 3) aumento del pluralismo religioso. Pasemos a desarrollar cada uno de ellos.

84.2.1. Aumento de los no-religión

Quizá el rasgo más significativo de la situación religiosa en la España actual es el aumento del contingente de personas que se adscribe a la categoría *no-religión* o que pertenecen a lo que se ha comenzado a denominar en la literatura sociológica como «nones» en su adscripción inglesa [1]. Este es un fenómeno que se advierte claramente en sociedades como la británica o, incluso, la estadounidense, en las que, hasta hace unas décadas, su presencia tenía un carácter más residual. Por lo tanto, una de las primeras cuestiones que debemos señalar es que este no es un fenómeno particular o característico de España, sino que es una tendencia más o menos generalizada en las sociedades europeas y norteamericanas. Lo que acabamos de decir no implica necesariamente que los *no-religión* españoles no presenten rasgos o características particulares vinculadas al contexto sociocultural concreto en el que se manifiestan –esto es algo que debemos constatar en el segundo epígrafe–. De hecho, sabemos que particularidades históricas como las señaladas en la introducción han tenido un impacto directo sobre las dinámicas de secularización española. Lo que queremos constatar en este momento es que el crecimiento paulatino y significativo de los *no-religión* es una consecuencia directa de los procesos de secularización tal y como se han articulado en las sociedades europeas de las que forma parte España.

Una vez dicho lo anterior, y antes de continuar, la pregunta que urge responder es: ¿cómo podemos definir a los *no-religión*? De acuerdo con el Pew Research Center (2024, p. 16), los *no-religión* serían aquellas «personas que se definen a sí mismas como "ateas", "agnósticas" o "nada en particular" cuando se les pregunta sobre su afiliación religiosa en las investigaciones». Aquí nos encontramos con el primer nudo metodológico en torno al análisis de la situación religiosa española: si el término *no-religión* hace referencia a la suma de aquellos que se autodenominan «ateos», «agnósticos» y «nada en particular», ¿qué resultaría más adecuado, analizar cada una de estas categorías conjuntamente o estudiar cada una de ellas por separado? Para responder a esta pregunta debemos conocer el grado de homogeneidad interna que existe entre

[1] Si bien el término que se viene utilizando a nivel internacional es el de los «nones» (Burge, 2021) y tiene una mayor aceptación, para el presente trabajo seguimos aquí el planteamiento de Ruiz Andrés (2024).

las tres categorías señaladas. Para ello, vamos a acudir a la literatura sociológica especializada en el tema. En este sentido, lo primero que debemos señalar es que es en el contexto anglosajón donde se ha desarrollado una mayor labor sociológica –tanto cuantitativa como cualitativamente– en torno al conocimiento de los *no-religión*. Es por esa razón que en un epígrafe en el que el objetivo es aportar una serie de claves teóricas que nos permitan adquirir herramientas para poder comprender e interpretar mejor los datos que nos proporcionan las estadísticas sobre la realidad religiosa en España, nos vamos a detener en analizar de forma breve los rasgos y perfiles vinculados a los *no-religión* tal y como nos los presenta la literatura especializada, sabiendo y diciendo de antemano que no es posible extrapolar directamente los perfiles británicos y estadounidenses de *no-religión* a la situación española.

Por lo tanto, ¿qué grado de homogeneidad interna presentan las tres categorías que forman parte de los *no-religión*? Para responder a esta pregunta resultan reveladoras las palabras de Linda Woodhead, que analiza el perfil de *no-religión* en el contexto británico: «la elección de la opción de la "no-religión" parece ser más negativa que positiva: un rechazo de las categorías existentes y una *desafiliación* de los grupos religiosos organizados» (2016, p. 252), constituyendo una mayoría «poco consciente de sí misma» (2016, p. 252). Estas afirmaciones son corroboradas en el trabajo de Ryan P. Burge en el contexto estadounidense: «los no afiliados religiosamente no son un grupo cohesionado. La realidad es que la única cosa que realmente los une es el hecho de que podrían marcar la misma respuesta en un cuestionario» (2021, p. 110). De acuerdo con lo comentado, parece que el grado de homogeneidad interna de los *no-religión* es bajo, lo que nos obliga a detenernos en los perfiles particulares de cada una de las categorías que lo conforman.

Ahora bien, antes de llevar a cabo esta importante tarea nos parece relevante realizar una previa, que es presentar cómo se distribuyen cada una de las tres categorías, esto es, señalar qué peso específico tiene cada una de ellas sobre el total. Para ello nos vamos a centrar en el caso estadounidense, volviendo a señalar que no se puede extrapolar una realidad a la otra, y que serán los datos recogidos en España los que nos digan hasta qué punto convergen o difieren[2]. Lo que nos dicen los estudios realizados en el contexto estadounidense –fundamentalmente los de Burge (2021) y del Pew Research Center (2024)– es que el contingente más numeroso es el vinculado a la categoría «nada en particular», que representa en la actualidad un 63 % del total (Pew Research Center, 2024, p. 8). Las categorías «ateo» y «agnóstico» aglutinan el 17 % y el 20 %, respectivamente. Si analizamos el peso de los *no-religión* sobre el total de respuestas a las cuestiones sobre religiosidad, representaría el 28 % según el Research Center (2024), cifra que el estudio de Burge (2021) incrementa hasta el 37 %. Si bien se

[2] Nos acercamos a la realidad anglosajona para dejar constancia de la literatura específica existente en torno al fenómeno que tenemos entre manos, con el objetivo de reunir claves que nos permitan acercarnos al estudio de los «no-religión» con más garantías. No hay una vocación comparativa. No vamos a comparar la realidad estadounidense con la española, sino partir de los análisis existentes para tratar de comprender mejor a este colectivo y, a partir de ahí, analizar la situación concreta de nuestro país.

produce un hiato de once puntos porcentuales en lo que respecta al impacto de los *no-religión* sobre el escenario religioso general, los datos del Pew Research Center y de Burge prácticamente coinciden en lo que respecta a la distribución de los *no-religión* según categoría: Para Burge la opción «nada en particular» aglutinaría un 24 % del total de respuestas (representando en torno al 65 % de los «nones»), los agnósticos un 6 % (16 % de los *no-religión*) y los ateos un 7 % (19 % de los «nones»). Como decimos, habrá que ver cómo se distribuye el fenómeno en el caso español.

Si se analiza desde una perspectiva más cualitativa el perfil de los distintos tipos de *no-religión*, Burge (2021) y Woodhead (2016) introducen una distinción que, si bien entendemos que puede tener elementos matizables, puede proporcionarnos una clave analítica importante a la hora de entender la heterogeneidad existente dentro de este colectivo: para estos autores los «nada en particular» podrían ser considerados no religiosos; mientras que «ateos» y «agnósticos» serían seculares. Para entender esta diferencia traemos a colación las palabras de Burge:

> Los individuos seculares han dejado atrás una visión religiosa del mundo y ahora utilizan un paradigma basado en la lógica y la ciencia para guiarse por la vida […]. Por otro lado, una persona no religiosa se define por lo que no es. No van a la iglesia, no rezan, no creen que la religión sea importante en su vida, pero tampoco adoptan una visión secular de la vida (Burge, 2021, p. 114).

En este sentido, uno de los rasgos característicos de los «nada en particular» sería su rechazo a cualquier etiqueta, sea esta religiosa o secular (Woodhead, 2016, p. 249). A pesar de ello, en su estudio Burge defiende (2021, p. 147) que este carácter menos militante, menos secularizado de los «nada en particular» les hace más susceptibles a la hora de poder ser «captados» o «re-captados» por una comunidad religiosa que los «agnósticos» y que los «ateos». Por lo tanto, habrá que valorar si en el caso español la mayor militancia secular que parecen desarrollar «agnósticos» y «ateos» es un elemento que se deba tener en cuenta a la hora de estudiar su relación con los «nada en particular». En resumen, si tal y como nos dicen los estudios consultados, el colectivo «nada en particular» es el más voluminoso y el menos militante en lo que respecta a la resistencia frente a la religión, la evolución de la tendencia religiosa podría verse directamente afectada por la evolución de la respuesta de esta categoría.

Finalmente, ¿qué nos dicen los estudios realizados sobre el perfil de «ateos», «agnósticos» y «nada en particular»? Según el análisis de Burge (2021, pp. 146-147), en EE. UU.: el perfil de «ateo» es un hombre (en una relación porcentual 60-40 %), con nivel de estudios superiores, con ingresos superiores a la media estadounidense, activos políticamente y votan mayoritariamente al Partido Demócrata; los «agnósticos» serían «una versión algo más comedida de los ateos» (Burge, 2021, p. 146), que siguen siendo mayoritariamente hombres (aunque en este caso en una relación porcentual 53-47 %), poseen también un alto nivel educativo, gozan de una posición económica estable, menos activos políticamente que los «ateos», aunque son mayoritariamente votantes del Partido Demócrata. Un rasgo importante es que tienden a participar en

actividades religiosas más que los ateos, eso sí, esto no significa que estén abiertos a adscribirse a una comunidad religiosa; el perfil de los «nada en particular» tiene «poco en común con los ateos o los agnósticos» (Burge, 2021, p. 146): hablaríamos de una mujer (en una relación porcentual 52-48 %), con niveles de estudios bajos (solo superados negativamente por los protestantes negros), con ingresos inferiores a la media, claramente pasiva en política. En lo que respecta al terreno religioso: solo cuatro de cada diez dicen que la religión «no es nada importante. Aproximadamente uno de cada seis se afilia a una tradición cristiana en un periodo de cuatro años» (Burge, 2021, p. 146).

Así pues, la literatura sociológica existente confirma que la homogeneidad interna de las tres categorías que componen los *no-religión* es baja, pudiendo establecer una distinción entre «ateos» y «agnósticos», por un lado, y «nada en particular», por otro. La pregunta que nos surge a continuación es obvia: entonces, ¿hasta qué punto es pertinente o relevante utilizar a *los no-religión* como una categoría de análisis para comprender la situación religiosa si su nivel de homogeneidad interna es tan bajo? Pues bien, más allá de la heterogeneidad de los perfiles que presentan, lo cierto es que los *no-religión* comparten un rasgo que les hace especialmente adecuados para estudiar la situación religiosa de una sociedad europea como es la española: nos dan una medida de la secularización –de su realidad y de su evolución– con respecto a las confesiones religiosas históricas (Bellah, 1969) o universales (Weber, 1983), que siguen siendo las categorías religiosas base a partir de las que se articulan los análisis sobre la situación religiosa [3]. En este escenario concreto, se percibe un claro aumento de las personas que ya no se adscriben a dichos credos. Tal es el aumento que quizá en un futuro no muy lejano la de los «nones» sea la categoría religiosa más numerosa. En el año 2013, en Gran Bretaña, representaban un 50,6 % del total (Woodhead, 2016); en EE. UU. (Burge, 2021; Pew Research Center, 2024), en torno a un tercio. Como veremos, en España la situación no es muy diferente. Ahora bien, ¿la no profesión de este tipo de formas religiosas implica la desaparición de la religiosidad? ¿Podemos afirmar que los *no-religión* no tienen experiencias religiosas? Esta es una pregunta clave que es urgente que responda la sociología de la religión. Lo que podemos afirmar es que los *no-religión*, por diferentes motivos y con diferentes intensidades, se alejan de las confesiones tradicionales. Ahora bien, sería interesante analizar la relación de cada uno de los tres subcolectivos con otras dinámicas de sacralización secular (Beriain, 2016; Gil-Gimeno, 2020; Joas, 2014), que se han desarrollado o se desarrollan en el escenario de las sociedades actuales, y que consideramos que sería un elemento clave para aproximarse a la realidad religiosa de España, entendida esta desde una perspectiva amplia y vinculada no tanto a la «religión» como a la «religiosidad» –utilizando terminología simmeliana (Simmel, 2012)– o atendiendo a las dinámicas de sacralización, que no tienen por qué manifestarse en términos de sistemas de creencias y prácticas relativas a lo sagrado, tal y como nos enseñó Durkheim (1982).

[3] Cuestión esta sobre la que se debería ejercer labor crítica. ¿Realmente podemos saturar el campo de la realidad prorreligiosa española a través de la adscripción a las religiones históricas?

84.2.2. Declive de la creencia y práctica religiosa

En *Genealogías de la secularización*, J. Casanova (2012) argumenta críticamente que lo que se conoce como teoría general de la secularización se articuló en torno a tres subtesis: 1) la diferenciación de esferas seculares y religiosas, 2) la privatización de lo religioso y 3) el declive generalizado de la creencia y de la práctica religiosa. Si bien –en el contexto sociohistórico español, y tal y como señalábamos en la introducción– durante la Segunda República el esfuerzo secularizador se concentró en la necesaria diferenciación entre Iglesia y Estado, es decir, en la primera subtesis, para entender la situación religiosa actual debemos prestar más atención a como el fin del franquismo, el proceso de transición y la llegada de la democracia supusieron un rápido y gran desarrollo de las subtesis del declive de la creencia y de la práctica y de la privatización. A pesar de que estas dos subtesis tienen recorridos diferenciados y, efectivamente, podrían ser analizadas también de forma diferenciada, en este epígrafe las vamos a estudiar vinculadas la una con la otra. Desde esta perspectiva, la privatización podría ser o bien una consecuencia del declive de la práctica religiosa o bien, el declive de la práctica religiosa podría haber generado un impulso hacia una religiosidad o hacia una práctica religiosa más íntima o individualizada (Luckmann, 1973).

Por otro lado, a pesar de que establecemos un vínculo entre ambas subtesis, es la del declive de la creencia y de la práctica religiosa la que va a llevar la voz cantante en este epígrafe, debido a que nos va a permitir esbozar una serie de tensiones que van a actuar a modo de claves conceptuales a la hora de comprender de una forma más precisa los contornos y el trasfondo de lo que la teoría general de la secularización define como declive generalizado de la creencia y práctica religiosa. Van a ser, concretamente, tres tensiones: la primera, la existente entre lo universal versus lo particular; la segunda, entre religión histórica y religiosidad y, la tercera, entre creencia y pertenencia.

Universal versus particular. Desde la perspectiva de la teoría general de la secularización, el declive generalizado de la creencia y práctica religiosa es uno de los requisitos básicos para que se pueda hablar de que una sociedad está desarrollando efectivamente procesos de secularización. Es decir, independientemente de las fórmulas particulares o de los múltiples programas culturales vinculados a la secularización (Gil-Gimeno, 2017), desde esta perspectiva la secularización implicaría un proceso general de pérdida de peso e impacto social de lo religioso. En este sentido, esta subtesis fungiría como un universal aplicable *urbi et orbi*. Todo escenario atravesado por los procesos de secularización debería experimentar dicho declive de la creencia y de la práctica religiosa. Frente a esta lógica se articula una segunda que es la que defiende que el declive de la creencia y práctica religiosa es un rasgo particular del programa secularizador europeo, dando lugar a lo que se ha venido en llamar «excepcionalismo europeo» (Casanova, 2012). Desde este punto de vista, el modelo europeo no sería el patrón a partir del cual se articularían los programas de secularización, sino la excepción. Digamos que, parafraseando el título de la obra de Joseph Henrich (2020), en lo que al modelo de secularización se refiere los europeos seríamos *the weirdest people in the world*.

Religión histórica versus religiosidad. Una segunda tensión que atraviesa conceptualmente la tesis sobre la que se articula este epígrafe es la vinculada a la siguiente pregunta: ¿Estamos hablando de declive de cualquier tipo de creencia y de práctica religiosa o de alguna en concreto? Lo que nos dicen los datos es que, sobre todo en las sociedades europeas, se ha asistido efectivamente a un declive de la creencia y práctica de aquellos cultos que han sido hegemónicos a lo largo de la historia. En el caso de España esto afectaría directamente –y como veremos a través de los datos, así es– al catolicismo. En cambio, si analizamos otro tipo de corrientes religiosas minoritarias, veremos que, aunque de forma muy moderada, crecen. Pero, si a esta ecuación le añadiéramos formas religiosas de tipo moderno –vinculadas a sacralizaciones seculares como lo civil (Bellah, 2007), la persona (Joas, 2014), etc.–, en el sentido desarrollado por Bellah (1969), entonces la tesis del declive podría ponerse en cuestión incluso en el contexto más secularizado de todos como es el europeo. Por lo tanto, una de las claves para valorar este declive se asienta sobre cómo definamos el fenómeno religioso, bien desde la sistematización de un conjunto de creencias y prácticas relativas a lo sagrado, tal y como define Durkheim (1982, p. 47) la religión, o bien desde la perspectiva de las dinámicas de sacralización, que tal y como también apunta el propio Durkheim (1982, p. 33), no pueden ser determinadas «de una vez para todas».

Creencia versus pertenencia. Una vez constatadas las tensiones anteriores nos falta por plantear una última cuestión: ¿dónde se percibe un declive mayor?, ¿en la creencia, en la práctica o en las dos? Para tratar de sentar las bases teóricas para dar respuesta a la tensión que se articula entre dos de las dimensiones básicas de la adscripción tradicional religiosa como son la creencia y la práctica, nos vamos a detener brevemente en dos conceptualizaciones ya clásicas en la sociología de la religión que abordan esta cuestión: la primera de ellas la propuso Grace Davie (1994). Para ella lo que caracterizaba la religiosidad británica a mediados de los años noventa del siglo pasado era la lógica del *believing without belonging,* poniendo el foco del declive sobre la dimensión comunitaria y de práctica compartida vinculada a la religión, y en el refuerzo de dinámicas individualizadas de creencia. Un poco más tarde, Danièle Hervieu-Léger (2002) hace referencia a una segunda tendencia que detecta en la sociedad francesa, a la que denomina «pertenencia sin creencia», y que vincula con el desarrollo de una relación patrimonial en lo que respecta a la tradición religiosa inscrita en la memoria social (Hervieu-Léger, 2005). Esta relación hace que personas que bien pudieran situarse entre los *no-religión* en términos de adscripción religiosa, o que no desarrollan ningún tipo de práctica de culto, «se indignen ante los cambios de religión, que critiquen la secularización de las iglesias, que protesten contra la construcción de mezquitas» (Hervieu-Léger, 2002, p. 12). Aquí lo que se pone en cuestión no es tanto la propia crisis de la práctica religiosa, sino el propio concepto de «pertenencia» a una comunidad religiosa de práctica.

Como se puede observar, estas tres tensiones atraviesan la cuestión del declive de la creencia y práctica religiosa. Tratar de resolverlas debe ser un reto para la Sociología de la religión.

84.2.3. Aumento del pluralismo religioso

La tercera clave teórica a la que vamos a hacer referencia es la vinculada a la tesis del pluralismo religioso. A pesar de que España había experimentado dinámicas de secularización con carácter previo al franquismo, lo cierto es que hasta comienzos de este siglo el país presenta unos datos de adscripción religiosa al catolicismo superiores al 80 %, lo que denota un escenario de homogeneidad religiosa en el que, poco a poco, va creciendo el volumen de personas adscritas a la *no-religión*. Ahora bien, desde comienzos del siglo XXI se advierte un crecimiento de la diversidad o pluralismo religioso que se articula en torno a dos ejes de acción: el primero de ellos directamente vinculado con los procesos migratorios de recepción de personas que ha experimentado España en las últimas décadas, que han agudizado el crecimiento de este grupo y que ya venía notándose desde finales de los años ochenta del siglo XX; el segundo relacionado con el crecimiento de los *no-religión*.

En lo que respecta al primer eje de acción es importante señalar que esas personas venidas de diferentes lugares del globo (en mayor medida, de América del Sur, del Magreb y de países de Europa del Este) han aportado a la sociedad española prácticas culturales y religiosas desconocidas previamente (como el evangelismo, practicado sobre todo por personas originarias de Sudamérica) o desterradas desde hace siglos (el islam practicado por personas venidas desde el Magreb). A pesar de que se conforman como minorías religiosas, lo cierto es que, aunque paulatino y moderado, su crecimiento es continuo, adquiriendo un peso porcentual cada vez mayor. La práctica, la petición de espacio para profesar su fe, el debate creado en torno a si el estado debe promocionar este tipo de dinámicas o no, son cuestiones que evidencian que a través de este eje la realidad religiosa española es más diversa y plural que hace unas décadas (Díaz-Salazar, 2008; Pérez-Agote y Santiago 2009).

El segundo eje, decíamos, está directamente relacionado con el aumento de los *no-religión* en un doble sentido: por un lado, vinculado al propio proceso de secularización, ya que la erosión que esta ha provocado sobre la homogeneidad católica introduce de forma gradual un elemento de diversidad; pero, por otro lado, el desarrollo de los *no-religión*, ha permitido la creación de un contexto favorable a otro tipo de religiosidades de carácter secular, adscritas a cuestiones como la sacralización de la persona (Joas, 2014) o de la nación (Beriain, 2016), entre otras. Aquí sería interesante valorar, como ya se ha apuntado previamente, si personas ateas confesas o agnósticas con respecto a las religiones históricas (Bellah, 1969) podrían desarrollar dinámicas de sacralización en torno a estas realidades seculares.

Sin duda, esta convivencia entre catolicismo, otras minorías religiosas y el desarrollo de religiosidades seculares nos habla de un contexto en el que se percibe de manera clara el pluralismo de los varios altares del que hablaba el último Berger (2014), en el que la realidad religiosa no parece tender a la desaparición sino a una transformación (Lenoir, 2005). Una situación religiosa que encaja con la lógica de la postsecularidad (Habermas, 2008, 2010) en la

que «renace, se despierta, se activa, la creencia religiosa en su pluralidad» (Beriain y Sánchez, 2012, p. 34), y con la tesis del politeísmo moderno que desarrolla Max Weber en *El político y el científico* (2004).

En palabras de Casanova (2019, p. 65): «la humanidad global se está volviendo simultáneamente más religiosa y más secular, pero de maneras significativamente diferentes, en diferentes tipos de regímenes seculares, en diferentes tradiciones religiosas y en diferentes civilizaciones».

84.3. Análisis de los datos

Los cambios producidos en el Estado español a finales de la década de los setenta del siglo pasado, tuvieron como consecuencia una apertura a las libertades de la población española. Esto también se tradujo en términos de la libertad de religión y de culto. Hay diversos trabajos en los que se ha abordado esta cuestión desde una aproximación político-normativa (Contreras, 2011; Suárez, 2006; Urrutia, 2003), así como también en lo que respecta a la evolución de la religiosidad de la población en estos años (Comas, 2004; Diaz-Salazar y Giner 1993; Pérez-Agote, 2005).

Respecto a esta última cuestión, y de cara a enmarcar los cambios detectados, nos parece que el punto –los datos– del que tenemos que partir es el de la evolución de la religiosidad de la sociedad española, en términos de su autoidentificación. Para observar la evolución de la religiosidad en las últimas décadas, recogemos en las siguientes dos tablas una secuencia de datos que parte de diversos estudios que con anterioridad han cubierto esta cuestión [4]. Tal y como se puede observar, la tendencia de quienes se identifican con la tradición católica es claramente descendente. Incluso, en este segmento, tal y como se puede observar en el desglosado de la tabla 84.2, hay un claro y nítido trasvase de quienes se consideran católicos practicantes a quienes se consideran católicos no practicantes.

Lo que –de cualquier manera– se observa es cómo a lo largo de estas décadas se van consolidando estos tres grupos de población en los que algo más de la mitad sigue identificándose con la tradición católica, algo más de un tercio se autoidentifica con alguna de las opciones de los *no-religión* y un porcentaje bastante pequeño –menos del 6 %– se identifica con otras tradiciones religiosas.

[4] Con el fin de observar los datos de manera más nítida, se ha optado por la distinción de los tres componentes que entendemos que caracterizan la situación religiosa de la sociedad española actual («católicos, creyentes de otras religiones» y «no-religión»). Los cambios en las preguntas elaboradas por el CIS no permiten una trazabilidad como para distinguir a católicos practicantes y católicos no practicantes a lo largo de todas estas décadas. También hay diferentes acepciones dentro del conjunto de los «no-religión», y para este trabajo se contempla a quienes han respondido alguna de las siguientes opciones: no-creyentes, indiferentes, agnósticos/as, ateos/as, laico, secular o aconfesionales. Para una interesante reflexión al respecto, véase Comas (2004, pp. 78-79).

Tabla 84.1. *Autoidentificación socioreligiosa de la población española (1965-2024, %)*

Año	*Católicos/as*	*Otras religiones*	*No-religión*	*N. S./N. C.*
1965	98	0,0	2,0	0,0
1975	88	0,2	2,0	4,0
1980	88,5	0,8	8,5	2,2
1985	88,3	0,8	9,7	1,2
1990	88,2	0,9	9,8	1,1
1995	81,2	1,4	16,0	1,4
2000	83	1,9	13,2	1,9
2005	79	2,0	17,0	2,0
2008	73,5	1,6	24,1	0,7
2009	76	2,0	20,0	2,0
2011	73	2,0	23,0	2,0
2013	72	2,0	24,0	2,0
2015	69,6	2,7	25,9	1,8
2017	63,3	2,6	26,0	2,1
2019	66,9	2,5	34,7	1
2021	60,1	2,5	36,4	1,1
2023	55,6	3,4	39,2	1,8
2024	55,7	2,9	39,4	2

Fuente: Comas, 2004; Díaz-Salazar y Giner, 1993, p. 133; Pérez-Agote, 2012; CIS (varios años).

Tabla 84.2. *Distribución de la población española autoidentificada como católica practicante y no practicante (1965-2024, %)*

	Católicos/as practicantes	*Católicos/as no practicantes*	*No-religión*	*Otra religión*	*N. S./N. C.*
1965	83	15	2	0	0
1975	74	14	2	0,2	4
1980	54,1	34,4	9	0,8	2
1985	47,1	41,2	9,7	0,8	1,2
1990	40,9	47,3	9,8	0,9	1,1
1995	32,4	48,8	16	1,4	1,4
2000	32	51	13,2	1,9	1,9
2008	27,7	45,8	24,1	1,6	0,7
2019	21	45,9	34,7	2,5	1
2024	19,2	36,5	39,4	2,9	2

Fuente: Comas, 2004; Díaz-Salazar y Giner, 1993, p. 133; Pérez-Agote, 2012; CIS (varios años).

Como hemos indicado, algo más de la mitad de la población española se considera católica y casi un 6 % se identifica con otros credos. Son datos del reciente Estudio CIS 3476, en el que nos queremos detener para obtener una fotografía más detallada de la religiosidad actual de la población española.

Un primer dato que rescatamos en la tabla 84.3 es la información que se desprende de la pregunta sobre la frecuencia con la que la población asiste a oficios religiosos (excluyendo aquellos que tienen un componente más de carácter social como los bautizos, bodas y funerales). En el caso de las personas que se identifican con la tradición católica, podemos observar cómo aquellos que se consideran no practicantes en realidad son personas que no asisten a oficios –con una frecuencia mayor a la de dos o tres ocasiones al mes– mientras de las que se consideran practicantes apenas la mitad asiste con una frecuencia semanal –o más– a los oficios semanales o festivos. Los católicos practicantes suponen un 16,7 % del total de la población mientras que los católicos no practicantes ascienden a un 35,2 %. En el caso de la población que se identifica con otros credos, las respuestas arrojan unos datos que ubican a este grupo en posiciones muy contrarias, ya que el 38,5 % de este segmento no asiste nunca o casi nunca a oficios religiosos mientras que un 37,9 % asiste semanalmente o varias veces a la semana.

Tabla 84.3. *Frecuencia de asistencia a oficios religiosos (sin contar con las de tipo social) (%)*

	Católico/a practicante	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Total*
Nunca	4,7	41,9	25,9	29,5
Casi nunca	6	30,1	12,6	21,3
Varias veces al año	19,5	20,9	15,2	19,9
Dos o tres veces al mes	16,8	4,3	5,4	8,1
Todos los domingos y festivos	37,2	1,2	7,9	12,3
Varias veces a la semana	15,7	1	30	8,2
N. C.	0,2	0,6	3	0,7
	100	100	100	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024), pregunta 31a.

Adentrándonos en el Estudio CIS 3476, rescatamos algunas de las dimensiones que mejor ayudan a caracterizar la religiosidad –y no religiosidad– de la población española en el momento actual y que nos dan algunas pistas respecto al futuro: el sexo, la edad y el lugar de nacimiento. Así, en las siguientes páginas hemos recogido los datos sobre estas dimensiones. En las tablas 84.4 y 84.5 se puede observar la autoidentificación religiosa con relación al sexo. Lo más destacable es cómo las mujeres se identifican algo más religiosas que los hombres, tanto en lo que se refiere a la tradición católica como a la de otros credos, ofreciendo una fotografía similar a lo recogido en el apartado anterior.

TABLA 84.4. *Sexo y autoidentificación religiosa (distribución por tradición religiosa) (%)*

	Católico/a practicante	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Agnóstico/a*	*Indiferente, no creyente*	*Ateo/a*	*N. C.*	*Total*
Hombre	41,1	46	47,9	55,4	53,2	55,2	33,4	48,5
Mujer	58,9	54	52,1	44,6	46,8	44,8	66,6	51,5
	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

TABLA 84.5. *Sexo y autoidentificación religiosa (distribución por sexo) (%)*

	Católico/a practicante	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Agnóstico/a*	*Indiferente, no creyente*	*Ateo/a*	*N. C.*	*Total*
Hombre	14,2	33,3	5,8	13,7	15,2	16,4	1,3	100
Mujer	19,1	36,9	5,9	10,4	12,6	12,6	2,4	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

En lo que respecta a la edad, tal y como se puede observar en la tabla 84.6 los datos están distribuidos en porcentajes mostrando su distribución por columnas –autoidentificación religiosa en cada franja de edad–, mientras que la tabla 84.7 lo hace por filas –en cada franja de edad porcentaje de grupos de adscripción religiosa–. De la lectura de los datos se puede destacar –en primer lugar– que la población menor de cuarenta y cuatro años acentúa la caída o declive del grupo de personas católicas y, por el contrario, la subida en el grupo de los *no-religión*. Por otra parte, en ese grupo de edad también se acentúa un incremento en el porcentaje de personas que se identifica con alguna de las confesiones minoritarias. Los porcentajes de cada una de estas columnas son significativamente superiores a los que recoge la distribución de la población por cada franja –porcentaje del total–.

La tendencia que se vislumbra, y que habrá que ver si se confirma en próximos años, es la de un cambio en la distribución de los dos grupos que mayor porcentaje suponen en la actualidad –católicos y *no-religión*–. Las personas que se identifican con el catolicismo pasarían a ser menos de cuatro de cada diez españoles, mientras que el segmento que agrupa a los *no-religión* vendría a suponer algo más de la mitad de la población. Donde se percibe también un crecimiento significativo es entre la población que se identifica con otras tradiciones religiosas. En este caso habrá que observar si se confirma esta tendencia y el mantenimiento de la fe o si –al igual que pasa con el resto de la población– se produce un declive de su religiosidad. La evolución de este hecho podría poner en cuestión el sostenimiento de la lógica de las tres categorías (católicos, *no-religión* y minorías) que se constata en la actual situación religiosa española.

Tabla 84.6. *Religiosidad por edad (distribución por grupo de edad) (%)*

Años (edad)	*Católico/a practicante*	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Agnóstico/a*	*Indiferente, no creyente*	*Ateo/a*	*N. C.*	*Total*
De 18 a 24 años	10,7	20,9	14	15,4	20,9	17,7	0,5	100 100,1
De 25 a 34 años	11,6	22,9	10,4 10,5	13,6	22,1	18,3	1	100 99,9
De 35 a 44 años	12,1	31,8	5,5	11,9	18,2 18,3	18,4	2	100 99,9
De 45 a 54 años	12,1	38,7	5,5	12,5	13,4	16,3	1,6 1,5	100 100,1
De 55 a 64 años	13,7	47	3,4	10,8	10,2	12,5	2,4	100
De 65 a 74 años	22,1	41,6	3,6	11,3	8,3	10,5	2,6	100
75 y más años	40,5	36	1,4	9,7	4,5	5,3	2,6	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

Dejando de lado los grupos de creyentes, si nos fijamos en las tres columnas que responden al segmento de población sobre el que ponemos un especial foco en este trabajo –los *no-religión*– podemos resaltar que es el grupo que más crece según van pasando los años y que, tentativamente, podríamos afirmar que intuimos que seguirá creciendo en proporción en los siguientes años. Ahora bien, al igual que ocurre en los ejemplos y casos referenciados en el apartado anterior, no parece que la militancia secular –posiciones agnósticas o ateas– tenga una relevancia significativa, ya que la indiferencia o la no creencia –los nada en particular– es la posición que más destaca de entre las tres opciones en los grupos menores de cincuenta y cuatro años, tal y como se desprende a la lectura de las tablas 84.6 y 84.7. Es importante señalar que la distribución de cada una de las categorías de *no-religión* es más equilibrada que en los otros casos consultados en el apartado de las claves teóricas. Entendemos que esta es una particularidad española vinculada a la intensidad con la que se han experimentado los procesos de secularización en las últimas décadas y a la emancipación con respecto a la asociación entre franquismo y religión católica (entendida esta como familia del régimen).

Por último, indicábamos cómo observando el cruce entre «lugar de nacimiento» y «religiosidad» de la población encontramos claves de interés para profundizar sobre la situación actual de la religión y el futuro de la religiosidad en el país. El hecho de que España se haya convertido en un país de recepción de población de origen extranjero apunta a una posible brecha entre esta y la población nativa, tanto en lo que se refiere a su religiosidad como a la que composición del grupo de los *no-religión*. La mayor parte de las personas que se ubican en este segmento –*no-religión*– a fecha actual, parece que se refiere a personas nacidas en

Tabla 84.7. *Religiosidad por edad (distribución por respuesta) (%)*

	Total	*Católico/a practicante*	*Católico/a no practicante*	*Otra religión*	*Agnóstico*	*Indiferente/ no creyente*	*Ateo*	*N. C.*
18-24	8,5	5,4	5	20,3	10,9	12,7	10,3	2,3
25-34	13,6	9,4	9,4	24,2	15,4	21,6	17,2	7,2
35-44	18,3	13,3	16,6	17,3	18,1	23,9	23,3	19,5
45-54	19,5	14,1	21,5	18,5	20,2	18,8	21,9	16,5
55-64	16,4	13,4	21,9	9,7	14,7	12	14,2	21
65-74	11,9	15,8	14,1	7,3	11,2	7,1	8,7	16,8
75 y más	11,8	28,6	12,1	2,8	9,5	3,8	4,3	16,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

España, tal y como podemos observar en las tablas 84.8. y 84.9. Ahora, si nos fijamos en los datos del grupo «creyentes de otra religión», el porcentaje de quienes han nacido en otro país es mucho mayor que en el resto de los grupos. Esto nos da una medida de la contribución del fenómeno migratorio a la realidad y situación actual de las otras confesiones. Por el momento, no parece que este segmento de la población contribuya significativamente al grupo de *no-religión*, pero claramente supone una aportación relevante para una de las tres categorías que nos permiten constatar la pluralidad religiosa española.

Tabla 84.8. *Lugar nacimiento y religiosidad (por lugar de nacimiento) (%)*

	Católico/a practicante	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Agnóstico/a*	*Indiferente, no creyente*	*Ateo/a*	*N. C.*	*Total*
En España	16,7	36	2,8	12,7	14,5	15,5	1,8	100
En otro país	16,9	29	27,3	7,6	9,4	7,2	2,5	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

Tabla 84.9. *Lugar nacimiento y religiosidad (por identificación religiosa) (%)*

	Católico/a practicante	*Católico/a no practicante*	*Creyente de otra religión*	*Agnóstico/a*	*Indiferente, no creyente*	*Ateo/a*	*N. C.*	*Total*
En España	87,5	89,8	42,3	92,2	91,6	93,8	83,5	87,6
En otro país	12,5	10,2	57,7	7,8	8,4	6,2	16,5	12,3
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

En definitiva, la incorporación de población de origen extranjero a la caracterización socioreligiosa de la sociedad española va a contribuir de diversas maneras, tanto en lo que se refiere a una diversificación de las creencias en distintas tradiciones religiosas como en el segmento que no se identifica con ninguna, los *no-religión*. En cualquier caso, los datos nos orientan a una sociedad de tres partes, tal y como adelantábamos al inicio de este apartado: tres grupos de población en los que algo más de la mitad mantiene su identificación con la tradición católica, un porcentaje bastante pequeño –menos del 6 %– se identifica con otros credos y casi una de cada cuatro personas se ubica en alguna de las opciones de los *no-religión*.

84.4. Conclusiones

De lo comentado a lo largo y ancho de las páginas anteriores se desprende una serie de conclusiones. Son las siguientes: en primer lugar, en la sociedad española actual se detectan claramente tres tendencias en lo que respecta a la orientación religiosa: una mayoría católica (51,9 %), pero que si se analiza evolutivamente y en términos de edad pierde de forma paulatina peso y consistencia, sobre todo en lo que respecta al desarrollo de práctica religiosa; un aumento sostenido y ligero de minorías religiosas vinculado a la presencia de comunidades culturales y religiosas diversas como consecuencia de los procesos migratorios que ha experimentado la sociedad española en las últimas décadas (alrededor ya del 6 % del total de la población); el aumento significativo de los *no-religión* o de personas que se identifican como «ateas», «agnósticas» o «nada en particular» (40 % sobre el total de la población).

Sobre este último grupo de población –el de los *no-religión*– merece detenerse un poco más, ya que como se ha indicado al inicio de este trabajo, se trata del grupo que más debería reclamar la atención en el futuro próximo: por su crecimiento en número, por su heterogeneidad (personas agnósticas, ateas y no creyentes o indiferentes) y porque observando los datos por grupos de edad apunta a un mayor crecimiento en los próximos años. Los datos consultados en otros países apuntan a que dentro de estos tres perfiles el grupo de «los nada en particular» –quienes se consideran indiferentes o no creyentes– es el que parece que mayor volumen tiene y puede tener en el futuro. Se puede adelantar cómo la homogeneidad de las tres categorías es baja y –quizá– afirmar que hay cierta distinción entre las personas agnósticas y ateas respecto a las indiferentes y no creyentes.

Tal y como ya hemos indicado previamente, España se suma al grupo de países en el que se constata un declive de la creencia y práctica de aquellos cultos que han sido históricamente hegemónicos (en este caso el catolicismo). Los *no-religión* dan una medida de la secularización –en cuanto a realidad y evolución– con respecto a –en este caso– el catolicismo, que tanto peso ha tenido en la sociedad española.

Consideramos que tanto este como los otros dos grupos de *no-religión* son ámbitos que van a requerir de nuestra atención en el campo de la sociología de la religión, precisamente por el poco estudio que se ha realizado sobre los

mismos. Los otros dos espacios de la pluralidad existentes en España –creyentes de diverso signo– llevan tiempo siendo estudiados. Con mucha probabilidad, se seguirán llevando a cabo investigaciones relacionadas con ellos –tanto en lo que se refiere al declive de la religiosidad católica como la emergencia de las otras tradiciones religiosas y problemáticas derivadas de la diversidad religiosa– pero ha sido escaso el estudio sobre el tercer pilar de la pluralidad religiosa en España: los *no-religión*. Aventuramos una necesidad por abordar esta realidad en los próximos años.

Bibliografía

Azaña, Manuel (2008). *Obras completas* (vol. 3). Madrid: Taurus.

Bellah, Robert N. (1969). Religious Evolution. En: Birnbaum, N. y Lenzer, G. (eds.). *Sociology of Religion: A Book of Readings* (pp. 67-83). New Jersey: Prentice-Hall.

Bellah, Robert N. (2007). Religión Civil en América. En: Beriain, Josetxo y Aguiluz, Maya (coords.). *Las contradicciones culturales de la modernidad* (pp. 114-138). Barcelona: Anthropos.

Berger, Peter L. (2014). *The Many Altars of Modernity: Toward a Paradigm for Religion in a Pluralistic Age*. Boston: De Gruyter.

Beriain, Josetxo (2016). «Formas modernas de resacralización en disputa. La nación y la persona». *Revista Internacional de Sociología,* 74(3), e036. doi: 10.3989/ris.2016.74.3.036

Beriain, Josetxo y Sánchez de la Yncera, Ignacio (2012). Tiempos de postsecularidad: desafíos del pluralismo para la teoría. En: Sánchez de la Yncera, Ignacio y Rodríguez Fouz, Marta (eds.). *Dialécticas de la postsecularidad: Pluralismo y corrientes de secularización* (pp. 31-92). Barcelona: Anthropos.

Burge, Ryan P. (2021). *The Nones: Where They Come From, Who They Are, and Where They Are Going*. Minneapolis: Fortress Press.

Casanova, José (2012). *Genealogías de la secularización*. Barcelona: Anthropos.

Casanova, José (2019). «Global Religious and Secular Dynamics. The Modern System of Classification». *Religion and Politics*, 1(1), pp. 1-74.

Comas, Domingo (2004). «El proceso de secularización en la España democrática». *Laicidad y libertades: escritos jurídicos*, 4, pp. 63-104.

Contreras Mazarió, José M. (2011). *El marco jurídico del factor religioso en España*. Madrid: Fundación Pluralismo y Convivencia.

Davie, Grace (1994). *Religion in Britain since 1945*. London: Blackwell.

Díaz Salazar, Rafael (2008). *España laica. Ciudadanía plural y convivencia nacional*. Madrid: Espasa.

Díaz Salazar, Rafael y Giner, Salvador (1993). *Religión y sociedad en España*. Madrid: CIS.

Durkheim, Émile (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Akal.

Gil-Gimeno, Javier (2017). «Secularizaciones múltiples». *Sociología histórica*, 7, pp. 291-319.

Gil-Gimeno, Javier (2020). «Repensando la relación entre lo secular y lo religioso. Análisis de dos puntos ciegos asociados a la teoría de la secularización». *Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones*, 25, pp. 57-76.

Habermas, Jürgen (2008). *Between Naturalism and Religion. Philosophical Essays*. Cambridge: Polity Press.

Habermas, Jürgen (2010). An Awareness of whar is Missing. En: Habermas, Jürgen *et al*. *An Awareness of what is Missing. Faith and Reason in a Post-Secular Age* (pp. 15-23). Cambridge: Polity Press.

Henrich, Joseph (2020). *The Weirdest People in the World. How the West Became Psychologically Peculiar and Particularly Prosperous*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Hervieu-Léger, Danièle (2002). Les tendances du religieux en Europe. En: *Croyances religieuses, morales et éthiques dans le processus de construction européenne* (pp. 9-22). Paris: La Documentation Française.

Joas, Hans (2014). *The sacredness of the person*. Georgetown: Georgetown University Press.

Lenoir, Frédéric (2005). *Las metamorfosis de Dios: La nueva espiritualidad occidental*. Alianza: Madrid.

Luckmann, Thomas (1973). *La religión invisible.* Salamanca: Sígueme.

Mathiez, Albert (2012). *Los orígenes de los cultos revolucionarios (1789-1792)*. Madrid: CIS.

Pérez-Agote, Alfonso (2005). *La situación de la religión en España a principios del siglo xxi.* Madrid: CIS.

Pérez-Agote, Alfonso (2012). *Cambio religioso en España: los avatares de la secularización*. Madrid: CIS.

Pérez-Agote, Alfonso y Santiago, José (2009). *La nueva pluralidad religiosa*. Madrid: Ministerio de Justicia.

Pew Research Center (2024). «Religious "Nones" in America: Who They Are and What They Believe». *Pew Research Center*. Disponible en: https://www.pewresearch.org/religion/2024/01/24/who-are-the-nones-how-are-they-defined/, acceso 22 de noviembre de 2024.

Ruiz Andrés, Rafael (2022). *La secularización en España: Rupturas y cambios religiosos desde la sociología histórica*. Madrid: Cátedra.

Ruiz Andrés, Rafael (2024). «La no-religión: una realidad creciente y plural en España». *Cuestiones de Pluralismo*, 4(1). doi: 10.58428/HNEP2425

Simmel, Georg (2012). *La religión*. Barcelona: Gedisa.

Stoeckl, Kristina y Uzlaner, Dmitry (2022). *The Moralist International. Russia in the Global Culture Wars*. New York: Fordham University Press.

Suárez Pertierra, Gustavo (2006). «Estado y religión: la clasificación del modelo español». *Revista catalana de dret públic*, 33, pp. 15-42.

Urrutia Abaigar, Víctor (2003). Church and State after Transition to Democracy: The Case of Spain. En: Safran, William (ed.). *The Secular and the Sacred. Nation, Religion and Politics* (pp. 116-128). London: Frank Cass.

Weber, Max (1983). *Ensayos sobre sociología de la religión* (vol. 1). Madrid: Taurus.

Weber, Max (2004). *El político y el científico*. Madrid: Alianza.

Woodhead, Linda (2016). «The rise of "no-religion" in Britain: The emergence of a new cultural majority». *Journal of the British Academy*, 4, pp. 245-61.

85. La música popular como expresión del cambio cultural: disonancias y consonancias axiológicas en la sociedad española

Antonio Alaminos-Fernández
Investigador científico
Centro de Investigaciones Sociológicas

85.1. Introducción

Los ritmos sonoros son un poderoso instrumento utilizado históricamente por los grupos humanos con varias finalidades gracias a su capacidad para transmitir emociones y sentimientos. Unas emociones que a través de la música impregnan signos, ideas y valores potenciando su uso para la cohesión grupal o despertando el miedo en otros grupos (como es el caso de timbales y trompetas en la música militar). Unas funcionalidades que son evidentes en los himnos nacionales, cuyo uso generalmente se encuentran además arropado por regulaciones legales y obligaciones de comportamiento –entre ellas, la de permanecer en silencio o permanecer de pie mientras suena la música–.

Este empleo cultural se apoya en el hecho de que mediante la música se facilita la memorización de informaciones (como sucede con las tablas de multiplicar) o de emociones (es el caso de la música romántica). Esto no implica que por separado no presenten las mismas eficacias, como sucede con la poesía (donde la entonación suple a la música) o canciones instrumentales que se asocian íntimamente a situaciones románticas (por ejemplo, «Samba para ti» o «Europa» de Santana). Sin embargo, es en la conjunción entre música y lenguaje como alcanzan sus máximas potencialidades Entre ellas, y es la que ocupa este estudio, se encuentra la capacidad para establecer, insertar, consolidar y transmitir valores sociales. La música popular posee el potencial de adoctrinar en determinados valores de forma casi imperceptible. De este modo, las personas pueden sorprenderse así mismas cantando canciones cuyas letras contradicen sus propias creencias, pero que encuentran un punto de afinidad en las emociones que genera.

La investigación sobre la música popular en las sociedades capitalistas tiene su origen más conocido en Adorno. La música popular, gracias a los avances tecnológicos como la radio, había adquirido una dimensión social de primera magnitud convirtiéndose en un fenómeno de masas. Con la finalidad de

estudiar las propiedades específicas que adquiría la música popular al alcanzar una audiencia de masas, Adorno toma como referente de contraste un antecedente canónico: la música clásica. Entre la música clásica y la música popular se establece una distinción especialmente interesante. La música clásica estaba considerada como un arte cuya apreciación era algo propio de las elites culturales, siendo un marcador de estatus social; por el contrario, la música popular como fenómeno de masas emergente pertenecía a lo festivo y cotidiano. La música clásica era escasa, con canciones que permanecían interpretándose durante siglos, con una creación artística casi artesanal, mientras que la música popular se producía en serie, con multitud de canciones cuya permanencia temporal era de semanas e incluso días, desapareciendo la mayoría de ellas para siempre. La producción y consumo de la música popular en el siglo xx es, para Adorno, un claro indicador del modo de producción capitalista en la sociedad de consumo.

Parte Adorno (1941) de una evidencia, la música clásica y la música popular presentan diferentes «instrucciones de uso», entendidas como la capacidad que tienen las personas para comprender y disfrutar de ellas. Mientras que la música considerada arte es apreciada después de un esfuerzo de aprendizaje que permite disfrutar de sus sutilezas y elaboración, la música popular sigue unas pautas de composición programadas por el éxito comercial, orientadas a generar una respuesta rápida y siendo accesible para la mayoría de los consumidores. Según Adorno:

> The composition hears for the listener […]. Not only does it not require effort to follow its concrete stream; it actually gives him models under which anything concrete still remaining may be subsumed. The schematic build up dictates the way in which he must listen while, at the same time, it makes any effort in listening unnecessary. Popular music is "pre-digested" in a way strongly resembling the fad of "digests" of printed material [La composición «escucha» al oyente [...]. No solo no requiere esfuerzo seguir su flujo concreto; en realidad, le ofrece modelos bajo los cuales puede subsumirse cualquier resto concreto que permanezca. La estructura esquemática dicta la manera en que debe escuchar, mientras que, al mismo tiempo, hace innecesario cualquier esfuerzo en la audición. La música popular está «pre-digerida» de una forma que recuerda mucho a la moda de los «resúmenes» de material impreso] (Adorno, 1941, p. 306).

La música popular, en cuanto que producto para el consumo de masas, no exige una formación previa para ser apreciada. Es accesible para todos, y su fabricación en serie sigue patrones propios de los objetos de consumo, rigiéndose por criterios de «usabilidad» social.

El proceso de difusión tecnológica en la sociedad de la información, unido a los incrementos de cualificación educativa, ha introducido matices en la división entre la música clásica y la música popular. En cierto modo, la música clásica ha sido popularizada adquiriendo propiedades de objetos de consumo de masas. A las facilidades de reproducción se une su empleo transmedia, al ser incluida como música ambiental en películas famosas (incluidos dibujos

animados) o anuncios comerciales, así como al alcanzar un nuevo éxito en su versionado como canción popular interpretada por cantantes actuales. En ese sentido, en el sistema capitalista la música clásica ha experimentado un proceso de asimilación por la industria musical, siendo progresivamente transformada en objeto de consumo popular.

La popularización de la música clásica mediante su comercialización masiva es un fenómeno común al conjunto de las artes, cuya apreciación había sido utilizada anteriormente como rasgo de distinción social. El *merchandising* cultural lleva obras de arte pictórico a tazas, camisetas, bolígrafos y todo tipo de productos de consumo popular. Una popularización del arte que se observa en la opinión pública española. Un 81 % de personas opina que cualquier persona puede disfrutar del arte sin ser especialista.

Tabla 85.1. *Grado de acuerdo/desacuerdo con la afirmación: Cualquier persona puede disfrutar del arte sin ser especialista*

	Porcentaje
Muy de acuerdo	44,4
Bastante de acuerdo	37,2
Poco de acuerdo	13,7
Nada de acuerdo	3,6
N. S.	0,5
N. C.	0,6
Total	100

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Los procesos de cambio son progresivos y acostumbran a verse frenados por las inercias que introduce el factor generacional. En el caso de la opinión pública española aún permanece una cierta diferenciación entre la música culta y la música popular como dos formas diferenciadas de consumo. La música clásica es percibida por parte de la sociedad como un consumo exclusivamente cultural (arte), mientras que la música popular tiende a ser percibida como un consumo asociado al ocio. En el Estudio CIS 3746, a la pregunta «de las actividades que voy a leerle me gustaría que me dijera si ud. considera que son ¿principalmente culturales, principalmente de ocio o culturales y de ocio indistintamente?», solo un 9,4 % considera como una actividad cultural el asistir a un concierto de música popular mientras que un 38,8 % opina que un concierto de música clásica sí lo es (tabla 85.2). Una diferencia que es aún mayor al comparar su consumo como forma de ocio. La música popular es considerada como un consumo exclusivamente de ocio por el 57,3 % mientras que la música clásica lo es para el 15,8 %.

No obstante, en línea con lo comentado anteriormente sobre la transformación de la música clásica en objeto popular, cabe destacar cómo se atenúa

la diferenciación tradicional entre ambas en lo que se refiere a su consumo. Así, un 31,7 % opinan que la música popular tiene ambos tipos de consumo, como cultura y como ocio, siendo un 44,6 % los que opinan lo mismo respecto a la música clásica.

Tabla 85.2. *Actividad cultural o de ocio*

	Ir a un concierto de música actual	*Ir a un concierto de música clásica*
	% columnas	*% columnas*
Cultural	9,4 %	38,8 %
De ocio	57,3 %	15,8 %
Ambas	31,7 %	44,6 %
N. S.	1 %	0,5 %
N. C.	0,6 %	0,3 %
	100	100

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

La diferenciación entre la música clásica y la música popular, en su consumo como arte cultural o como ocio, se encuentra anclada su función social tradicional como diferenciadora de estatus. Especialmente, en el caso de la música clásica, la opinión es mucho más discriminante. De hecho, la consideración de la música culta con un doble uso de cultura y ocio es claramente una cuestión generacional. Cuanto más joven es la persona entrevistada, mayor es la indistinción en los usos.

Tabla 85.3. *Usos sociales de la música clásica*

		Música clásica		
		Uso único ocio o cultura	*Ambas: ocio y cultura*	*Total*
Generación	18 a 38	46,8 %	53,2 %	100 %
	39 a 72	54,6 %	45,4 %	100 %
	73 y más	74,7 %	25,3 %	100 %
Total		55 %	45 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Con carácter general, la población con menor estatus social subjetivo, menor educación, más progresistas y mayor edad tienden a considerar la música clásica como un objeto exclusivo de consumo cultural. Así, variables estructurales como son el nivel educativo, la clase social subjetiva, la autoubicación ideológica o la edad (tablas 85.4, 85.5, 85.6 y 85.7) se encuentran asociadas a dicha distinción clave entre música popular y música clásica. Una interpretación del

concepto «clásico» utilizada coloquialmente como algo selecto o intelectual. Todas las tablas de contingencia muestran unos valores chi-cuadrado inferiores al 0,000, lo que indica la existencia de relación entre ellas.

Tabla 85.4. *Usos sociales de la música popular y la música clásica según generaciones*

		Generación		
		18 a 37 años % de N columnas	*38 a 72 años % de N columnas*	*73 años y más % de N columnas*
Actual	Cultural	3,5 %	8 %	30,7 %
	De ocio	67,7 %	57,6 %	39,9 %
	Ambas	28,8 %	34,5 %	29,4 %
	Total	100 %	100 %	100 %
Clásica	Cultural	29,1 %	37,4 %	68,5 %
	De ocio	17,7 %	17,2 %	6,2 %
	Ambas	53,1 %	45,4 %	25,3 %
	Total	100 %	100 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Tabla 85.5. *Usos sociales de la música popular y la música clásica según clase social subjetiva*

		Identificación subjetiva de clase					
		Clase alta y media alta	*Clase media-media*	*Clase media-baja*	*Clase trabajadora/ obrera/ proletariado*	*Clase baja/pobre*	*Otras*
Actual	Cultural	5,8 %	7,1 %	9,7 %	10,3 %	10,4 %	13,9 %
	De ocio	58,7 %	60,3 %	62,6 %	55,6 %	58,4 %	54,8 %
	Ambas	35,5 %	32,6 %	27,8 %	34 %	31,2 %	31,3 %
	Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Clásica	Cultural	34,7 %	38 %	38 %	41,1 %	41,6 %	42,8 %
	De ocio	10,4 %	16,1 %	14,6 %	9,4 %	18,7 %	18,5 %
	Ambas	54,9 %	45,8 %	47,4 %	49,5 %	39,8 %	38,8 %
	Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

TABLA 85.6. *Usos sociales de la música popular y la música clásica según nivel de estudios*

		Estudios de la persona entrevistada					
		Sin estudios	*Primaria*	*Secundaria 1.ª etapa*	*Secundaria 2.ª etapa*	*FP*	*Superiores*
Actual	Cultural	29,1 %	14,2 %	10,6 %	8,4 %	7,4 %	5,7 %
	De ocio	30,9 %	50,3 %	62,4 %	61 %	62,1 %	57,1 %
	Ambas	40,1 %	35,5 %	27 %	30,6 %	30,5 %	37,1 %
	Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Clásica	Cultural	55,6 %	52,6 %	42,8 %	34,3 %	36,7 %	31,2 %
	De ocio	14,1 %	15,5 %	20,5 %	13,5 %	17,5 %	12,5 %
	Ambas	30,3 %	31,9 %	36,7 %	52,2 %	45,8 %	56,2 %
	Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

TABLA 85.7. *Usos sociales de la música popular y la música clásica según autoubicación ideológica*

		Ir a un concierto de música actual				*Ir a un concierto de música clásica*			
		Cultural	*De ocio*	*Ambas*	*Total*	*Cultural*	*De ocio*	*Ambas*	*Total*
Autoubicación ideológica	Total	9,4 %	58,2 %	32,4 %	100 %	39,5 %	15,9 %	44,6 %	100 %
	1 Izquierda	15,5 %	44,2 %	40,3 %	100 %	41,5 %	14,5 %	44 %	100 %
	2	4,2 %	51,3 %	44,5 %	100 %	33,9 %	13,2 %	52,9 %	100 %
	3	6,2 %	51 %	42,8 %	100 %	35,4 %	11,1 %	53,5 %	100 %
	4	5,8 %	67,5 %	26,7 %	100 %	37,4 %	11,3 %	51,3 %	100 %
	5	9,7 %	63,7 %	26,6 %	100 %	43,3 %	19,4 %	37,3 %	100 %
	6	6,7 %	59,4 %	33,9 %	100 %	33,8 %	16,2 %	50 %	100 %
	7	9,4 %	65,6 %	24,9 %	100 %	37,8 %	16,8 %	45,4 %	100 %
	8	7,6 %	66,7 %	25,7 %	100 %	33,7 %	20 %	46,2 %	100 %
	9	10,8 %	61,6 %	27,5 %	100 %	44,8 %	4,3 %	50,9 %	100 %
	10 Derecha	14,1 %	56,7 %	29,2 %	100 %	47,9 %	21,3 %	30,9 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

En España, el proceso de absorción de la considerada como música clásica en el sistema de la industria musical encuentra frenos en factores generacionales, educativos, ideológicos y de estatus subjetivo. La música popular es, sin embargo, plenamente considerada como parte del consumo de ocio y de lo cotidiano. En conjunto, un 89 % opina que el disfrute de la música popular es una actividad especializada de ocio o que puede también considerarse de las dos formas, como ocio y cultural. El ocio es la dimensión principal a la que pertenece y se atribuye la música popular. Al tratarse de un objeto de ocio, la música popular desactiva las defensas y prejuicios que pueden estar presente en una

actividad que se considere especial (arte o cultura). Es así como desarrolla y ejerce por completo su capacidad para la transmisión de ideologías y valores.

Para Adorno y Horkheimer (1944), la industria cultural de la música popular se concibe como una extensión del sistema capitalista, produciendo cultura en masa (canciones, ídolos musicales, etc.) cuyos contenidos y formas están orientados a conformar y disciplinar a la sociedad. Dado que la música popular es un producto de consumo que contiene todos los rasgos propios de la producción capitalista, sigue siendo un medio clave para comprender las formas en que el capitalismo configura tanto la producción como el consumo cultural Taylor (2016).

En la actualidad, la industria musical está profundamente entrelazada con las estructuras del poder cultural, económico (Frith, 1996; Hesmondhalgh, 2013) político y social (Alaminos-Fernández, 2016a, 2021). Por ejemplo, aunque la música popular puede parecer una forma de expresión artística individual, su integración en el mercado global refuerza los valores capitalistas; Shen (2021) muestra que muchos fenómenos mediáticos contemporáneos, como la creación de estrellas del pop a través de las redes sociales, refuerzan las estructuras de poder existentes al promover narrativas de éxito individual que ocultan las desigualdades sistémicas. La producción de música popular sigue un proceso de estandarización y repetición que genera lo que Adorno describe como «pseudoindividualización», donde las diferencias entre canciones o géneros musicales son en realidad aparentes y superficiales. Las variaciones y adaptaciones en la presentación del producto permiten a la industria musical controlar los gustos y las actitudes de las masas, perpetuando un sistema social donde las desigualdades económicas y de poder se naturalizan y reproducen continuamente.

Continuando con el análisis iniciado por Adorno son muchos los investigadores que han explorado el vínculo entre la música popular y la ideología. Para Morris (2013), la música popular opera como un espacio clave para la comunicación ideológica, donde se negocian significados sociales y políticos a través de códigos musicales. Este poder comunicativo de la música popular se hace evidente en la manera en que ciertos géneros, como el *rock* o el hiphop, han sido utilizados como plataformas para expresar resistencia o conformidad con las estructuras de poder establecidas. Así, por ejemplo, los estudios sobre estilos que surgen como expresión de protesta social, como fueron en su origen el punk, el rap, el hiphop o de rebeldía «burguesa» como el *rock*, detallan como terminan siendo asumidos y comercializados dentro de la lógica capitalista y de consumo de la industria musical, perdiendo así su potencial subversivo (Buck-Morss, 1989; Frith, 1983a y 1983c; Hebdige, 1979; Laing, 1985; Piquer, 2020; Rose, 1994; Shepherd, 1993; Street, 1992). En el contexto de España, la música popular también ha jugado un papel importante en la configuración de la identidad nacional y en los procesos de cambio social (Alaminos-Fernández, 2022). Así, Bermúdez y Pérez (2009) han estudiado la importancia de la música popular en la formación de identidades regionales y nacionales en España, especialmente en el contexto de los movimientos de transición política tras la dictadura franquista. En términos comparados, Allimant y Castellano (2020) exponen cómo la música popular ha sido un agente clave de cambio social en Chile y España, ayudando a articular las demandas de

justicia social y derechos democráticos durante periodos de transformación política. De manera similar, Steingress (2014) analiza cómo el flamenco ha sido utilizado como un símbolo de identidad nacional en España, mientras que Tucker (2014) explora la integración de la música latina en la cultura española contemporánea y destaca la ambivalencia de estos procesos en términos de su impacto en la identidad cultural y la cohesión social. Estos estudios sugieren que, al igual que en otros contextos, la música popular en España no solo refleja las ideologías dominantes, sino que también puede actuar como un espacio para la negociación de significados culturales y políticos. En conjunto, la investigación sobre la música popular en España ha crecido significativamente en las últimas décadas, incluyendo estudios que abordan tanto el impacto de la globalización como la evolución de los géneros locales (Piquer, 2020).

85.2. La presencia cotidiana de la música popular

En este enfoque crítico de la función ideológica y socializadora de la música, la canción popular adquiere unos relieves y significaciones muy importantes para el análisis sociológico. Adorno (2000) y otros críticos de la industria cultural ven en la música popular un medio de control que refuerza las estructuras sociales y económicas dominantes, simplificando el proceso de consumo cultural. Por ello, propone que el análisis social debe indagar tanto en las estructuras macro como micro, interpretando el significado que los individuos dan a los fenómenos culturales. Una perspectiva crítica se complementa con enfoques construccionistas, como los de Berger y Luckmann (1966), en la medida que la realidad es construida socialmente a través de la interacción y el consenso. Sean consensos razonados y debatidos o como es habitual, solo asumidos como parte de la educación emocional y sentimental en un proceso de aprendizaje informal. Un aprendizaje cuyas aulas se encuentran dispersas en la vida cotidiana (Alaminos-Fernández, 2016a, 2016b, 2017, 2018). La música popular se convierte en un medioambiente sonoro; un fenómeno que Satie, Kramer y Rogé (1917) denominaron música de amueblamiento, destacando la relación entre el espacio, las personas y el sonido. La música suena en lo cotidiano en un segundo plano y deja de ser el objeto de atención primario. Es un fenómeno que se aprecia claramente en los «no lugares» (Augé, 1992) como los aeropuertos, estaciones o centros comerciales. La música popular ambiental en los «no lugares» desempeña un papel esencial: dotar de humanidad y sentido emocional a espacios diseñados para el tránsito y la espera. En combinación con los avances tecnológicos, la música de amueblamiento inaugura las denominadas «burbujas sonoras colectivas», ambientes que, compartidos, buscan aliviar la impersonalidad y monotonía propias de estos entornos.

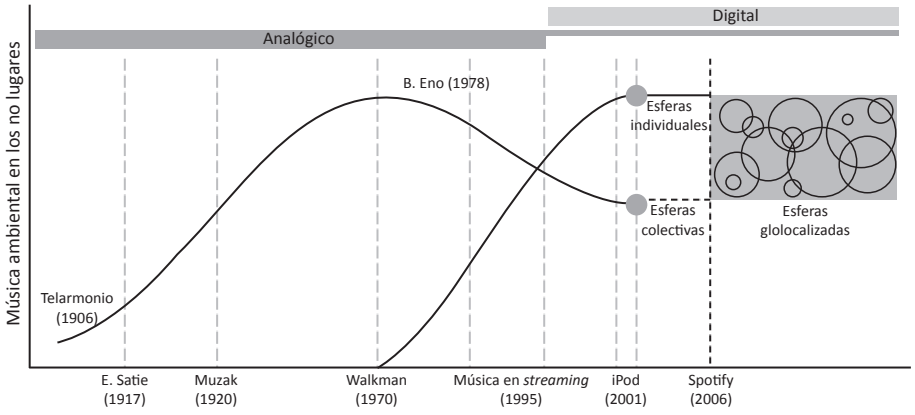
La evolución tecnológica durante el siglo xx introduce transformaciones significativas en la música ambiental, que transita desde las esferas sonoras colectivas hacia formas individualizadas (Alaminos-Fernández, 2016a). La aparición de dispositivos como el Walkman o, más recientemente, las plataformas de *streaming* han facilitado la creación de entornos sonoros personalizados. Un proceso que supone la ruptura con la experiencia colectiva homogénea de la música ambiente, al permitir a las personas elegir la música en función de

sus preferencias y estados de ánimo. La música de amueblamiento ilustra y acompaña las transformaciones culturales y tecnológicas propias de la modernidad y la sobremodernidad, donde la transición hacia la digitalización y personalización musical permite configurar «microclimas emocionales» que representan tanto un ejercicio de libertad individual como una expresión de nuevas formas de soledad asociadas al aislamiento social.

Las canciones populares que se escuchan por todas partes, tanto en espacios sociales como personales, reproducidas miles de veces y que ambientan todo tipo de situaciones y contextos sociales tienen, sin lugar a duda, un efecto performativo en el ámbito de los valores y de las emociones (Alaminos-Fernández, 2019, 2022). Profundamente arraigadas en la vida cotidiana, su capacidad performativa radica en cómo, a través de su constante presencia y repetición, construyen «atmósferas personales» en las que se moldean valores sociales vinculados a las experiencias emocionales individuales. En este contexto, la música popular no solo es un vehículo para el entretenimiento, sino también un medio de socialización y regulación emocional con un impacto profundo en la percepción y vivencia de la realidad.

Como hecho social, la música popular actúa como un agente de socialización, ya que integra y refleja sistemas de valores y códigos emocionales que moldean los comportamientos individuales y colectivos. A través de sus letras, se promueve un aprendizaje simbólico de normas y roles sociales, destacando tanto virtudes como tensiones culturales. La repetición de estas narrativas, sobre todo en contextos de alta exposición mediática, favorece la aceptación y la internalización de los valores que encarnan. Además, la música popular funciona como una plataforma masiva para la definición de estilos de vida, facilitando la conexión de los individuos con los sistemas axiológicos dominantes en cada sociedad. La música no solo refleja emociones, sino que las genera y regula, transformándose en un recurso clave para la construcción de los «microclimas emocionales» que los individuos utilizan para interactuar con su

Gráfico 85.1. *Evolución de las esferas musicales*



Fuente: Alaminos-Fernández (2014).

entorno. Desde una perspectiva tecnológica y cultural, las esferas musicales individuales reflejan la capacidad del individuo para personalizar su entorno sonoro. Este fenómeno ha contribuido a la fragmentación social al sustituir el carácter colectivo de las experiencias musicales por ambientes personalizados que refuerzan el aislamiento. En paralelo, el desarrollo de las esferas deslocalizadas, donde los usuarios conectan mediante actividades comunes como conducir o trabajar, demuestra cómo la tecnología redefine la interacción social y alinea experiencias individuales con dinámicas globales.

La inducción de emociones como la felicidad, la melancolía o la excitación, comúnmente explotada en publicidad y *marketing*, ilustra su capacidad de manipular estados emocionales. Al mismo tiempo, su función como herramienta de regulación permite a las personas manejar el estrés, conectar con momentos específicos o construir una narrativa emocional propia. Esta dinámica, acentuada por la cotidianización de la música mediante dispositivos portátiles y plataformas digitales, enfatiza su papel central en la configuración de la vida contemporánea. La omnipresencia de la música popular, tanto en espacios públicos como privados, la convierte en un agente transformador de la experiencia social y emocional. Sin embargo, su impacto está condicionado por la variabilidad individual y la complejidad intrínseca del fenómeno, que requiere análisis interdisciplinarios para comprender plenamente sus implicaciones. En definitiva, la música popular emerge como una herramienta performativa esencial, capaz de articular valores y emociones, y de redefinir las dinámicas sociales en la modernidad. Según Frith (1983b, p. 57) el reto para los teóricos y los investigadores empíricos es determinar la relación entre la música popular como producto de consumo y su papel en la vida cotidiana. Marcus (1977) explora esta interrelación entre los valores individuales y culturales, destacando de forma precisa que las canciones populares son compartidas colectivamente, creando un vínculo no visible entre individuos y una comunidad cultural más amplia:

> We fight our way through the massed and levelled collective taste of the Top 40, just looking for a little something we can call our own. But when we find it and jam the radio to hear it again it isn't just ours – it is a link to thousands of others who are sharing it with us [Luchamos para abrirnos paso a través del gusto colectivo masivo y nivelado del Top 40, solo buscando algo pequeño que podamos llamar nuestro. Pero cuando lo encontramos y subimos el volumen de la radio para escucharlo de nuevo, no es solo nuestro: es un vínculo con miles de otros que lo comparten con nosotros] (Marcus, 1977, p. 115).

Las plataformas de *streaming* han llevado esa relación a un nivel superior. A medida que las industrias culturales promueven estilos globales, se plantean debates sobre la pérdida de autenticidad cultural y el impacto de las tecnologías en la cohesión social dado que las tecnologías son generadoras de burbujas individuales que enfatizan una autonomía personal que realmente se encuentra inserta en un discurso colectivo normalizado. Este ciclo, impulsado por el capitalismo cultural, refuerza un modelo que, como señalaron Adorno y otros teóricos, convierte la música en una mercancía estandarizada que transmite emociones y valores sociales normalizados.

Las canciones populares consideradas en su conjunto forman un discurso donde se entretejen los valores sociales con las emociones, promocionando estilos de vida. Para Jacques Attali (1985), la música popular puede ser llegar a ser profética en el sentido de anticipar futuros desarrollos sociales. Dado que la sociedad es una realidad total, cualquier alteración en una de sus partes, como la música popular, puede tener implicaciones en otras dimensiones de la cultura y, por lo tanto, en la forma como se interpreta y vive la sociedad. Es importante tener presente el contenido histórico de los valores transmitidos dado que la música popular:

> Does not "carry" its meaning and "give it" to participants and listeners. Affect and meaning have to be created anew in the specific social and historical circumstances of music's creation and use [No «transporta» su significado ni se lo «entrega» a los participantes y oyentes. El afecto y el significado deben ser creados de nuevo en las circunstancias sociales e históricas específicas de la creación y uso de la música] (Shepherd, 1993, p. 138).

Un caso particularmente interesante es el de España. Durante cuarenta años la dictadura del general Franco impuso mediante la censura un discurso moral estrictamente definido desde la religión católica, en su expresión más conservadora. Todas las letras de las canciones populares, en lo que se refiere a los valores que transmitían, los temas que trataban, así como el lenguaje utilizado, eran supervisadas de manera estricta. En conjunto, las letras de las canciones conformaban un discurso políticamente autoritario y de moral conservadora en el que se reflejaba la sociedad que la dictadura consideraba católicamente ideal. Desde el punto de vista social, lo deseable, educado, correcto y sensato venía acuñado emocional y literalmente por las letras de las canciones. Un ejemplo de esto se aprecia en uno de los grandes éxitos de los primeros años de la dictadura tras finalizar la Guerra Civil. Según su letra, «tres cosas hay en la vida salud, dinero y amor. El que tenga las tres cosas que le dé gracias a Dios». Los valores personales e individuales se promocionan sobre los que fueron valores sociales y colectivos de la República: «libertad, igualdad y fraternidad». En ese sentido, anticipaban cuarenta años de letras protagonizadas por vivencias y emociones personales.

Esa peculiaridad, la finalidad explícitamente adoctrinadora de la censura del régimen, es fundamental para comprender las dinámicas posteriores que experimentaría la música popular en España. Una transformación que, como se observará seguidamente, se ejemplifica de forma excelente en el papel social que se le otorga a la mujer en el discurso colectivo que entreteje la música popular.

85.3. La figura de la mujer en las letras de canciones populares

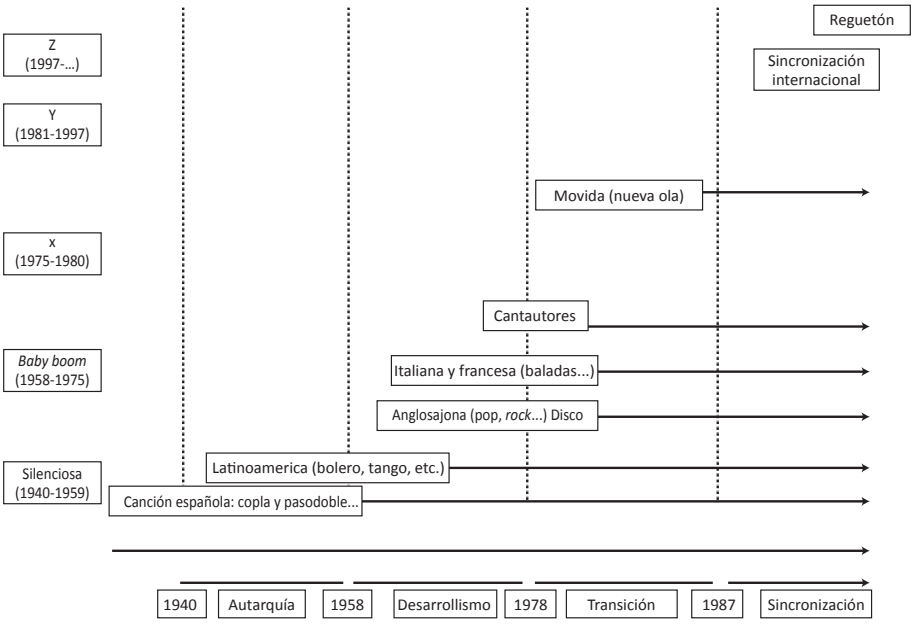
La música popular actúa como un espacio de comunicación simbólica, donde se construyen y se disputan las identidades culturales y políticas. Según Lewis (1983), la música popular funciona como un lenguaje simbólico que permite a los individuos y grupos sociales expresar sus identidades

y afianzar su pertenencia a una comunidad cultural. No solo actúa reflejando las ideologías dominantes, sino que también ofrece un espacio para la creación de significados alternativos que desafían o subvierten las normas establecidas. Tal y como se ha comentado anteriormente, durante cuarenta años de dictadura, la censura actuó reforzando y validando la ideología conservadora de moral católica dominante, algo que entrelazaría de forma duradera los valores sociales y las emociones personales de la sociedad española.

Las letras de las canciones dan forma fragmentaria a un discurso general sobre los roles sociales de la mujer. Entre todas ellas entretejen un tapiz axiológico, donde se reflejan las expectativas acerca del que se considera que debe de ser su papel social y su comportamiento personal en diferentes situaciones. Para el análisis de la concepción de mujer en las letras de la canción popular española, se han estudiado 3134 canciones populares de éxito entre 1940 y 2024. Se ha aplicado el método de análisis de contenido tematizado con sistematización mediante inteligencia artificial.

Se van a considerar dos momentos de conflicto cultural. El primero de ellos afectó sobre todo a las apariencias en lo cotidiano implicando las formas y estilos de vida juvenil (en un marco permanente de censura) mientras que el segundo, aún en curso, implica raíces emocionalmente mucho más profundas que afectan a elementos axiológicamente medulares.

GRÁFICO 85.2. *Síntesis de etapas y estilos en la música popular española (1940 a 2024)*

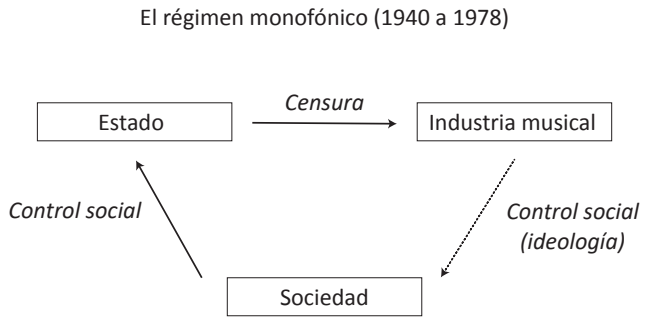


Fuente: Alaminos-Fernández (2022).

En la música popular española se diferencian dos grandes periodos, estando el primero enmarcado por la censura oficial de los contenidos y formas de las canciones. El primer periodo vendría definido por el régimen de la dictadura franquista, cohesionado por un principio articulador que es la censura. Dentro de dicho periodo, se aprecian dos fases diferentes en la medida que las dinámicas de cambio social introdujeron matices significativos. En la primera fase se desarrolla en la sociedad franquista autárquica (1940-1959) y la segunda fase corresponde con el periodo del desarrollismo entre (1960-1978). En el periodo de internacionalización de la música popular en España, se produce de forma intensa la colonización cultural musical, en la que se importan estilos de vida considerados modernos (Alaminos-Fernández, 2023).

El segundo periodo corresponde con la democracia y la ausencia de censura formal. También se observan dos fases diferenciadas por la relevancia de lo internacional. Una primera fase fue denominada «la movida» (1978-1987), donde se aprecia una revolución estética y, parcialmente, de contenidos, como consecuencia de la ausencia de censura formal y la llegada de estilos transgresores como el punk. La segunda fase refleja una mayor sincronización internacional consecuencia de la integración en la Unión Europea (entonces Comunidad Económica Europea, a la que España se incorpora el 1 de enero de 1986). En esta etapa de música popular sin censura formal se configura una tercera fase emergente, generadora de conflicto cultural, en la que destaca la elevada sexualización de determinados estilos musicales protagonizados por una mujer con autonomía y capacidad decisoria.

Gráfico 85.3. *Los años de adoctrinamiento moral*



Fuente: Alaminos-Fernández (2022).

La censura que acuñó las letras de las canciones populares durante la dictadura se rigió por cuatro parámetros de referencia (Abellán, 1978). Primero, la moral sexual, que prohibía la libertad de expresión que implicara, de alguna manera, un atentado al poder y a las buenas costumbres. La importancia de la dimensión sexual también es destacada por Hans-Jörg Neuschäfer (1994), quien la ubica como la primera en importancia en la aplicación de la censura franquista. Segundo, las opiniones políticas, que debían mostrar la

intocabilidad y respeto al sistema institucional implantado por el franquismo y sus principios ideológicos. Tercero, la religión como institución depositaria de todos los valores divinos y humanos e inspiradora de la conducta humana arquetípica y, por último, el uso apropiado del lenguaje. Se prohíbe el uso de un lenguaje indecoroso, provocativo e impropio de los buenos modales por los que se ha de regir la conducta de las personas que se autodefinen como decentes. Durante el periodo de la censura, las canciones populares quedaban supeditadas a unas formas de expresión y lenguaje que debían acogerse al orden moral. Es importante destacar que, durante el franquismo, hubo un empeño sistemático de combinar moral católica y buen gusto. Y esta es la clave de arco del conflicto cultural actual. Una vez sin censura legal, esta es reemplazada por el buen gusto militante que se aplica a lo que se considera socialmente censurable. El buen gusto opera en dos niveles definidos por el adoctrinamiento de la censura, la moral sexual y el lenguaje decoroso.

La primera crisis cultural que se observa en la música popular española afectó, sobre todo, a las formas. La música anglosajona y los estilos musicales pop y *rock* llegan a España con el desarrollismo a partir 1959. La apertura al exterior generó dos espacios culturales en lo que se refiere a las formas. Es algo que se evidencia en un análisis empírico exploratorio, evaluando los gustos musicales según la edad. El análisis identifica claramente como punto de corte en la preferencia por las letras en castellano entre los años 1959-1960.

TABLA 85.8. *Puntos de corte en la variable edad según preferencia por la música española o extranjera*

Edad de la persona entrevistada							
	Punto final		*Número de casos por nivel de «En general me gusta más la música española que la extranjera»*				
Intervalo	*Inferior*	*Superior*	*Muy de acuerdo*	*Bastante de acuerdo*	*Poco de acuerdo*	*Nada de acuerdo*	*Total*
A partir de los planes de desarrollo	a	64	580	544	996	539	2659
Fin cartillas racionamiento	64	75	151	129	75	71	426
Guerra Civil y autarquía severa	75	a	132	189	50	13	384
Total			863	862	1121	623	3469

Cada agrupación se calcula como Inferior <= Edad de la persona entrevistada < Superior.

a. No enlazado

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Expresados los puntos de corte como generaciones se aprecia cómo la música española es preferida de forma diferente y estadísticamente significativa, en primer lugar, por los nacidos en el periodo autárquico y años anteriores, seguidos por los nacidos en la autarquía ya sin cartillas de racionamiento (tabla 85.9).

Tabla 85.9. *Preferencia por la música española según generación*

En general me gusta más la música española que la extranjera según generación					
		Periodos			
		Edad 18 a 63 (nacidos 1960 en adelante) (desarrollismo y posterior)	*Edad 64 a 74 (nacidos 1950 al 1959) (autarquía)*	*Edad 75 años y más nacidos antes de 1949 (Guerra Civil y autarquía severa)*	*Total*
En general me gusta más la música española que la extranjera	De acuerdo	41,7 %	60,4 %	77,3 %	48,4 %
	En desacuerdo	57,5 %	37,3 %	17,7 %	50,1 %
	No sabe	0,4 %	0,8 %	1,1 %	0,6 %
	No contesta	0,4 %	1,4 %	3,9 %	0,9 %
Total		100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Estudio CIS 3746 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Las formas de vestir y comportarse que surgen a partir de la década de los sesenta se encuentran limitadas. La censura oficial no permite rupturas con los parámetros morales de referencia en las canciones. Sin embargo, se produce una modernización en las formas. La «chica ye-ye» cambia las formas de vestir y actúa en público siguiendo la moda, pero las letras no cambian respecto a cómo debe ser una mujer. En ese sentido, en este conflicto cultural el impacto se produce en las formas, mientras que existe, debido a la censura, una continuidad en el fondo axiológico que reflejan las letras. En la década de los sesenta, se introducen en España los estilos musicales que dan forma a la actual canción moderna. «La canción moderna, en la medida en que rompe con las pautas de la generación precedente introduciendo modelos extranjeros, contribuyó a crear nuevos iconos y modelos que se irán imponiendo progresivamente entre los jóvenes» (Otaola, 2012, p. 25). Un proceso que se impone progresivamente de la mano de la modernización y desarrollo económico. La «Chica ye-ye» se enmarca, no obstante, en unos parámetros morales que no rompen con el pasado. Es una chica que se opone a las formalidades (formas tradicionales) pero no con sus valores profundos. Sus rasgos definitorios, «una chica ye-ye. Que tenga mucho ritmo y que cante en inglés, E-e-el pelo alborotado y las medias de color», no cuestionan los valores profundos, la aspiración a formar pareja heterosexual para toda la vida, permanece como constante axiológica latente. Cabe recordar la actuación formal de la censura que, mediante criterios morales católicos, marcaba tanto los límites de la expresión como los contenidos de las letras de las canciones.

Expresado en forma sintética, las letras hablan de un hombre bueno, enamorado y llorón (muy macho si es ranchera) al que una mujer le hace daño; a ella seguro que le irá muy mal, porque la vida le castigará por su error al dañar a un hombre. Por su parte, la mujer será buena o mala, apasionada o calculadora (llorona si es copla), pero a la que seguro que le irá muy mal, porque la vida le castigará por sus errores al hacerse daño a ella misma (y colateralmente a un hombre).

Tras el fin de la censura, en términos simplificados, el análisis del discurso de las letras muestra cinco vectores de transformación que definen y refieren a un cambio axiológico desde un discurso monofónico hacia otro algo más polifónico. En el discurso monofónico prima la perspectiva más tradicional, enfocada en el amor romántico y la entrega apasionada, mientras que en las canciones más recientes se propone una variedad más amplia de roles y perspectivas. Una polifonía que refleja los cambios sociales y culturales que han empoderado paulatinamente a la mujer en las últimas décadas.

El primero de ellos es el cambio desde una imagen idealizada a una mujer real. Un cambio sustantivo en la medida que la mujer abandona el espejo de las expectativas del hombre, rompiendo con un deseable social que reflejaba lo que debería ser según la lógica de dominación heteropatriarcal. Un segundo vector de cambio y conflicto se observa en el cambio desde la expectativa de pasividad a la acción y tomar la iniciativa. Así, la mujer abandona la espera de ser la elegida para pasar a ser electora. En la práctica, se muestra un cambio desde la sumisión hacia un empoderamiento como persona.

Un discurso de cambio cuyo principal punto de conflicto actual se plasma en las formas: en las tensiones entre la censura y la libertad de expresión. Esta última es, en la práctica, la forma más explícita y manifiesta de enfrentamiento entre las dos concepciones. Montesquieu (1989) argumentaba cómo el conflicto iconoclasta no trataba realmente de si debían existir o no representaciones de la divinidad. El conflicto y disputa era realmente entre la existencia o no de una estructura de poder que dependían de ellas (personas que organizaban la custodia de las imágenes). En un sentido equivalente, la disputa iconoclasta sobre las formas de expresión de las canciones refleja el conflicto emocional profundo y en las relaciones de poder que implica este proceso de cambio.

Es importante tener en cuenta que la evolución de la figura de la mujer en la música es un proceso gradual y dependiente del contexto histórico y social (Alaminos-Fernández, 2022). Las canciones analizadas son una muestra de esta transformación, ya que reflejan el contexto cultural y social en el que se producen estas canciones y, con ello, los cambios y las continuidades en la representación de la mujer en la música popular.

En ese marco de cambio que se ha comentado, el segundo conflicto cultural surge de la noción de lo socialmente censurable. Una censura que procede del concepto buen gusto como guardián de la moral sexual y lenguaje. Ahora es plenamente visible como el periodo de adoctrinamiento franquista implico una fuerte integración entre la moral y las buenas costumbres con el buen gusto, convirtiéndolo en la actualidad en un campo de batalla ideológico.

85.4. El «buen gusto» como campo de batalla

Los conflictos que genera el cambio social, reflejados en la canción popular, no son una novedad. Como se ha considerado anteriormente, el antecedente más significativo en la sociedad española nos refiere a la apertura

internacional de los años sesenta, con estilos musicales que dieron forma a las denominadas como «chicas ye-ye».

La democratización suprimió la práctica regulada de la censura. Sin embargo, la desaparición de la censura legal ha sido reemplazada por la censura del «buen gusto». Las sociedades conservan fuertes inercias, sobre todo en su dimensión cultural, de tal forma que lo que la ley no prohíbe, sí lo hacen las convenciones sociales. Como podremos observar, es la apelación al «buen gusto» lo que ampara las principales críticas a las nuevas formas de ser mujer que se expresan en las letras de algunas canciones. Una noción de «buen gusto» con profundas raíces en lo socialmente deseable y, por lo tanto, con un evidente sustrato ideológico. Las definiciones de lo que se considera «buen gusto» indican que es una cualidad que va asociada a las buenas formas de conducta, decoro, buenos modales, educación, orden, mesura, de tal forma que se satisfacen los estándares sociales o estéticos generalmente aceptados.

En España, las raíces morales del «buen gusto» aplicado a las expresiones sobre los comportamientos de la mujer proceden del adoctrinamiento católico franquista. Durante generaciones se generó una fuerte asociación entre moral católica y «buen gusto». Así, analizando el periodo de la dictadura del general Franco a través de las multas que se imponían por contravenir la moral, Román Ruiz (2020) describe como un grupo de personas:

> Sostuvieron una conversación en voz alta en la que podían escucharse "palabras deshonestas y de mal gusto" tales como "cuando veo una nalga, se me pone un pijo de miedo". Ante estas desagradables frases, el vecino B. M. M., en su papel de "custodio de la moral", se asomó a la ventana de su domicilio exigiendo a sus paisanos que hicieran el favor de hablar de otra cosa (Román, 2020, p. 326).

El «mal gusto» es algo maleducado, ofensivo, descortés, desatento, desconsiderado, malcriado, incorrecto, impertinente, descarado, insolente, irreverente, barriobajero y patán. En ese sentido, el gusto como modismo se utiliza como criterio de discernimiento de lo que es socialmente apropiado.

El gusto, desde perspectivas psicosociales, se concibe como una herramienta de control social profundamente vinculada a la distinción y la reproducción cultural, tal como lo plantea Pierre Bourdieu (1991a). Bourdieu destaca cómo el gusto, lejos de ser una expresión puramente individual y libre, está moldeado por condiciones sociales específicas que lo transforman en un mecanismo de diferenciación y legitimación dentro de la estructura social. En su análisis, con carácter general, el buen gusto se asocia con exclusividad y élites, mientras que el mal gusto se vincula a la vulgarización y la masificación. En este caso, son especialmente relevantes las formas (vocabulario) como los contenidos (deseo). El «buen gusto» y el «mal gusto» aplicado a las canciones populares refieren a lo que se dice y a cómo se dice. En última instancia se refiere al control social del deseo.

El deseo, según Foucault (1990a, 1990b, 1998) no es un impulso natural y libre, sino un constructo producido a través de relaciones de poder. La

sociedad establece normas que definen qué deseos son aceptables y cuáles no, integrándolos en sistemas de regulación como la moralidad o la legalidad. Por ejemplo, el discurso sobre la sexualidad en la modernidad no reprime el deseo, como se podría pensar, sino que lo produce y canaliza hacia formas que refuerzan las estructuras sociales existentes, como la heteronormatividad, la monogamia o la reproducción. En resumen, las instituciones y el poder producen y regulan el deseo a nivel colectivo, viendo al deseo como un campo de batalla donde se ejerce el control social. Precisamente, la canción popular es uno de esos campos de batalla cuando se aplica el criterio del gusto para descalificar las propuestas que contienen.

Con frecuencia, el mal gusto se emplea como argumento para descalificar aquellas canciones cuyos mensajes cuestionan o se oponen a valores dominantes en la sociedad, tanto morales como sexuales. De esta forma, el juicio estético no solo clasifica, sino que también invalida simbólicamente expresiones culturales que representan disidencia o resistencia, reforzando la legitimidad de los valores establecidos.

Además, debido a la función que cumplen los esquemas de clasificación en la reproducción del orden social, se establece una lucha por su apropiación, que en realidad representa una lucha por el poder de la palabra. Este poder de nombrar transforma los deseos y necesidades humanas en inclinaciones específicas hacia determinadas prácticas y bienes materiales. Según Bourdieu, el hombre busca apropiarse de las palabras que le permitan obtener aquello que designan, o bien, inventar las palabras necesarias para aprehender las cosas ya adquiridas. Así, la palabra no solo constituye las necesidades del hombre en deseos humanos, sino que transforma estos deseos en gustos que reflejan y perpetúan el orden social. De esa forma, el «buen gusto» es un indicador de cómo deben mostrarse los individuos de acuerdo con la conveniencia de ciertos grupos.

En este sentido, el gusto no solo refleja diferencias sociales, sino que también las reproduce al naturalizarlas como parte de una jerarquía simbólica. En el caso de la música, las categorías de buen y mal gusto no son neutras; sirven para consolidar la posición de determinadas formas culturales como superiores, mientras que otras son relegadas como vulgares o inapropiadas. Una dinámica que no convierte a los actores sociales en meros receptores pasivos, sino en agentes cuya subjetividad y prácticas están condicionadas por estructuras sociales que trascienden al individuo. Así, el gusto y su simbolismo se erigen como instrumentos ideológicos que regulan y norman las posiciones sociales, asegurando la continuidad del poder y la legitimidad en la sociedad.

Con la finalidad de ejemplificar el poder de censura que ejerce el buen gusto se va a considerar, ya en democracia, dos canciones con cuarenta años de diferencia. Con la primera de ellas, Las Vulpes, una banda punk de Bilbao, revolucionó el panorama mediático y cultural español el 16 de abril de 1983 al interpretar en el programa *Caja de ritmos* su canción «Me gusta ser una zorra». El tema es una versión en castellano del clásico «I Wanna Be Your Dog» de The Stooges, transformando su letra para lanzar un mensaje explícito de empoderamiento sexual femenino. Su letra subvertía las expectativas patriarcales sobre la

sexualidad femenina y convertían a las mujeres en sujetos activos de su deseo, algo que resultaba profundamente disruptivo en la España de la transición (Fouce, 2004). Diez días después de la emisión, varios consejeros de TVE ligados al Partido Demócrata Popular presentaron una queja formal alegando la obscenidad de la letra. La crítica arreció desde la prensa conservadora, llegando el diario *ABC* a publicar un editorial donde pedía sanciones para el programa y para el grupo. La presión de los medios condujo a una querella por escándalo público presentada por el Fiscal General del Estado contra el director del programa, Carlos Tena, y las integrantes de Las Vulpes (Moso, 2013). En una posición enfrentada, los medios progresistas defendieron la libertad de expresión. Con un editorial publicado el 2 de mayo de 1983, *El País* defendía que «ningún código criminal puede obligar a la juventud de un país a no tocar, no cantar o no escuchar un determinado tipo de música, gústenle o no al fiscal general sus letras y estribillos» (*El País,* 1983). Se reproducía una situación semejante a la vivida en los Estados Unidos en los años cincuenta, cuando se criticó y censuró el *rock'n'roll* al ser percibido como una amenaza para las buenas costumbres y el buen gusto (Wheeler, 2018). Las Vulpes se convirtieron en un símbolo del punk español y del feminismo subversivo. Su canción, criticada y censurada en su momento, fue vista por muchos como una defensa radical de la autonomía sexual de las mujeres en un contexto sociopolítico que aún estaba en proceso de cambio (Alaminos-Fernández, 2022; Moso, 2013; O'Connor, 2004). Para Moso (2013), el *rock radikal* vasco se caracterizó por su fusión de música punk, lucha política y resistencia cultural, creando un escenario en el que las mujeres eran compositoras y activistas utilizando sus canciones para desafiar las normas de género y las estructuras de poder (Alaminos-Fernández, 2022; García Davó, 2024; Guerra, 2020; O'Connor, 2004; Triana Toribio, 2017). Precisamente, cabe destacar el uso de la palabra «zorra» en la canción de Las Vulpes, quienes efectuaron una labor de resignificación del término, apropiándose de él para utilizarlo como una declaración de empoderamiento, una acción que sería retomada posteriormente por otras intérpretes que continuarían utilizando la música como un espacio para desafiar los estereotipos de género y reclamar su autonomía sexual (Campillo, 2018; Reyes, Saura y Campos, 2021). Según Trujillo (2022), la estrategia de reapropiación de insultos es una forma eficaz de subvertir las normas opresivas, tal y como sucedió al resignificar el movimiento LGTBI+ términos como «maricón» o «bollera». Teóricamente, una reapropiación transforma la palabra y desactiva su poder opresivo, en este caso ofreciendo a las mujeres un arma para desafiar las normas patriarcales (Triviño-Cabrera, Bernárdez-Rodal y Velázquez-Felipe, 2020).

En 2024, cuarenta años después de la censura de Las Vulpes, la música popular española volvió a enfrentar el debate sobre la representación femenina y la resignificación de términos peyorativos. Nebulossa, ganadora del Benidorm Fest con la canción «Zorra», reabrió la discusión sobre el empoderamiento femenino y el control del lenguaje en la música. En este caso, a pesar de ser una canción muy significativa por su antecedente de 1983, la canción forma parte de un conjunto de canciones que desde unos años antes expresaban las mismas ideas y, lo que es muy importante, empleando un lenguaje considerado como de mal gusto. En el caso de «Zorra», generó nuevamente un debate sobre la resignificación de la palabra «zorra». La intérprete, Nebulossa, buscaba redefinir

este término dentro del «contexto feminista actual», transformando (tal y como hicieran Las Vulpes cuarenta años antes) lo que, a lo largo de la historia, fue un insulto hacia las mujeres en un símbolo de empoderamiento (Borrego Escot, 2024). Precisamente, continuar con la misma tarea iniciada hacía cuatro décadas es un excelente indicador de la dificultad para mover los significados asignados en el contexto cultural. Las reacciones de diversos medios de comunicación fueron asimismo semejantes. En programas como *Espejo público,* la canción fue criticada en varias ocasiones, argumentando que se normalizaba el uso de insultos hacia las mujeres mediante expresiones de mal gusto, una concepción del mal gusto con raíces en la moral sexual que servía como elemento de censura durante la dictadura, una moral sexual que exige el decoro sobre cómo debe sentir y expresarse una mujer en público.

De nuevo, tal y como sucedió en 1983, en programas como *Vamos a ver* de la cadena Telecinco, la canción fue defendida como una pieza provocadora con una narrativa de empoderamiento femenino. Una concepción del mal gusto con raíces en la moral sexual que servía como elemento de censura durante la dictadura. Una moral sexual que exige el decoro sobre cómo debe sentir una mujer y expresar su deseo en público.

En el caso de la canción «Zorra», esta forma parte de un grupo más amplio de canciones populares que pretenden empoderar la libertad de la mujer para decidir, sea sexualmente o en los ámbitos que decida. Una corriente de música feminista que aspira a desafiar los estereotipos de género y resignificar lo que son insultos de contenido machista. Destaca en esa línea géneros musicales como el reguetón, con artistas como Karol G., Bad Gyal, Nathy Peluso, Juacko y Ptazeta, que han seguido esta tendencia, resignificando palabras que se consideran soeces en sus canciones con el fin de reivindicar la autonomía sexual de las mujeres (Araüna, Tortajada y Figueras-Maz, 2020). El paralelismo entre Nebulossa y Las Vulpes es evidente. La canción «Zorra», en 2024, ha desatado una controversia similar a la que enfrentó, en 1983, «Me gusta ser una zorra», con la diferencia de que el control que pueden ejercer los medios de comunicación para censurar lo que consideran de mal gusto se ha atenuado.

En la década de los años ochenta del pasado siglo, los canales por los que se podría emitir y difundir música popular estaban mucho más centralizados en emisoras de radios y canales de televisión muy limitados. En la actualidad los medios para difundir canciones populares se han diversificado y liberado en gran medida. Plataformas de música en *streaming* como Spotify o Youtube permiten que las audiencias se fragmenten y den una oportunidad de difusión a canciones populares que de otro modo no llegarían al público (Alaminos-Fernández, 2016b, 2019). La libertad que da la tecnología, sobre todo en plataformas musicales implica la debilitación control de la industria musical. Los gustos populares encuentran su propio espacio, un ejemplo de ello es la canción con ritmo electrolatino de Leticia Sabater «El polvorron». Una canción que es considerada como un ejemplo de mal gusto, junto con otras de la misma intérprete, como son «Salchipapa», «Titi cómeme el toto» o «Toma pepinazo», razón por la que se encuentra fuera de los principales circuitos comerciales. En los primeros cuatro días, «El polvorron» superó las ochocientas mil reproducciones. En la actualidad, la norma del

buen gusto continúa operando en los circuitos comerciales, pero en la práctica existe una realidad musical muy importante que se desarrolla bajo el radar de lo que la moral sexual católica considera socialmente censurable. En la actualidad se desarrolla un potente conflicto cultural reflejado en las canciones populares. Un conflicto sustantivo mediante el que las mujeres desafían el poder de lo convencional definido desde el hetero patriarcalismo. Un conflicto que expresan mediante un léxico considerado «vulgar» y procaz. Hablando desde el otro lado de la frontera que establece la censura el buen gusto. Al conflicto anterior sobre los estereotipos femeninos que se refleja en una multiplicidad de intérpretes y canciones «censurables por su mal gusto», se añaden otros conflictos emergentes procedentes de la aparición de formas alternativas de relación sentimental: poliamor, bisexualidad, flexisexualidad, relaciones híbridas, relación abierta, anarquía relacional, etc. Todo un cambio social reflejado en canciones populares que suponen un conflicto emocional para las personas educadas desde el punto de vista sentimental en el modelo con raíces en la moral sexual de la dictadura. Una relación interpersonal emotiva referenciada normativamente en una relación heterosexual, monógama, con aspiración de permanencia y basada en la interdependencia mutua (Alaminos-Fernández, 2022). El análisis de las canciones populares en España muestra el conflicto cultural en curso. Un conflicto invisibilizado en los medios de comercialización bajo el control de la industria, pero en expansión y crecimiento en los canales alternativos de la red.

Bibliografía

Abellán, Manuel L. (1978). «Censura y práctica censoria». *Sistema*, 22, pp. 29-52.

Adorno, Theodor W. (1941). «Veblen's attack on culture». *Studies in Philosophy and Social Science,* 9(3), pp. 389-413.

Adorno, Theodor W. (2000). *The psychological technique of Martin Luther Thomas' radio addresses*. Stanford University Press.

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2014). «La música ambiental y los "no lugares"». En: Carles Arribas, José Luis y Núñez Pérez, Adolfo (dirs.). *Espacios sonoros y audiovisuales 2014: experimentación sensorial y escucha activa*. Madrid. pp. 205-219.

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2016a). «La música de ascensor en el cine: un análisis semiótico. In Música y cultura audiovisual: de la pantalla al aula». En: Encabo E. *Música y cultura audiovisual: de la pantalla al aula* (pp. 119-134). Editum.

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2016b). *Música en campaña o cuando las estrellas quieren ser héroes. El activismo de las celebridades musicales en causas sociales internacionales*. Univversitat Jaume I. [TFM].

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2017). Obamas Tracklist: Proyectando Una Imagen Pública a Través De La Música. En: Chaves Montero, A. *Comunicación Política y Redes Sociales* (pp. 137-155). Egregius.

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2018). «Musical transformations of non-places». *OBETS: Revista de Ciencias Sociales,* 13(3), pp. 211-228.

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2019). *La realidad aumentada. Música y comunicación en la sociedad de consumo.* Alicante: Universidad de Alicante. [Tesis doctoral inédita].

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2021). «La música popular en las elecciones generales de 2019 en España». *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales,* 32, pp. 225-249.

Alaminos Fernández, Antonio F. (2022). *Música tóxica para una sociedad disonante. Educación sentimental y canción popular en España (1940–2021).* Castellón: Universidad Jaume I. [Tesis doctoral].

Alaminos-Fernández, Antonio F. (2023). «La música popular como poder blando cultural». 18-1. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales,* pp. 17-36.

Attali, Jacques (1985). *Noise: The Political Economy of Music*. University of Minnesota Press.

Allimant, Isabel H. y Castellano, Rodrigo L. (2020). «Transitional music: Popular music as agent of social change in Chile and Spain». *Journal of Iberian and Latin American Research,* 26(1), pp. 100-114.

Attali, Jacques (1985). *Noise: The Political Economy of Music*. University of Minnesota Press.

Auge, Marc (1992). *Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Madrid: Ed. Gedisa.

Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge.* Anchor Books.

Bermúdez, Silvia y Pérez, Juan (2009). «Introduction: Spanish popular music studies». *Journal of Spanish Cultural Studies,* 10(2), pp. 127-133.

Bourdieu, Pierre. (1990). *Sociología y cultura.* México: Editorial Grijalbo.

Bourdieu, Pierre (1991a). *La Distinción. Criterio y Bases Sociales del Gusto.* Madrid: Taurus Humanidades.

Bourdieu, Pierre (1991b). *El Sentido Práctico.* Madrid: Taurus Humanidades.

Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron. (1977). *La Reproduccion. Elementos Para Una Teoría Del Sistema De Enseñanza.* Barcelona: Editorial Laia.

Buck-Morss, Susan (1989). *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin And The Arcades Project*. Cambridge, Massachusetts: Mit Press.

Campillo González, Ana (2018). «II Coloquio feminismo y traducción: cuestiones de género». Comunicación presentada.

Davó, Cristina G. (2024). «Ofendidos y censores. La lucha por la libertad de expresión (1975–1984)». *Castilla: Estudios de Literatura,* 15, pp. 848-851.

Douglas, Mary y Baron Isherwood (1990). *El Mundo De Los Bienes. Hacia Una Antropología Del Consumo.* México: Grijalbo.

Fiends, Microphone (1994). *Youth Music and Youth Culture.* Eds. Andrew Ross and Tricia.

Foucault, Michel (1990a). *Historia de la sexualidad. Volumen 2: El uso de los placeres.* (A. Gracía, Trad.). Madrid: Siglo XXI Editores. (Trabajo original publicado en 1984).

Foucault, Michel (1990b). *Historia de la sexualidad. Volumen 3: El cuidado de sí.* (H. Pons, Trad.). Madrid: Siglo XXI Editores. (Trabajo original publicado en 1984).

Foucault, Michel (1998). *Historia de la sexualidad. Volumen 1: La voluntad de saber.* (U. Palerm, Trad.). Madrid: Siglo XXI Editores. (Trabajo original publicado en 1976).

Fouce Rodríguez, Héctor (2004). *El futuro ya está aquí: música pop y cambio cultural en España: Madrid, 1978-1985.* Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.

Frith, Simon (1983a). «Mood music». *Screen,* 25(3), pp. 78-88.

Frith, Simon (1983b). *Sound effects: Youth, leisure, and the politics of rock.* London: Constable.

Frith, Simon (1983c). «Why do songs have words?». *The Sociological Review,* 34(1_suppl), pp. 77-106.

Hebdige, Dick (1979). Subculture and style. En: *The consumption reader* (pp. 150-151).

Laing, Dave (1985). *One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock.* Open University Press, Milton Keynes.

Montesquieu, Charles de (1989). *The spirit of the laws*. Cambridge University Press.

Otaola, Paloma (2012). «Emancipación femenina y música pop en los años 60. De "La chica ye-ye" a "El moreno de mi copla"». *Sineris, Revista de Musicología*, 5, pp. 1-27.

Román Ruiz, Gloria (2020). «¿El baile agarrado es pecado? La burla del control social en los espacios de "inmoralidad" del campo alto-andaluz durante el franquismo». *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 42, pp. 319-338.

Ross, Andrew y Rose, Tricia (eds.) (1994). *Microphone Fiends. Youth Music and Youth Culture*. Routledge.

Satie, Erik; Kramer, Ulrich y Rogé, Pascal (1917). *Sonatine bureaucratique*. Philippo.

Shepherd, John (2013). Value and power in music: An English Canadian perspective. En: *Relocating Cultural Studies* (pp. 177-212). Routledge.

Street, John (1992). Shock waves the authoritative response to popular music. En: Strinati, Dominic y Wagg, Stephen. *Come on Down?: Popular Media Culture in Post-war Britain* (pp. 302-324). Routledge.

86. Tendencias culturales en España 2025

Antonio Ariño Villarroya
Catedrático Emérito de Sociología
Universitat de València

El objetivo de este capítulo es estudiar, en un horizonte temporal amplio, las tendencias culturales en España y constituye una continuación del texto elaborado sobre la misma temática para el libro *España 2015. Situación social* (Ariño, 2015). En consecuencia, toma en consideración tanto las novedades que se han producido en estos últimos años como las aceleraciones significativas de cambios precedentes.

La transformación más relevante es, sin duda, la configuración de una sociedad digital que alcanza a todos los ámbitos de la vida y, en consecuencia, tiene una doble dimensión cultural: en tanto que modifica las reglas del régimen de información, comunicación y organización de la sociedad y en tanto que reorganiza todas las formas de participación cultural y genera otras nuevas.

Al mismo tiempo, las instituciones que investigan las preferencias y prácticas culturales de la población se han visto obligadas a ampliar su operativización de la cultura y a incorporar nuevas técnicas y metodologías de investigación. Por ello, el texto comienza abordando los cambios en la concepción pública de la cultura; en segundo lugar, se trata la problemática del acceso a la producción y la oferta cultural; en la parte central, se describen las principales tendencias que han experimentado los distintos ámbitos o subcampos de la cultura que recogen las encuestas, y, finalmente, se extraen las lógicas principales subyacentes en la participación cultural.

86.1. Extensión e importancia de la cultura

86.1.1. Hacia una concepción ampliada y difusa de la cultura

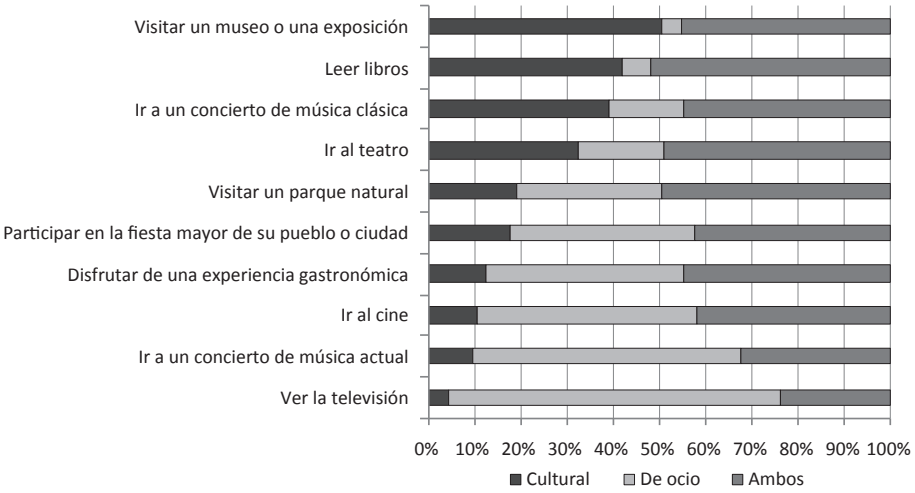
La Sociología clásica, tanto de raíz francesa como norteamericana, partía del supuesto de que en las sociedades modernas existía una concepción legítima de la cultura, la así definida por las élites. Formaban parte del canon prácticas como ir a conciertos de música clásica, leer libros, ir al teatro y visitar monumentos históricos y museos que contenían una selección de lo que era considerado como artístico, expresivo y simbólico en grado sublime.

El perímetro de qué se entendía por arte y cultura fue desafiado tanto desde dentro como desde fuera. La oferta desarrollada por los medios de comunicación masiva y diversas revoluciones tecnológicas para la producción y reproducción personalizada, así como las modificaciones correspondientes en el acceso a los bienes culturales ampliaron dicho contorno, de manera que se fueron difuminando las fronteras entre qué es cultura y qué es ocio o entretenimiento. A su vez, los estilos de vida se abrieron a nuevas actividades durante el tiempo libre.

La investigación mediante encuesta sobre cómo se transformaron estas fronteras ha avanzado mucho en los últimos años. Recientemente, en 2021, un equipo de investigadores ha lanzado una encuesta en nueve países europeos, con la finalidad de captar las influencias nacionales en la visión de la población general sobre la cultura (Purhonen *et al.*, 2023). Ahora, se puede conocer también qué opina la población española merced al Estudio CIS 3476 (2024).

En esta encuesta, se ha solicitado a las personas entrevistadas una clasificación de un repertorio de once actividades en función de si las consideran principalmente culturales, de ocio o ambas cosas a la vez. El gráfico 86.1 ofrece los resultados obtenidos.

GRÁFICO 86.1. *Actividades según su identificación por la población encuestada (2024)*



Fuente: Estudio CIS 3476 (2024).

Solo una actividad, visitar un museo o una exposición, registra un porcentaje de población del 50 % que la considera principalmente cultural. En cambio, en la práctica de la lectura de libros, el porcentaje que considera que es tanto una práctica cultural como de ocio llega al 51,6 % y en asistir a un concierto de música clásica quienes la clasifican como ambas cosas a la vez (44,6 %) también superan a quienes la entienden como principalmente

cultural (38,8 %). Para finalizar, en cuanto a la asistencia al teatro, solo un 32,5 % la identifica como principalmente cultural.

La percepción o imagen social de un canon de legitimidad se ha desvanecido en las últimas décadas y solo ha quedado una práctica, que se halla muy extendida en la era del turismo cultural, como epítome de cultura.

En contraste, hay tres actividades que son consideradas, sobre todo, de ocio: ver la televisión, 69,6 %; ir a un concierto de música actual, 57,3 %, e ir al cine, 46,8 %. En las restantes actividades, los porcentajes de población que las clasifican como indistintas son los mayoritarios.

Los resultados obtenidos muestran una difuminación general de las fronteras entre cultura y entretenimiento, en ambas direcciones. Así, en el Estudio CIS 3217 (2018), se observa que un 32 % de la población identifica los viajes de ocio como cultura. El carácter borroso de las lindes ha reducido la visión normativa, no solo por la constante ampliación de la oferta de bienes y servicios culturales, sino también por la modificación de los currículums escolares y de los estilos de vida de las personas, que ahora ocupan su tiempo libre con una amplia gama de actividades. Mediante ellas, no solo se produce una estetización de las dimensiones más simbólicas y expresivas, sino también de muchas otras que contribuyen a conformar nuevas prácticas culturales en un sentido más amplio. Entre estas, se hallan la creciente importancia de salir de viaje, de vacaciones y de practicar turismo experiencial, la vinculación de la actividad deportiva a la salud y la estética, la experimentación gastronómica tanto desde la perspectiva de la diversidad como desde la asunción de una dieta específica, la vinculación entre bienestar emocional y estética corporal, la participación en fiestas locales como forma de cultivo de la identidad común, la acogida hogareña de animales de compañía y una nueva visión de la naturaleza, la conversión a un imperativo de autorrealización mediante lecturas, cursos y talleres, etc. Los propios centros culturales y los museos programan actividades, más allá de la virtualización de colecciones y experiencias inmersivas, que mezclan deliberadamente arte y entretenimiento y utilizan herramientas de mediación, difusión y educación cultural. A su vez, al estudiar los estilos de vida, por ejemplo, los anuarios de AIMC incluyen desde el senderismo (11,9 %), pasando por las prácticas de voluntariado (22,5 %) y los juegos de azar (un 23,2 % juega a la lotería), hasta la posesión de animales domésticos (38,3 % de los hogares en 2024).

86.1.2. La importancia personal de la cultura

La tabla 86.1 proporciona datos del periodo 2009-2024 sobre la importancia que la cultura tiene personalmente para cada entrevistado. En consonancia con lo visto en el gráfico 86.1, el patrimonio cultural, junto con la música y la lectura, conforman las actividades que suscitan un mayor interés; la música es la práctica que obtiene el máximo porcentaje en la categoría de mucho interés. En la presentación, se han sumado las respuestas a las categorías mucho y bastante interés.

Tabla 86.1. *Evolución del interés personal por la cultura (2009-2024). Suma de mucho y bastante (%)*

	2009	*2014*	*2016*	*2024*
Música	70,5	73,4	74,6	86,7
Patrimonio cultural	_	_	_	81,6
Lectura	44,2	61,7	61,6	78,8
Ciencia	_	_	_	78,0
Deporte	_	_	_	70,6
Cine	59,9	67,7	65,4	68,4
Teatro	35,0	39,6	39,0	49,7
Arte (pintura, fotografía)	43,0	40,1	40,6	_
Danza	22,3	24,3	26,6	28,4

Nota: En la encuesta de 2009 no se incluían ítems como la ciencia, el patrimonio cultural o el deporte; en cambio, en 2024, no se ha incluido el arte.

Fuente: Estudios CIS 2806, 3047, 3149 y 3476.

Los porcentajes de interés por la ciencia, el deporte y el cine también son muy elevados; el teatro roza el 50 % y la danza se va aproximando al 30 %.

86.2. El acceso a la cultura

La participación cultural –visión sociológica– o la demanda cultural –perspectiva económica– dependen de una serie de factores que crean las condiciones de posibilidad para que las personas accedan a los bienes y servicios culturales disponibles en una sociedad. Estos, en la sociedad contemporánea, son esencialmente el tiempo libre, es decir, el tiempo disponible una vez realizadas las actividades básicas para la subsistencia y comprometidas para el trabajo, las características sociodemográficas de la población (en un país y un momento determinado hay un número de personas con una edad, un sexo/género, un lugar de nacimiento y de residencia, un grado de autonomía personal, etc.), el nivel educativo (las disposiciones, competencias y habilidades de los sujetos), el factor financiero (la capacidad de gasto de las administraciones y de los hogares) y, finalmente, la accesibilidad a equipamientos y dispositivos proveedores de bienes y servicios culturales, que tiene que ver tanto con la oferta real como con las regulaciones y disposiciones normativas.

Los análisis de correlación entre las prácticas culturales y las variables que representan estos factores suelen ser muy reveladores y útiles para comprender una sociedad. En esta ocasión, vamos a introducir el tema señalando cuatro aspectos: el uso y satisfacción con el tiempo libre, la valoración de la oferta, tanto general como de proximidad, el gasto de los hogares en dispositivos y servicios culturales y las barreras identificadas por las personas entrevistadas para ampliar y mejorar la participación cultural.

86.2.1. Uso y satisfacción con el tiempo libre

En diversos estudios del CIS, desde 2010 a 2024, se han venido incluyendo preguntas relativas al uso y satisfacción con el tiempo libre. También se ha investigado el tiempo libre en días laborables y festivos y las actividades que suelen realizarse en los periodos vacacionales que, en muchos casos, dependen del calendario escolar, con tres momentos importantes a lo largo del año como son la Navidad, la Semana Santa y Pascua y el verano y las fiestas mayores locales.

Veamos, en primer lugar, las actividades realizadas en el tiempo libre y después el grado de satisfacción que la población siente con la disponibilidad y distribución del mismo.

86.2.1.1. El uso del tiempo libre

Para conocer las actividades que la población encuestada realiza en el tiempo libre, acudimos a tres encuestas de los años 2015, 2017 y 2018. En ellas, no solo se pueden constatar los porcentajes de población que realizan las

Tabla 86.2. *Las actividades realizadas en el tiempo libre (2015-2018, %)*

	2015	*2017*	*2018*
Ir a dar una vuelta o paseo	71,3	71,8	66,8
Ver la televisión	70,0	68,9	65,3
Escuchar música	46,6	42,8	40,6
Leer libros, revistas, cómics	47,5	42,3	40,3
Navegar por Internet, redes sociales, chats, etc.	42,6	37,8	36,2
Salir al campo, ir de excursión	36,0	35,2	33,7
Hacer deporte	37,0	33,8	31,4
Oír la radio	36,4	30,7	30,8
Ir a bares y discotecas	29,3	22,6	26,2
Ir de compras	33,8	25,2	25,6
Ir al cine o el teatro	24,8	20,8	20,7
Hacer trabajos manuales	16,9	15,6	12,9
Acudir a un concierto o espectáculo musical	13,6	11,9	12,3
Jugar a algo	16,2	13,3	11,8
Estudiar	14,7	12,6	11,1
Acudir a un espectáculo deportivo	11,3	10,1	9,7
Ir a alguna asociación o club	10,7	10,4	9,0
N. C.	1,2	0,5	0,3

Fuente: Estudios CIS 3101, 3179 y 3217.

diferentes actividades ofrecidas en el cuestionario, sino también el tipo de socialidad que las caracteriza. Se pregunta si estas se realizan en solitario o en compañía y, en este caso, cuál es la compañía preferida: amigos, pareja o familiares. Esta segunda cuestión es muy relevante porque, con cierta frecuencia, los estudios de audiencias suelen adoptar la posición del individualismo metodológico ignorando que una de las características relevantes de muchas prácticas culturales es justo el cultivo del vínculo social y su funcionamiento grupal.

En las tres encuestas, se reproduce una misma estructura de distribución de los porcentajes, si bien se observa una ligera disminución de practicantes en casi todas las actividades de un año para otro.

La práctica más mencionada es ir a dar una vuelta o un paseo. En 2015, la realiza un 71,3 % de las personas entrevistadas y se reduce a 66,8 % en 2018. Una situación muy similar se produce con ver la televisión, siendo las dos actividades con porcentajes más elevados.

Leer libros o revistas, escuchar música y navegar por Internet se sitúan por encima del 35 % y por debajo del 50 % de practicantes. En tercer lugar, aparecen salir al campo de excursión, hacer deporte y escuchar la radio; por debajo de ellas, un amplio abanico, en el que la actividad con un porcentaje inferior de practicantes es ir a alguna asociación o club, en torno al 10 %.

Desde la perspectiva de la «socialidad subyacente», hay seis actividades que, de forma mayoritaria, son realizadas en solitario: leer libros, navegar por Internet, estudiar, escuchar la radio, escuchar música y realizar trabajos manuales. La «socialidad amical» se expresa en ir a bares y discotecas, jugar a algo, acudir a espectáculos deportivos y a conciertos y también en la realización de actividades deportivas. Por su parte, la «socialidad en pareja» obtiene los porcentajes más elevados en ir al cine o al teatro, en acudir a conciertos o espectáculos musicales, en ir de paseo, en salir al campo y en ir de compras.

En algunas actividades, especialmente en ver la televisión, se distribuyen los porcentajes entre distintas formas de socialidad, un hecho que, en gran medida, es dependiente de la composición de los hogares.

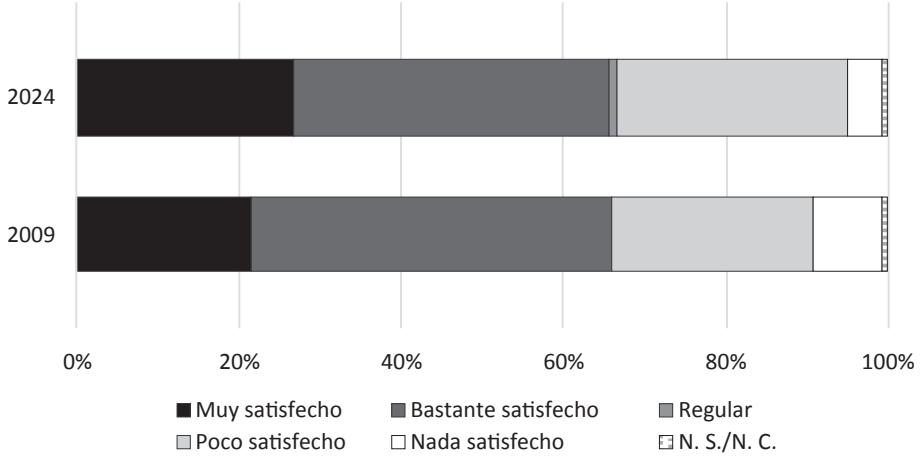
86.2.1.2. La satisfacción con el tiempo libre disponible

Desde 2010, el CIS ha indagado de diversas maneras el grado de satisfacción de la población con diversos aspectos de la vida personal, entre los cuales se encuentra el tiempo libre. En una escala de satisfacción de 0 a 10, la media comenzó en 6,87 en 2010, se situó por encima de siete hasta 2017 (7,09) y cayó a 6,71 en 2018. No obstante, en ese año, la suma de las personas satisfechas (que puntuaron entre 6 y 10) alcanzó el 72 %.

En otras ocasiones (2009 y 2024), la pregunta sobre el tiempo libre se ha realizado de manera separada y con cuatro niveles de satisfacción (nada, poco, bastante y muy satisfecho), de modo que deja a las personas encuestadas que expresen, si así lo estiman, una opción intermedia («regular»). Los resultados se ofrecen en el gráfico 86.2. Al sumar las respuestas de las

categorías muy satisfecho y bastante satisfecho, se puede concluir que no se ha producido un cambio significativo en la valoración entre 2009 y 2024 y que la mayoría de las personas se siente satisfecha con su tiempo libre.

Gráfico 86.2. *Satisfacción con el tiempo libre (2009-2024, %)*



Fuente: Estudios CIS 2806 y 3476.

Ha cambiado, eso sí, la intensidad de la satisfacción, dado que se ha producido un incremento de cinco puntos en la respuesta «muy satisfecho» y un descenso de cuatro puntos en la de quienes responden «nada satisfecho».

Al mismo tiempo, un 28,5 % se considera «poco satisfecho» en 2024. De hecho, en el Estudio CIS 3149 (2016), mientras el 82,6 % afirmaba que se sentía satisfecho con el tiempo que tenía en cualquier día laborable para ver la televisión y el 62 % con el tiempo disponible para navegar por Internet o para escuchar música, se pudo constatar que un 40 % señalaba que le gustaría disponer de más tiempo para asistir a actos culturales.

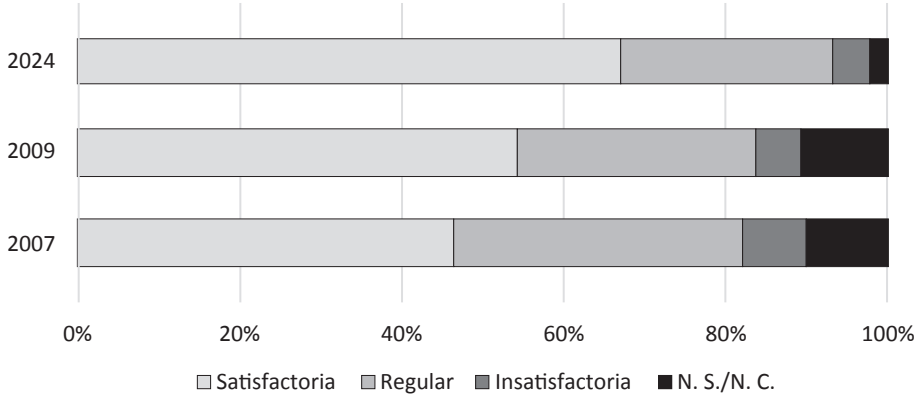
86.2.2. La valoración de la oferta cultural

En la sociedad contemporánea, existen diversos proveedores de bienes y servicios culturales. Los hay públicos y privados, pero también del tercer sector no lucrativo. La digitalización ha transformado radicalmente los equilibrios entre los distintos sectores y proveedores, potenciando de forma extraordinaria las oportunidades del mercado y de las conocidas como industrias culturales. No obstante, en el campo del patrimonio, de las artes en vivo y en directo y en las prácticas *amateurs* o de aficionado, las provisiones del Estado y del sector no lucrativo tienen un papel relevante y un carácter local o de proximidad.

Los datos correspondientes a los Estudios CIS 2681, 2806 y 3476 indagan sobre la valoración que merece tanto la oferta cultural en general en España como la oferta disponible en el entorno próximo de residencia, sea un barrio urbano o un pueblo rural. En los gráficos 86.3 y 86.4, se presentan los resultados agrupando los datos en tres valoraciones: satisfactoria, regular e insatisfactoria.

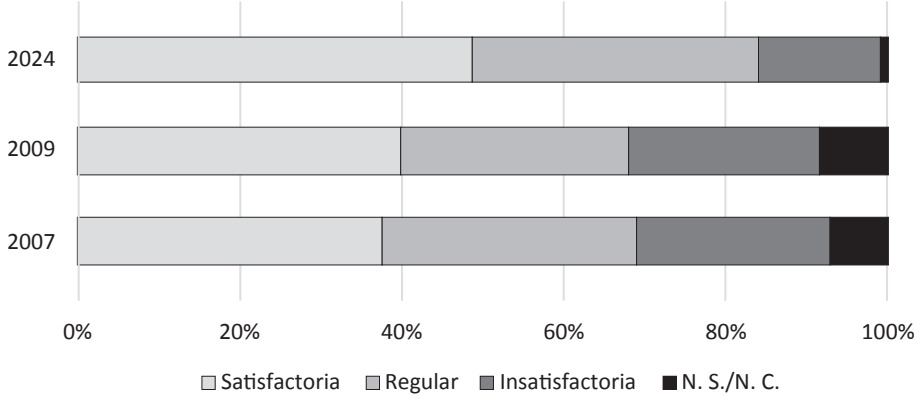
La valoración de la oferta disponible en España ha mejorado notablemente, pues, si en 2007 un 46,5 % la consideraba satisfactoria, en 2024 ha pasado a considerarla así un 66,9 %. Ello se debe a que se ha reducido tanto el porcentaje de quienes la consideran regular como de quienes entienden que es insatisfactoria. También hay que señalar que se ha reducido drásticamente el porcentaje de quienes no saben o no contestan, que podemos interpretar como un signo de que ha crecido la experiencia cultural en general de la población.

Gráfico 86.3. *Valoración de la oferta cultural en España (2007-2024, %)*



Fuente: Estudios CIS 2681, 2806 y 3476.

Gráfico 86.4. *Valoración de la oferta cultural de proximidad (2007-2024, %)*



Fuente: Estudios CIS 2681, 2806 y 3476.

También la oferta local ha mejorado su valoración en estos años, pero con porcentajes inferiores, que ni siquiera en 2024 han superado el 50 %. Ciertamente, el porcentaje de valoraciones satisfactorias ha crecido diez puntos porcentuales y ha alcanzado ya el 48 %, pero también han crecido las respuestas que la consideran regular, que han llegado a un 35 %.

Hay una reducción significativa de las opiniones relativas al carácter malo o muy malo de la oferta y también del porcentaje de personas que se situaron en el «no sabe o no contesta». La oferta de proximidad, sea en barrios urbanos o en localidades del mundo rural, tiene todavía por delante mucho camino para mejorar.

86.2.3. Los equipamientos culturales de los hogares

La gran transformación en la participación cultural de la sociedad contemporánea tiene que ver con la revolución en los regímenes de comunicación y el incremento constante de la oferta de bienes y servicios culturales.

En primer lugar, se puede hablar de la rápida reducción de los medios de comunicación que tienen su soporte en papel y que van desde la prensa periódica y revistas hasta los libros de bolsillo y las enciclopedias; en segundo lugar, de la televisión y la radio, que experimentan sucesivas transformaciones en los aparatos de recepción y en la ampliación del número de cadenas ofertadas, y, en tercer lugar, de la evolución hacia una sociedad digital, que transforma todos los dominios de la existencia y de la vida social.

Se dispone de información estadística desde 1968, cuando el INE realizó la primera Encuesta de Equipamiento y Nivel Cultural de las Familias. De acuerdo con ella, en ese momento, un 76 % de los hogares contaba con aparato de radio, un 38 % de televisión, un 19 % poseía teléfono fijo y un 8 %, tocadiscos. Diez años después, el recién creado Ministerio de Cultura efectuó la primera Encuesta de Demanda Cultural, según la cual la televisión se hallaba en torno a un 64 % de los hogares, mientras que descendía la presencia de la radio, un 55 % de las viviendas tenía libros, un 34 % contaba con discos y un 10 % poseía instrumentos musicales.

En los años que nos separan de aquellas primeras encuestas, los equipamientos culturales de las familias, de los hogares y de las personas, han mutado radicalmente hasta el punto de que el teléfono móvil o *smartphone* se ha convertido en el artefacto que mejor representa la situación actual.

Los grandes cambios experimentados por oleadas sucesivas de equipos y dispositivos tanto analógicos como digitales han tornado enormemente compleja la tarea de radiografiar de forma adecuada la distribución de dichos equipamientos en el tiempo. Por ello, vamos a acudir a dos fuentes principales: las Encuestas de Hábitos y Prácticas Culturales del Ministerio de Cultura que se inician con regularidad en 2002 y llegan hasta 2022 y las que, desde 2006, proporciona el INE: Encuesta sobre Equipamiento y Uso

de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, cuya entrega última es de junio de 2024. La tabla 86.3 recoge los datos de esta última, mientras que la 86.4 se ocupa de los datos proporcionados por el Ministerio de Cultura.

De 2006 a 2024, los ordenadores han pasado de hallarse presentes en un 60 % de los hogares a un 83 %, con un crecimiento de veintitrés puntos. En un 77,6 % hay también ordenadores de sobremesa.

Las progresiones más espectaculares de los últimos quince años son el acceso a Internet y la conexión de banda ancha que han pasado del 38 % y 28,5 %, respectivamente, al 96,8 %, es decir, a tener cobertura universal. Además, un 11 % de los hogares se conecta ya de manera exclusiva mediante telefonía móvil.

TABLA 86.3. *Los equipamientos de información y comunicación de los hogares (2006-2024, %)*

	2006	*2010*	*2020*	*2024*
Teléfono móvil	87,2	94,2	99,5	99,5
Acceso a Internet	38,0	57,8	95,4	96,8
Conexión de banda ancha	28,5	56,1	95,3	96,8
Ordenadores de cualquier tipo	55,9	67,4	81,4	83,0
Ordenador de sobremesa	-	-	76,2	77,6
Teléfono fijo	82,8	79,8	71,1	53,9
Conexión de banda ancha móvil	-	-	-	11,1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2006-2024), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

De especial interés resulta la comparación entre la evolución del teléfono fijo y el móvil, al entender, además, que, en este caso, se ha producido una transición hacia teléfonos inteligentes multifuncionales.

La tabla 86.4 reúne tanto datos sobre bienes más tradicionales como los libros y datos sobre servicios recientes como el almacenamiento de datos y archivos en la nube. En vez de poner nuestra atención solo en los porcentajes relativos a la presencia en los hogares, vamos a señalar en qué medida su tendencia es ascendente o descendente.

El aparato de televisión sigue ocupando un lugar predominante y central en el hogar, si bien se ha transformado tanto física como funcionalmente. Han aparecido las pantallas grandes equipadas para generar una mejor experiencia audiovisual y mayor acceso a una gran variedad de cadenas y contenidos y, sobre todo, la rápida difusión de la *Smart TV* conectable, que, según la estadística del EGM, se halla presente ya en el 69,4 % de los hogares y cuya implantación se ha producido en menos de diez años.

Desciende la presencia de libros, aparatos de radio, consolas de videojuegos, instrumentos musicales, soportes de música y cámaras de fotos. Aunque estos descensos sean lentos en algunos casos, la tendencia es significativa y ciertos dispositivos pueden experimentar caídas bruscas, alcanzando cierto punto de cambio social. Ahora bien, este descenso no es tanto por el abandono de las utilidades que prestaban, sino por su omnipresencia de funciones en equipamientos conectados a Internet.

Tabla 86.4. *Evolución de los equipamientos de los hogares (% de personas encuestadas que poseen los bienes de referencia, 2015-2022)*

	2015	*2019*	*2022*
Televisión	99,3	98,3	99,1
Dispositivos que permiten escuchar música	97,0	94,9	96,8
Equipo para hacer fotografía y vídeo	87,6	91,2	92,1
Libros	93,2	91,2	88,5
Radio	88,9	78,1	75,9
Lector de libros digitales	28,3	41,4	34,9
Consola de videojuegos	38,1	35,0	32,1
Instrumentos musicales	37,1	34,2	30,9
Discos de vinilo	26,1	16,6	28,3
Libros en formato digital	23,8	21,9	28,1
Soportes de música en hogar	81,8	73,3	64,0
Suscripción a plataformas digitales		52,2	59,4
Plataformas de películas o series		38,9	52,8
Cámara de fotos	62,2	52,2	47,5
Disco duro externo		38,1	38,6
Almacenamiento de ficheros en la nube		31,8	36,2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2015, 2019 y 2022), Encuestas de Hábitos y Prácticas Culturales.

En contraste con estos descensos, se constata la aparición, lenta en algunos casos, como los libros digitales, y rápida en otros, como la suscripción a plataformas de contenidos digitales, sea de música, de películas y de series. Descensos y ascensos de la tabla 86.4 reflejan la transición del dispositivo monofuncional al multifuncional y, en consecuencia, a la capacitación para las suscripciones a los servicios de contenidos. Deja de tener interés el almacenamiento de contenidos en casa, incluso en discos duros externos y frente a la descarga crece el *streaming* y se atisba la creciente importancia, en determinados sectores, del almacenamiento en la nube.

Más adelante, se proporcionan datos sobre las plataformas que ofrecen distintos tipos de contenidos digitales: canciones, películas, documentales, pódcast, juegos, etc.

En resumen, el equipamiento cultural de la mayoría de los hogares españoles ha roto con su tradicional atraso y se halla en los mismos niveles que proporcionan los hogares europeos para las actividades de acceso a la información, la comunicación y la organización digital en el tiempo de ocio.

86.2.4. El gasto de los hogares en cultura

Una manera incompleta, pero útil, de aproximarnos a los recursos económicos destinados a la cultura consiste en estudiar el gasto cultural de los hogares españoles y su distribución por determinadas partidas. Se dispone de datos desde el año 2000, reunidos en los anuarios estadísticos del Ministerio de Cultura, hasta 2023. En la tabla 86.5, se ofrecen los datos de 2016 a 2023.

En trabajos anteriores (Ariño, 2015; Ariño y Llopis, 2017), quedaron registrados un crecimiento constante de los gastos de los hogares y por persona hasta 2007-2008 y una caída abrupta vinculada a la gran crisis financiera y económica. Al observar el porcentaje que representa este gasto cultural en el conjunto del gasto de las familias, se puede concluir que, desde entonces, no ha dejado de descender. Si representaba un 3,2 % en 2012, llegó a ser de un 2,6 % en 2015 y ha seguido reduciéndose hasta ocupar un 1,8 % en 2023.

Otro indicador significativo de esta tendencia se halla en la evolución del gasto medio por persona que era de 352 euros en 2006 y llegó a ser de 372 euros en 2007, pero ha caído hasta 235,5 euros por persona en 2023, con un suelo en 2020 de 223,6 euros.

En la tabla 86.5, se ofrecen los datos para el periodo 2016-2022, porque el Ministerio de Cultura ha modificado el agrupamiento por partidas para atender mejor las singularidades del proceso de digitalización de la vida social y de la cultura.

Los anuarios de este periodo diferencian cuatro grandes partidas de gasto: los libros y publicaciones periódicas, los servicios culturales (que incluyen asistencia a espectáculos, visita a monumentos, etc.), los soportes, equipos y accesorios audiovisuales (donde se incorpora el tratamiento de la información, entre otras partidas como compra de instrumentos musicales) y telefonía móvil y servicios relacionados con Internet, que se desagrega en dos partidas de similar cuantía (equipos de teléfonos móviles y servicios de móviles y relacionados con Internet).

La partida de adquisición de libros y publicaciones periódicas sigue una dinámica descendente, que afecta tanto a las subpartidas de novelas y libros infantiles como a la de publicaciones periódicas. Estas últimas han caído por debajo de la mitad en dicho periodo.

Los gastos destinados a servicios culturales que seguían una pauta de suave crecimiento caen abruptamente en 2020 como consecuencia del largo confinamiento y no han logrado recuperar niveles previos a la pandemia. Esta caída es especialmente pronunciada en asistencia a espectáculos, que se

Tabla 86.5. *Gasto de los hogares en cultura (millones de euros)*

	2016	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*	*2023*
Gasto total en bienes y servicios culturales	14 099,4	13 298,4	12 714,3	12 541,5	10 484,9	10 773,5	11 356,2	11 306,9
Gasto cultural en % del gasto total	2,7	2,5	2,3	2,2	2,1	2,0	1,9	1,8
Libros y publicaciones periódicas	3129,7	2678,9	2520,2	2351,9	2160,9	2124,1	2251,0	2002,3
Libros infantiles y novelas	960,6	864,5	838,5	806,1	791,4	828,3	953,5	790,3
Publicaciones periódicas	849,5	733,6	650,7	585,1	512,0	501,4	403,5	379,1
Servicios culturales	2293,6	2542,4	2522,8	2796,3	960,5	1362,4	1968,2	2461,7
Espectáculos (cine, teatro y otros)	1751,8	1678,6	1625,1	1993,2	495,5	715,4	1183,8	1556,90
Museos, bibliotecas, parques y similares	175,6	301,6	260,2	266,2	112,6	217,8	241,9	291,1
Soportes, equipos y accesorios audiovisuales	1924,4	3183,9	3144,4	3155,6	3541,4	3707,1	3469,1	3222,4
Equipos y accesorios audiovisuales	1383,4	1354,4	1334,0	1370,9	1184,9	1242,1	1250,1	1197,1
Instrumentos musicales	115,2	116,0	124,6	138,6	157,9	134,6	123,5	118,5
Tratamiento de la información	1281,8	1269,9	1232,8	1203,4	1681,7	1807,3	1544,4	1379
Telefonía móvil y servicios relacionados con Internet	5200,9	4884,2	4557,2	4147,8	3822,1	3579,9	3667,8	3620,6
Equipos de telefonía móvil	1444,5	1562,5	1702,7	1681,5	1620,0	1597,7	1798,0	1835
Servicios de móviles y relacionados con Internet	3756,4	3321,7	2854,5	2466,3	2202,1	1982,2	1869,8	17 856
Gasto medio por persona (en euros)	306,7	288,6	274,6	266,9	223,6	230,0	241,5	235,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura, Anuario de Estadísticas culturales.

reduce a 495 millones de euros, pero también en salida a museos. En definitiva, el confinamiento afectó a cualquiera de las actividades externas al hogar.

Las dos partidas siguientes se hallan relacionadas con la revolución digital y todas sus implicaciones. En la primera, se incluyen grandes subpartidas como los equipos y accesorios audiovisuales y los equipos de tratamiento de

la información; otras de volumen medio como el soporte de imagen, sonido y datos, y las más pequeñas, que son la adquisición de instrumentos musicales y de equipos fotográficos y cinematográficos. Esta partida no ha dejado de crecer, con un pico máximo precisamente en 2020 y 2021 y un ligero descenso en los dos años posteriores. Dentro de ella, el subapartado Tratamiento de la información manifiesta la misma dinámica de aceleración vinculada al COVID-19 y un suave retroceso en 2022 y 2023.

En cuanto a la última partida, la dedicada a telefonía móvil y servicios relacionados con Internet suponía 5200 millones en 2015 y se ha reducido a 3620 millones en 2023. Su dinámica es decreciente en cuanto a los servicios relacionados con Internet, mientras que los servicios de telefonía móvil no dejan de crecer.

Estos datos también confirman la tendencia de sustitución de determinados dispositivos por los servicios de contenidos y la consiguiente accesibilidad a ellos desde diversos aparatos: ordenadores, tabletas, televisores y, sobre todo, el móvil.

86.2.5. Las barreras de acceso a la cultura

En el Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida, una pregunta se ocupa del estudio de las barreras en el acceso a la cultura; ofrece ocho opciones que van desde la falta de interés hasta los problemas de salud. Hemos seleccionado aquellas que obtienen porcentajes superiores al 10 % y que son las cinco representadas en el gráfico 86.5.

El problema que señala un mayor número de personas encuestadas es el precio (22 %), seguido de la falta de tiempo (18,7 %), la falta de información (16,8 %) y la escasez o ausencia de oferta local (14,9 %). La falta de interés obtiene un 13,1 % de respuestas.

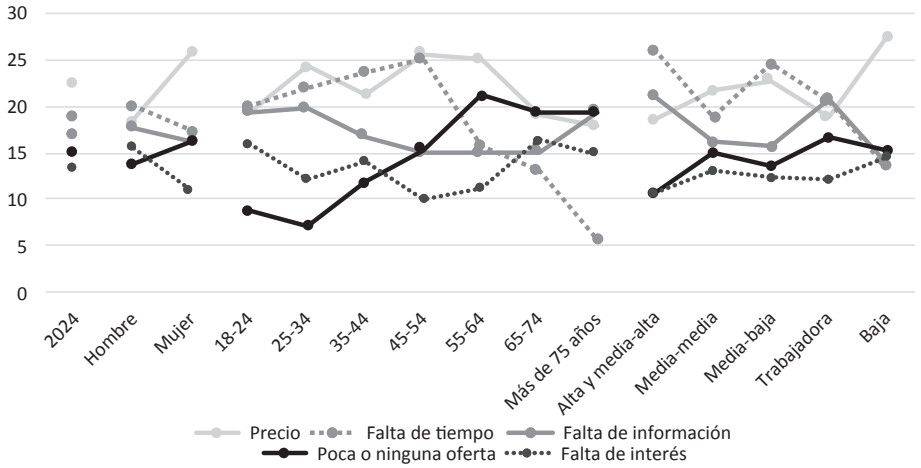
Las mujeres señalan en mayor número el precio, la poca oferta y los problemas de salud, mientras que los porcentajes masculinos destacan en la falta de interés, la ausencia de información y la carencia de tiempo.

Desde la perspectiva de la edad, se da un contraste muy marcado entre falta de tiempo donde, como cabía esperar, quienes señalan esta barrera en un porcentaje mucho menor que el resto son las personas de cincuenta y cinco y más años, y la escasez de la oferta donde ponen el énfasis precisamente las cohortes adultas y de edad avanzada, lo que señala de forma indirecta la concentración de la oferta en el público juvenil.

Entre el precio y la falta de interés existe una oposición completa, de manera que las cohortes más preocupadas por el primero, son también las que muestran porcentajes menores en la segunda y viceversa.

En cuanto a la variable clase social subjetiva, las clases alta y media-alta señalan en porcentajes más elevados la escasez de tiempo y la falta de información; también las clases medias se quejan de la falta de tiempo, mientras

Gráfico 86.5. *Las barreras para acceder a la cultura y el perfil sociodemográfico (2024, %)*



Fuente: Estudio CIS 3476.

que la clase baja destaca sobremanera a la hora de marcar el precio como la barrera principal con que se encuentran para mejorar su participación.

86.3. Las tendencias en participación cultural

En este apartado, se utiliza un conjunto de datos sobre la participación cultural (tanto sobre la oferta como la demanda) que muestran: a) el incremento constante del porcentaje de personas que realizan, con mayor o menor frecuencia, las actividades registradas en las encuestas; b) la incidencia de la crisis económica tanto en la oferta como en la demanda cultural, y c) la emergencia de la revolución digital y su penetración en ámbitos cada vez más diversos de los dominios culturales. La relevancia de este tercer aspecto permite afirmar que toda práctica cultural está mediada digitalmente, de forma directa o indirecta, tanto en el proceso previo como durante y después de su realización. La mediación digital ha alcanzado el nivel que en su momento tuvieron las otras mediaciones, sea la oral, la letrada y la audiovisual.

86.3.1. Una perspectiva general sobre la evolución de las prácticas

En la tabla 86.6, se presenta una evolución sintética de un abanico de prácticas entre 1978 y 2021-2022. Los datos de esta última oleada quiebran, de manera general, salvo en un punto, las tendencias precedentes. Este hecho es consecuencia de que el trabajo de campo se realizó durante el año 2021, cuando todavía estaban muy presentes los efectos del COVID-19. Esta quiebra se puede entender como un efecto coyuntural; sin embargo, dado el estímulo

positivo que el confinamiento supuso para la digitalización de hogares y prácticas, tuvo y sigue teniendo un alcance más general, como puede verse, por ejemplo, en el caso de la visión de películas y series. El retorno a la normalidad, al contrario que en otras prácticas, como los conciertos de música en directo, no ha impulsado un regreso a las salas de cine, sino una reducción considerable de las entradas vendidas.

La tabla 86.6 selecciona, del conjunto de información disponible, dos indicadores que pueden ser comparados con fiabilidad, tanto por la claridad de la respuesta que requieren como por su estabilidad en los cuestionarios del periodo. El primero tiene que ver con el porcentaje de personas que afirma que nunca o casi nunca ha realizado la práctica de referencia; el segundo, con el

TABLA 86.6. *La evolución de las prácticas culturales entre 1978 y 2022 (%)*

	1978		*2003*		*2011*		*2018*		*2022*		
	Nunca	*Frecuencia alta*	*Nunca*	*Frecuencia alta*	*Nunca*	*Frecuencia alta*	*Nunca*	*Frecuencia alta*	*Nunca*	*Frecuencia alta*	*Periodicidad*
Acudir o acceder a bibliotecas	92,5	5,1	75,2	13,1	60,7	15,4	47,3	19,7	46,1	12,6	trimestral
Lectura de libros	63,6	18,0	50,9	22,4	24,9	35,7	16,6	36,4	15,6	32,9	semanal
Lectura de periódicos (prensa diaria de información general)	35,0	33,8	30,3	40,9	25,1	39,5	20,8	44,4	31,7	40,6	diaria
Visitar museos	79,7	15,5	62,7	27,4	33,6	30,6	22,9	40,5	20,3	20,1	último año
Ir al teatro	89,3	3,2	67,7	2,8	52,2	19,0	38,2	24,5	49,0	8,2	último año
Ir al cine	53,7	33,8	37,9	31,1	23,8	34,5	15,8	40,2	15,9	18,4	trimestral
Escuchar la radio	44,2	39,7	21,4	59,6	22,0	63,7	23,8	64,0	31,8	51,9	diaria
Escuchar música	76,3	23,7	17,0	71,2	15,6	64,8	12,8	70,6	14,3	64,7	diaria
Ir conciertos música clásica			86,4	8,4	77,5	7,7	65,1	9,4	66,3	3,9	último año
Ir conciertos música actual			67,2	24,9	45,9	25,9	36,4	30,1	53,9	16,2	último año
Ver televisión	12,1	79,6	2,0	98,0	3,1	93,7	8,8	84,7	14,0	78,5	diaria
Ir a la ópera			93,9	2,7	85,6	2,6	78,5	3,3	84,4	1,0	último año
Ir a zarzuela			94,1	2,4	87,6	1,6	83,5	1,5	87,9	0,4	último año
Danza			91,3	4,6	77,8	6,1	68,2	8,0	80,4	1,7	último año
Usar ordenador			68,7	28,3	42,4	45,8	31,7	50,4	38,9	43,6	diaria
Acceso a Internet			77,3	19,6	44,2	43,6	23,1	68,5	16,3	75,7	diaria
Clubes de lectura o escritura							95,9	4,1	98,7	1,3	participan
Hacer deporte							50,2	28,3	49,9	22,8	diaria
Formación complementaria							94,6	5,4	95,0	5,0	participan
Asistir a espectáculos taurinos					90,5	9,5	92,0	8,0	98,9	1,9	último año

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura, Encuesta de Demanda Cultural en España (1978) y Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (desde 2000 hasta la actualidad).

porcentaje de aquellos que mantienen las frecuencias más altas, según lo que habitualmente se supone que es característico de la práctica en cuestión. Así, se supone que en el caso de la lectura de prensa diaria de información general la máxima frecuencia se da en quienes lo hacen a diario, mientras que en la visita a museos se selecciona a quienes dicen haberlo hecho en los doce meses que anteceden a la realización de la encuesta. En la última columna de la tabla 86.6, se indica justamente la periodicidad seleccionada.

Los datos sobre la evolución de las prácticas hasta 2018-2019 son bastante elocuentes: en todas las encuestas se ha producido una disminución de los porcentajes referidos a la categoría de los que *nunca* realizan la práctica de referencia con dos salvedades significativas: escuchar la radio y ver la televisión. Este hecho muestra que el porcentaje de población que, con menor o mayor frecuencia, ha realizado la práctica de referencia no ha dejado de crecer en todos estos años. La exposición de la población a las prácticas culturales va aumentando a lo largo del tiempo. Sin embargo, el confinamiento del COVID-19 supuso una interrupción temporal y brusca de dicha tendencia.

Esta quiebra sucede también con los datos relativos a las frecuencias altas, con la única salvedad de la conexión diaria a Internet que pasa de un 68,5 % a un 75,7 %. La caída se produce incluso en la audiencia de televisión y la escucha de música, cuyos resultados podrían parecer paradójicos.

Con la finalidad de aportar datos más actuales, se ofrecen los del Estudio CIS 3476 (2024). No pueden ser utilizados para una comparación estricta, pero permiten afirmar que la intensidad de la participación cultural se ha incrementado.

La pregunta correspondiente estudia la frecuencia con la que se ha realizado una actividad en los últimos doce meses. Si se organizan las respuestas en orden descendente a partir de quienes han ido más de cinco veces en los

Tabla 86.7. *Frecuencia de realización de determinadas prácticas (2024, %)*

	Nunca	*1 o 2 veces*	*De 3 a 5 veces*	*Más de 5 veces*	*N. S./N. C.*
Ver una serie	12,6	16,0	17,5	53,6	0,3
Ver o escuchar un programa cultural (*podcast*, TV o radio)	11,8	15,0	20,0	52,6	0,6
Visitar monumentos	17,1	19,3	24,7	38,3	0,0
Ir al cine	28,6	22,7	19,4	29,3	0,0
Ir a un evento deportivo	41,6	23,5	13,6	21,2	0,1
Jugar a videojuegos	62,9	11,2	5,7	20,2	0,1
Ir a concierto musical	40,4	30,7	17,5	11,4	0,0
Ir al teatro	47,3	31,1	13,8	7,8	0,0
Espectáculo de danza	58,1	27,4	8,2	6,2	0,1

Fuente: Estudio CIS 3476.

últimos meses o han hecho determinada actividad, se observa que la visión de series se ha convertido en la actividad más extendida (junto con ver o escuchar un programa cultural) y que presenta el porcentaje más elevado en alta frecuencia, con un 53,6 % que dice haberla practicado más de cinco veces en los últimos doce meses. También los programas culturales gozan de gran aprecio, entendiendo como tales la escucha de *podcast* y la audiencia o visión de programas en la radio y televisión.

En tercer lugar, y en línea con lo que hemos constatado desde el principio, se sitúa la visita a monumentos, con un 17,1 % que dice no haber realizado esta actividad nunca.

El porcentaje de los que en los últimos doce meses no han ido al cine es de un 28,6 %, más alto que las actividades citadas con anterioridad, pero notablemente bajo en relación con todas las restantes de la tabla. Por tanto, la asistencia a sala sigue siendo mayoritaria, pero las frecuencias más altas no son muy elevadas.

Dos de las restantes actividades se caracterizan porque tienen los porcentajes más elevados de ausencia de realización: jugar a videojuegos (62,9 %) o ir a espectáculos de danza (58,1 %). Además, la danza presenta el porcentaje más bajo, junto con el teatro, de asistencia frecuente.

86.3.2. La evolución asimétrica de los medios de comunicación

En el informe *Marco General de los Medios en España-2024*, AIMC proporciona información suficiente para trazar un panorama amplio y detallado sobre lo que ha sucedido con los medios de comunicación y entiende por tales diarios, revistas, suplementos, radio, televisión e Internet. Se trata, obviamente, de medios distintos tanto por su origen histórico como por los dispositivos de transmisión y, sobre todo, por su capacidad de adaptación al cambio en los distintos regímenes de comunicación. Las líneas que, en el gráfico 86.6, muestran las tendencias siguen tres pautas bien distintas: suavemente descendente (radio y TV), rápidamente ascendente (Internet) y relativamente estable (diarios). Ahora bien, como se verá, esta tercera sin más matizaciones, resultaría engañosa.

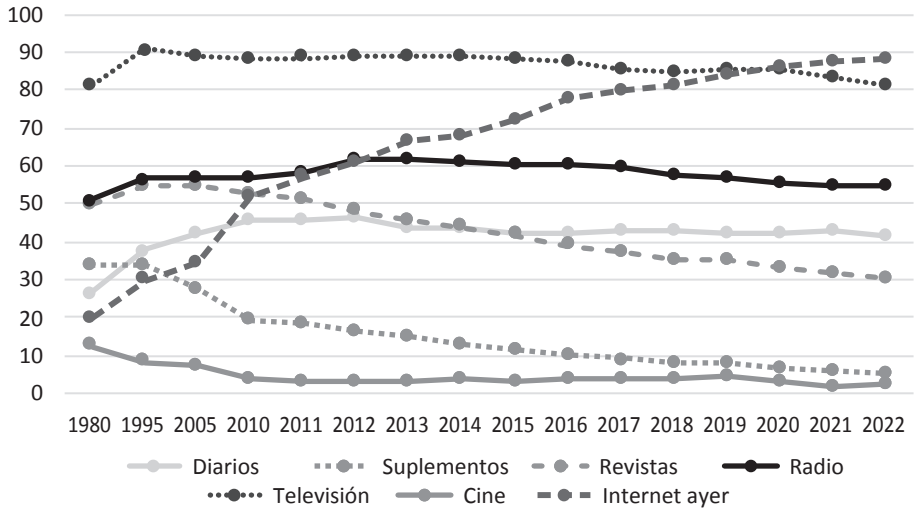
En el citado gráfico, se ofrecen los datos relativos a la audiencia general considerando la penetración de dichos medios en la sociedad española en las últimas décadas, si bien, se incluye un punto de referencia inicial en 1980, desde cuando hay datos disponibles, para tener una perspectiva histórica más dilatada y comprender mejor, de esta manera, en qué medida nos hallamos ante tendencias de larga duración.

Los dos medios de comunicación clásicos como la radio y la televisión se han mantenido hasta 2016 y se han transformado a fondo, pero desde ese año no dejan de caer, aunque siguen una pendiente muy suave. En 1980, la penetración de la televisión se situaba en el 81 % y ahora, en 2024, se encuentra en el mismo nivel, con una cierta desafección de las cohortes más jóvenes y

una intensidad de consumo de las cohortes de edad más avanzada. Algo similar cabe decir de la radio, si bien sus audiencias varían notablemente entre la transmisión generalista y la temática.

La navegación por Internet se está imponiendo sobre los medios clásicos y muy especialmente entre las cohortes más jóvenes, aproximándose a la cobertura universal.

Gráfico 86.6. *Evolución de la audiencia general de medios entre 1980 y 2024 (penetración, % horizontales)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC (2014 y 2024), Marco General.

En el caso de los medios cuyo soporte original fue el papel (diarios, suplementos y revistas), hay que señalar que los datos agregados esconden una migración hacia la difusión digital con desigual impacto. En el caso de las revistas y suplementos, que han caído notablemente durante el siglo actual, su presencia digital es inferior a la permanencia en papel. Sin embargo, los diarios que han mantenido su implantación por encima del 40 %, lo han hecho merced a su presencia digital. Así, en 2023, los diarios en papel tienen una difusión del 13,7 % mientras que las versiones digitales más los que han nacido desde el principio como tales han superado de forma amplia al soporte papel y han llegado al 32,1 % de penetración.

Sin embargo, las revistas y suplementos, que han perdido a la mayoría de los lectores que tuvieron a finales del siglo xx y comienzos del xxi, cuentan todavía con ediciones en papel (4,1 % frente a un 1,2 % para los suplementos y 26,0 % frente a un 13,2 % en las revistas) que superan claramente al formato digital.

La práctica de ir al cine no ha dejado de descender a lo largo del periodo y ha caído desde un 12,5 % en 1980 hasta un 1,6 % en 2021 y ha remontado

hasta el 6 % actual, pero compite con grandes dificultades con las series y películas vistas en *streaming* en el hogar.

86.3.3. El retroceso general de las artes escénicas

Vamos a realizar ahora una aproximación a la oferta y demanda de los espectáculos en vivo y en directo. Las series confeccionadas en las tablas siguientes permiten comprobar el gran impacto que produjo sobre ellas la crisis económica y el impacto puntual del confinamiento por el COVID-19 en 2020.

La tabla 86.8 reúne datos del número de funciones (conciertos) y de espectadores (en realidad, de entradas vendidas) para el periodo 2006-2023, tanto para las artes escénicas, en general, como, en particular, para el teatro, la danza y la ópera, así como para distintos tipos de conciertos de música: lírica, clásica, de cámara, sinfónica y popular.

Durante el periodo, se producen dos crisis, una económica y otra sanitaria, que afectan de forma decisiva a ambos aspectos estudiados: las funciones y el número de entradas vendidas.

El periodo experimenta un retroceso en todos los indicadores como consecuencia de la crisis económica hasta 2016, una ligera mejora en los tres años siguientes, una brusca caída en 2020 y un incremento en los tres últimos años (2021, 2022 y 2023), pero que deja los resultados muy lejos de los existentes en 2008, que sería el año en el que alcanzaron un máximo.

La crisis económica se hace notar claramente en el balance de 2009, pues todavía 2008 es el año, por ejemplo, con mayor número de representaciones de artes escénicas (74 723 en toda España) y de espectadores (con diecinueve millones y medio de entradas vendidas). Del mismo modo, sucede en los conciertos de música popular (138 613 y treinta y un millones de entradas vendidas). En otras formas musicales, el descenso se produjo ya en 2008 y continuó hasta tocar fondo entre 2013 y 2016, año a partir del cual se inicia una remontada lenta y progresiva hasta 2019. El confinamiento produce una caída abrupta en el número de funciones realizadas y, sobre todo, en el número de entradas vendidas y, en consecuencia, de espectadores, como puede constatarse en el gráfico 86.7.

Tras esta caída abrupta y puntual se produce una recuperación rápida, sin que las cifras de 2023 lleguen a alcanzar todavía el nivel de 2019 y mucho menos de 2006. Solo en el caso de la música popular, con el éxito de los macrofestivales y los conciertos de superestrellas, convertidos en celebraciones colectivas, la recuperación está retornando a cifras precedentes e incluso podría superarlas dada la creciente importancia de las giras de *celebrities* como Tylor Swift y otros astros de este tipo de música.

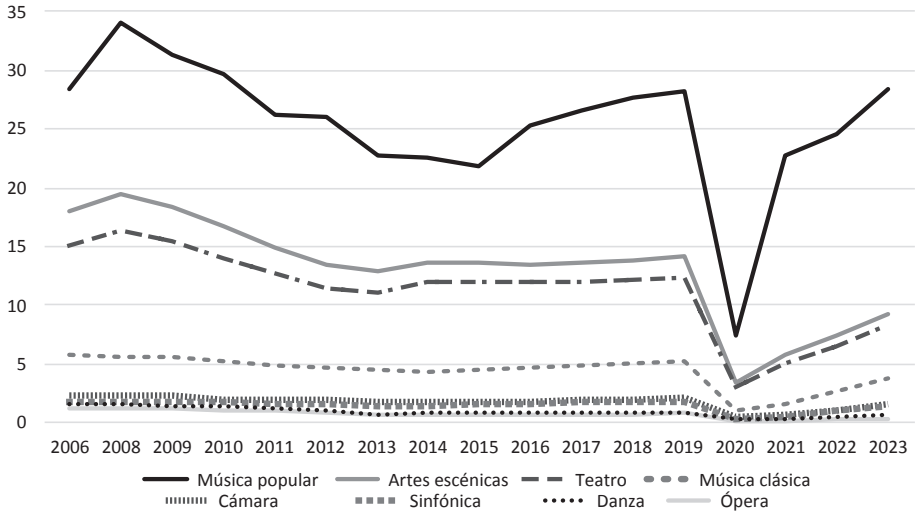
La incidencia que la acumulación de la crisis económica y la sanitaria han producido en el mercado de los espectáculos en vivo parece que no solo requerirá una reconstrucción, sino también una transformación del

Tabla 86.8. *Evolución de las artes escénicas (oferta y demanda) entre 2006 y 2023*

	2006	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*	*2023*
N.º de funciones artes escénicas (miles)	69 849	74 723	71 104	67 235	61 168	54 780	52 197	50 980	49 948	49 578	49 734	50 266	50 866	25 553	36 609	43 443	44 742
N.º espectadores en millones	17,96	19,5	18,3	16,8	14,86	13,4	12,85	13,68	13,57	13,52	13,62	13,88	14,14	3,43	5,72	7,43	9,35
N.º funciones teatrales	63 251	68 333	65 059	62 159	56 683	50 833	48 610	47 660	46 774	46 430	46 485	46 889	47 372	24 080	34 548	40 906	41 819
N.º espect. teatro en millones	15,12	16,4	15,5	13,95	12,7	11,53	11,16	12,08	12,05	12,0	12,04	12,23	12,44	3,11	5,14	6,57	8,28
N.º funciones danza	4740	4667	4325	3529	2886	2.633	2354	2158	2068	2027	2049	2110	2160	1094	1534	1815	1973
N.º espectadores danza en millones	1,63	1,6	1,47	1,33	1,18	1,06	0,75	0,91	0,86	0,85	0,87	0,9	0,93	0,23	0,4	0,5	0,67
N.º funciones de género lírico	1846	1718	1720	1547	1446	1314	1233	1162	1106	1121	1200	1264	1334	379	527	722	950
N.º espect. ópera en millones	1,19	1,27	1,2	1,08	0,99	0,8	0,74	0,70	0,66	0,67	0,70	0,74	0,78	0,09	0,17	0,24	0,39
N.º conciertos de música clásica	19 399	17 859	17 017	16 222	15 396	15 017	14 522	14 400	14 636	14 972	15 420	15 776	16 249	7472	10 370	12 614	14 983
N.º espect. clásica en millones	5,85	5,52	5,52	5,16	4,84	4,73	4,53	4,39	4,53	4,68	4,97	5,11	5,29	1,09	1,58	2,73	3,75
N.º conciertos de música sinfónica	2132	2284	2272	2253	2144	2105	2041	2132	2285	2443	2594	2697	2837	1321	1833	2280	2725
N.º espect. sinfónica en millones	1,71	1,82	1,74	1,75	1,6	1,56	1,47	1,44	1,53	1,61	1,72	1,79	1,86	0,38	0,55	0,96	1,32
N.º conciertos música de cámara	10 583	9386	8717	8143	7901	7790	7499	7350	7475	7574	7753	7921	8090	3858	5360	6414	7630
N.º espectadores (millones)	2,37	2.28	2.29	1.98	1,91	1,89	1,83	1,78	1,82	1,86	1,99	2,04	2,1	0,45	0,65	1,1	1,51
Conciertos música popular	130 656	138 613	130 346	126 907	121 722	116 446	103 208	94 589	90 212	88 259	87 924	89 440	91 106	46 206	64 682	97 948	110 192
N.º espect. música popular en millones	28,34	34,1	31,3	29,7	26,3	26,12	22,83	22,53	21,79	25,36	26,6	27,75	28,27	7,38	22,77	24,62	28,34

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Fundación Autor, Anuarios.

GRÁFICO 86.7. *Evolución del número de entradas vendidas 2006-2023 (en millones)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Fundación Autor, Anuarios.

sector para hacer frente a la competencia creciente de otras manifestaciones de la cultura digital, que circulan por las plataformas.

86.3.4. El impacto de la transición digital en la escucha de música y en el cine

86.3.4.1. La música

La escucha de música grabada, conectada y bajo demanda se ha convertido en la actividad realizada por más personas, por su fácil acceso, en múltiples dispositivos y en cualquier momento del día, lo que ofrece servicios muy personalizados. Una parte importante de esta escucha se realiza como complemento de otras actividades principales, mientras se camina, se estudia, se trabaja, se viaja, etc., como un hilo musical individualizado e implantado en los oídos. Ello no obsta para que también se dé una escucha activa e intensiva del repertorio que cada persona valora como más significativo para su identidad personal e incluso que aparezcan melómanos coleccionistas del soporte en vinilo, lo que se conoce en el sector como mercado *gourmet*.

La tabla 86.9 mantiene una continuidad con la precedente, ya que sus datos proceden también de los anuarios de la Fundación Autor-SGAE, si bien, en este caso, son relativos al comportamiento del mercado analógico y del mercado digital, en las artes musicales. Para analizar qué sucede con la música grabada, hay disponibles ocho indicadores.

Tabla 86.9. *Evolución de la música grabada, descargas y* streaming *(2007-2023)*

	2007	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*	*2023*
Facturación música grabada (en millones de euros)		272,0	192,2	137,0	149,0	141,0	124,0	149,91	161,09	197,16	231,71	241,9	296,41	316,18	368,15	403,13	465,61
% digital del mercado musical (en %)		11,4	15,3	23,3	31,2	34,2	40,5	42,0	49,4	67,8	65,8	71,8	75,3	82,5	82,7	86,0	86,7
Población de quince a setenta años que descarga música en %		19,4	16,8	19,5	18,7	15,7	25,8	25,7	15,9	21,1	18,7	14,7	18,8	21,1	23,3	25,6	24,3
Descargas de archivos (millones)	1429	2732	3047	3491	3061	3038	4180	5730	4728	4097	3161	2039	2132	2303	2188	2116	1915
Descargas gratuitas (millones)	1374	2604	2736	3224	2807	2673	3841	5375	4430	3753	2883	1921	1925	2102	1991	1924	1743
Población de quince a setenta años música en *streaming* en %								36,5	43,2	38,6	38,3	41,0	45,2	51,3	52,9	54,9	58,4
Total canciones en *streaming* (millones)								34 303	41 459	47 858	56 767	60 107	69 980	79 585	84 574	89 084	96 195
Total canciones en *streaming* sin pagar (millones)								31 433	37 577	42 182	49 309	40 488	53 744	60 644	65 798	68 595	72 050

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Fundación Autor, Anuarios; Promusicae, Libro Blanco de la música en España.

La facturación ha descendido un año tras otro hasta 2013, pero, a partir de ese momento, no ha dejado de crecer sin que haya tenido ninguna incidencia significativa el COVID-19 y ha llegado en 2023 a una cifra próxima a los 467 mil millones.

Esta dinámica, tan diferente a la seguida por las artes en vivo, tiene que ver con el progreso del mercado digital que en 2013 representaba el 40 % del total de la música grabada y en 2023 se ha duplicado llegando a ser el 86,7 % del total.

En 2013, la población española gastó 124 millones de euros en música grabada, una cifra inferior a la de 2008, pero con un mercado digital en crecimiento hasta la actualidad y que todavía tiene margen de ampliación. De hecho, el porcentaje de población de quince a diecisiete años que efectúa descargas de música está creciendo, pero el fenómeno que más aumenta sus porcentajes es la escucha en *streaming*, así como el número de canciones escuchadas mediante este servicio, bien sea pagando bien gratuitamente.

En suma, el mercado digital ha superado al mercado físico y los servicios de contenidos son más importantes que los soportes, sean del tipo que sean. El *streaming* acapara la mayoría de los ingresos, si bien un porcentaje elevado de personas realiza esta práctica sin pagar. Prueba de ello es que la utilización de descargas no ha dejado de reducir sus cifras desde 2015, momento en que alcanzo su cenit. En contrapartida, no ha dejado de crecer el número y la oferta de las plataformas. En la tabla 86.10, se ofrecen los datos de penetración tanto a nivel mundial como para España de las plataformas existentes en 2023, según el informe de Promusicae de 2024.

La oferta de Spotify es la que ha conseguido mayor implantación, con un 31,6 % de suscriptores; en segundo lugar, aparece YouTube Music, con

Tabla 86.10. *Penetración de plataformas de oferta de música a nivel mundial y en España (2023, %)*

	Mundial	*España*
Spotify	32,1	31,6
Apple Music	15,0	1,4
Tencent Music	14,1	_
YouTube Music	13,7	19,6
Amazon Music	12,6	3,9
Netease Music	6,4	0,2
Deezer	1,6	2,1
Tune in	_	0,3
SoundCloud	_	0,5
Deezer	_	0,2
Otros	4,5	2,1

Fuente: Promusicae, 2024.

un 19,6 %, y a mucha distancia las restantes. Tencent es una plataforma china, que no tiene presencia en España.

86.3.4.2. El cine

De modo similar, también el visionado de películas tiende a hacerse cada vez más en *streaming*, como puede comprobarse en la tabla 86.11, y mediante la suscripción a plataformas especializadas. Por tanto, el cine se ve en casa o en el móvil en el lugar en que se encuentre cómodamente el usuario. En la primera fila de la tabla, se observa la caída del número de pantallas de cine disponibles en el mercado español. De 4346 en 2006, se ha pasado a 3609 en 2023. También el número de entradas vendidas se ha reducido de 123 a 78 millones, con dos momentos de caída, como ya hemos visto con anterioridad: la gran recesión que conduce hasta setenta y seis millones de entradas en 2013 y se va recuperando con oscilaciones anuales hasta 2019, se reduce a su cifra mínima de veintiséis millones en 2020 y comienza a remontar hasta el momento presente. Resulta muy difícil imaginar que esta remontada pueda recuperar las cifras de finales del siglo xx, pero las salas se están reinventando mediante nuevas prácticas y experiencias que resultan atractivas no solo para cinéfilos sino también para personas jubiladas con interés por algo más que una mera proyección.

En cambio, el número de películas exhibidas no sigue estrictamente la misma pauta y de hecho en 2023 (2449 películas), se ha superado con claridad la cifra de 2006 (1893). Sucede lo mismo con el número de cintas producidas en España, que pasa de 423 a 712, con un incremento notable de la oferta. Existe, por tanto, una mayor producción que puede obedecer a que las cintas tienen segundas y terceras vidas después de amortizado el periodo de exhibición en festivales y salas.

La visión en el hogar de películas mediante el alquiler de vídeos fue la primera amenaza a las salas; después vinieron las descargas *online* y, en el momento actual, el *streaming*. Ahora bien, todo ello no permite concluir de ninguna manera que se ha estancado o hay un menor interés por los contenidos cinematográficos. Más bien al contrario. Una prueba de ello radica no solo en el éxito creciente de las series, de las suscripciones a plataformas y de la pasión por producir toda clase de materiales fílmicos, con todo tipo de duraciones, sino también los cambios que se están atisbando en el mercado de la oferta. En la última fila de la tabla 86.11, se presentan los datos relativos al consumo de contenidos audiovisuales *online* en España. Este porcentaje fue creciendo, llegando por el momento a su máximo (53 %), justamente en 2020, el año del confinamiento. Una vez se levantó este, los porcentajes volvieron a su dinámica anterior, pero en 2023 ya se sitúan en torno al 50 %.

La mayoría de los consumidores de este tipo de contenidos vio películas *online*, el 75,9 %. Este porcentaje es similar al del año anterior, apenas una décima más. Los episodios de series son el siguiente producto preferido, elegidos por el 65,2 % de los individuos, un punto más que en 2022. Los

TABLA 86.11. *Evolución del cine en España entre 2006 y 2023*

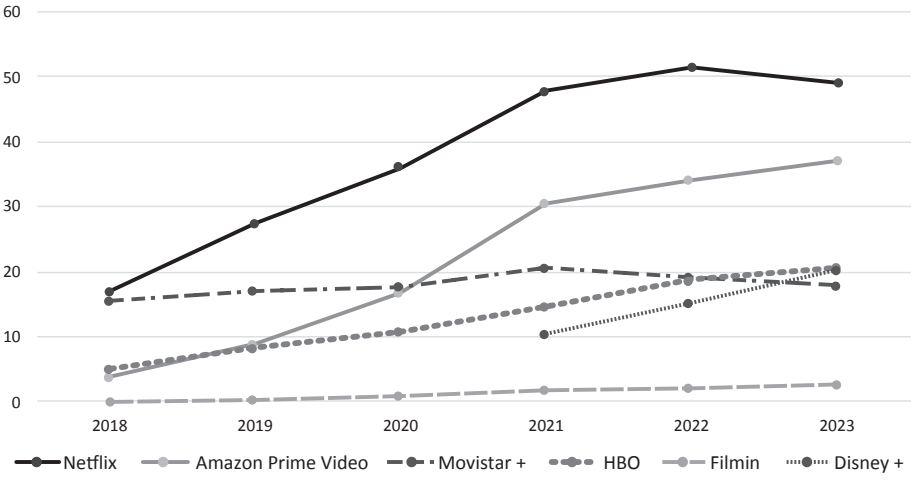
	2006	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*	*2023*
N.º pantallas de cine	4346	4328	4619	4097	4073	4028	3990	3877	3719	3587	3545	3585	3587	3674	3585	3633	3650	3609
Largometrajes exhibidos en España	1893	1897	1739	1581	1621	1597	1537	1641	1737	2040	1797	1869	1951	1862	1586	2015	2543	2449
N.º espectadores de cine (entradas en millones)	122,95	117,38	107,90	110,66	101,05	98,20	93,35	76,73	88,14	95,04	102,45	100,17	97,66	104,98	26,55	41,25	59,48	77,82
Películas españolas	423	416	426	411	395	388	349	401	448	465	466	420	468	437	353	583	720	712
Espectadores cine español (millones)	21,07		14,51									18,67	17,23	17,35	6,49	6,77	13,05	13,44
Población que vio vídeos/ películas/series *online*									28,20	31,50	29,80	31,50	40,20	43,60	52,40	55,20	61,30	65,90
Archivos audiovisuales vistos en *streaming*														16,63	20,32	23,99	27,23	29,22
Contenidos audiovisuales *online*										36,5	36,3	40,8	44,2	48,3	53,0	45,5	47,0	49,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Fundación Autor, Anuarios.

informativos siguen perdiendo peso y se sitúan en el 61,3 %, cuatro décimas menos que un año antes, aunque se mantienen en tercera posición. A mucha distancia, se encuentra la cuarta categoría de materiales audiovisuales más consumidos, que siguen siendo los documentales, con un 35,7 % de audiencia. Esta es la que más peso relativo pierde, 1,8 puntos, en relación con el año anterior. Le siguen los deportes, vistos por el 30,1 % de los consumidores habituales de contenidos *online*, porcentaje que pierde medio punto respecto al año precedente.

El gráfico 86.8 ofrece los datos de la evolución de las suscripciones a las principales plataformas digitales que proveen contenidos *online*. La plataforma dominante es Netflix con un 49,1 % de suscripciones; en el último año, ha sufrido una pérdida y habrá que esperar para ver si se mantiene esta tendencia descendente o no. Por el contrario, Amazon, HBO y Disney+ no han dejado de crecer. También se encuentra en un momento incierto Movistar Plus.

Gráfico 86.8. *Abonados a las principales plataformas digitales de 2018 a 2023 (en %)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Fundación Autor, *Anuarios*.

Filmin es una plataforma española de productores independientes que, por ahora, juega en otra liga y, aunque lentamente, sigue conquistando audiencia.

La avidez de contenidos *online* afecta a campos como la música y el cine-vídeo, pero también a otros como los deportes, especialmente, las grandes celebraciones y momentos deportivos, y en todos los casos las plataformas juegan un relevante papel.

86.3.5. Persistencias y transformaciones en la práctica lectora

86.3.5.1. La lectura como práctica digital

La práctica de la lectura y la búsqueda de contenidos legibles no está quedando ajena a esta revolución digital, si bien el libro como objeto o artefacto material en papel goza de buena salud. Los libros digitales no han acabado de despegar y, desde luego, su difusión no se halla al nivel de implantación y transformación que hemos mostrado en el caso de la música o del cine.

Ahora bien, al hablar de revolución, nos referimos a la experiencia multisensorial, pero también y a veces principalmente lectora, en que consiste la navegación. El hipertexto se ha convertido en un fenómeno omnipresente en toda búsqueda y todo itinerario digital. Por ello, en las encuestas, debería diferenciarse entre la lectura de contenidos, casi siempre enriquecidos, como propósito explícito, y la lectura como condición para el desarrollo de la propia navegación. Los libros digitales, que son uno de los muchos objetos textuales que uno puede encontrar en Internet, a no ser que se presenten en un formato PDF, también son objetos multidimensionales.

El porcentaje de personas de catorce y más años en España que practican lectura en cualquier tipo de formato o soporte, ya sea impreso o digital, al menos una vez al trimestre, se sitúa en 2023 en el 95,5 %, según el Informe de resultados *Hábitos de lectura y compra de libros en España* de la Federación de Gremios de Editores de España (2023). Los lectores en formato digital llegan a un 84 % y lo suelen hacer con frecuencia semanal; dicho de otra manera: el 81,4 % son lectores digitales de frecuencia semanal.

Un 64,3 % lee webs, blogs y foros y un 59,7 % lee redes sociales. Al mismo tiempo, un 73,7 %, en 2023, dice que se conecta para acceder a la lectura mediante el móvil, cuando el porcentaje era de un 20,2 % en 2017. En cambio, el *e-reader* y la tableta solo se hallan presentes en un 12,2 % y 21,4 % de los hogares.

Tabla 86.12. *La transición a la lectura digital 2011-2023 (%)*

	2011	*2012*	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*	*2021*	*2022*	*2023*
Total lectores en cualquier formato y soporte	90,4	92,0	94,7	96,1	95,5	95,7	95,4	96,1	95,0
Lectores frecuentes en soporte digital (al menos semanalmente)	49,0	54,3	73,4	76,5	77,4	80,1	80,3	82,6	81,4
Lector de libros formato digital	6,8	11,7	27,2	28,7	29,1	30,3	29,4	29,5	29,7
Leer webs, blogs y foros	42,4	46,9	49,5	56,4	60,2	62,4	61,1	64,9	64,3
Lectura en redes sociales		56,9		55,5	55,4	57,6	57,3	59,5	59,7
Lector digital de periódicos	34,9	38,0	41,5	46,3	48,0	54,5	55,8	54,9	53,6
Medio de lectura digital: móvil		12,9	20,2	31,4	53,0	70,3	71,3	72,7	73,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de FGES, Hábitos de lectura y compra de libros en España.

86.3.5.2. La resistencia de los libros en papel

Para explorar la lectura de libros utilizaremos las encuestas del CIS, porque se pueden comparar datos desde 1998 con otros de 2024 y los completaremos con datos del FGES.

El Estudio CIS 2280 (1998) estuvo dedicado a los hábitos de lectura y, con posterioridad, se ha preguntado por la frecuencia de lectura en cinco ocasiones más, tal y como aparece en la tabla 86.13. En 1998, el porcentaje de personas que comentaba leer con alta frecuencia (todos o casi todos los días) era del 36 % y, en 2024, es del 33 %. Si sumamos esta frecuencia diaria con la semanal, en 1998, el total ascendía al 51 % y, en 2024, es del 55,4 %. Los datos muestran una enorme estabilidad en la intensidad de lectura.

TABLA 86.13. *Frecuencia de lectura de libros por ocio o entretenimiento, en cualquier formato (1998-2024, %)*

	1998	*2003*	*2009*	*2014*	*2016*	*2024*
Todos o casi todos los días	36,1	32,9	26,1	29,3	28,6	33,2
Una o dos veces por semana	14,8	15,2	14,3	16,1	14,6	22,2
Alguna vez al mes	19,8	20,4	13,4	12,6	12,8	16,4
Alguna vez al trimestre	5,4	7,0	6,8	7,0	7,8	6,9
Casi nunca	–	–	18,2	19,8	17,8	11,5
Nunca	23,9	24,5	21,2	15,2	18,3	8,8
N. S./N. C.	–	–	0,2	–	–	1,0
Total encuestas	2498	2489	2482	2477	2483	3701

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 2280, 2478, 2806, 3047, 3149 y 3476.

Existe una clara reducción de la categoría de los que no leen o no leen casi nunca (lectores raros) y aumenta la experiencia lectora de libros en el tiempo libre y por motivos de ocio o entretenimiento (en contraposición con la lectura motivada por razones profesionales).

La lectura de libros es predominantemente una lectura en papel y, además, la lectura de libros en soporte digital que llegó, en 2017, a un 27,2 % ha crecido muy lentamente y se sitúa en 2023 en un 29,7 %. De hecho, la compra y el regalo de libros en papel siguen siendo muy predominantes.

En la encuesta de 2024, se ha preguntado también por el número de libros leídos en los últimos doce meses. La media es de 7,7 libros por persona, que, al distribuirlos por categorías, van desde quienes han leído trece y más libros, que son un 12 %, y pasan por los que han leído entre nueve y doce (9 %), entre cinco y ocho (18 %), de dos a cuatro libros (31,5 %) y un libro (8,7 %).

86.3.5.3. Significado y motivos de la lectura

La pregunta acerca del significado de la lectura tiene especial interés. El CIS preguntó en 1998 por el significado normativo («la función que debe cumplir la lectura») y por el significado efectivo («razón por la que dedica tiempo a leer»). En el primer caso, el 49,1 % contestó que debía servir para formar y educar, un 24,5 % que su finalidad era informar y un 21,1 % distraer; en el segundo, la mayoría de las respuestas se concentraron en la opción «para estar informado» (45 %) y la segunda opción fue para disfrutar o distraerse, con un 29,8 %. Mientras que el motivo formativo solo fue elegido por un 5,6 %. Esta aparente contradicción o incoherencia de las respuestas entrevistadas, refleja en realidad las lógicas diferentes del orden normativo y el orden social.

En las encuestas posteriores, se suprimió la pregunta normativa y solo ha quedado la fáctica. Los resultados permiten constatar que, en 2009, se produjo un desplazamiento, puesto que la mayor concentración de respuestas se dio en la opción para disfrutar o distraerse (55,6 %), de modo que quedan todas las demás opciones a notoria distancia. En 2014, la función lúdica había pasado a un 61,6 % de respuestas y se ha mantenido posteriormente como opción mayoritaria.

Se constata, pues, una evolución desde razones normativas a prácticas y de estas a las lúdicas, en un sentido amplio, y sin que desmerezcan las valoraciones o criterios estéticos, que se expresan en las redes sociales con la expresión sintética «me gusta».

Al mismo tiempo, se pueden explorar los motivos por los que la gente dice que no lee o no suele hacerlo con mayor frecuencia. Aunque en la serie citada se han producido cambios en las opciones ofrecidas, los resultados principales permanecen. En 1998, la razón principal es la falta de tiempo y, en segundo lugar, la falta de interés; entre 2003 y 2014, la razón principal es la falta de interés, a la que cabe añadir una mayor motivación

TABLA 86.14. *Motivos por los que no leen los que no leen nunca o casi nunca (%)*

	1998	*2003*	*2009*	*2014*	*2016*	*2024*
No le gusta, no le interesa	21,7	34,2	37,6	42,0	42,3	21,9
Falta de tiempo	26,5	28,1	21,9	23,2	22,3	24,5
Mala visión, problemas de salud	19,3	19,8	12,3	12,9	13,2	16,1
No tiene hábito	19,0	28,9	–	–	–	–
Le interesan otras actividades	–	–	19,1	15,4	16,5	29,0
Difícil acceso	0,0	1,0	0,5	0,5	–	0,6
Precio	0,2	1,0	1,1	0,8	0,8	1,8
Otra razón	12	10,5	6,7	3,2	2,9	0,6

Fuentes: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 2280, 2478, 2806, 3047, 3149 y 3476.

para llenar el tiempo con otras actividades. Esta formulación en positivo –preferencia por otras prácticas– es la más relevante en 2024 y llega a alcanzar un 44 % de los que nunca leen cuando se suma el motivo principal con el secundario.

El precio o las dificultades de acceso a los materiales de lectura apenas tienen alguna relevancia. En cambio, los problemas de visión o de salud más en general afectan en torno a un 15 % de la población.

La encuesta del Gremio de Editores indagó en 2023 qué otras actividades prefieren las personas que no leen libros y muestran mayor interés por ocupar su tiempo libre de otras maneras. La mayoría prefiere hacer actividades como senderismo (26 %), deporte (22 %), sencillamente descansar (21 %) o practicar *hobbies* (19 %).

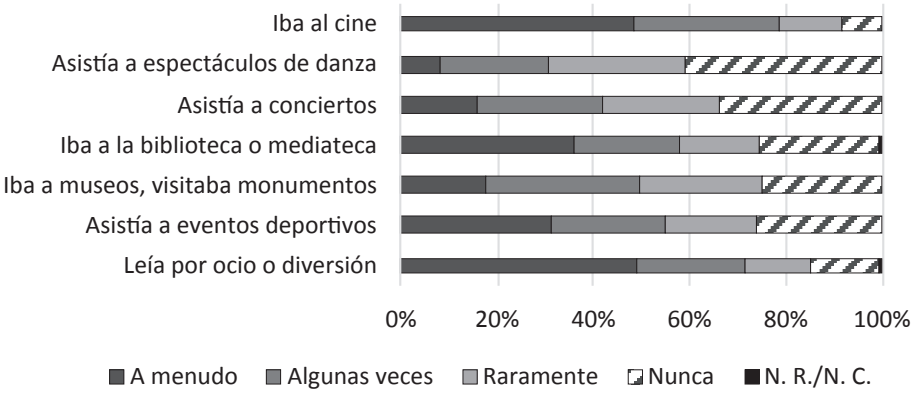
Cuando se pregunta por los tipos de lectura preferidos, en primer lugar, destaca la literatura o la ficción, con notable diferencia sobre otros tipos de lecturas.

86.3.5.4. Socialización familiar en lectura y otras actividades culturales

El Estudio CIS 3476 recabó información para poder estudiar los procesos de socialización extraescolar en actividades culturales. Para ello, se ha preguntado a las personas encuestadas si realizaron o no determinadas actividades durante su infancia y si sus madres y padres también las realizaban en esa misma época.

Dos de las actividades contempladas, la lectura y la asistencia al cine, eran realizadas con frecuencia por porcentajes muy próximos al 50 %; es decir, que las realizaban «a menudo». Se trata de leer por ocio o diversión, con un 49,2 % de respuestas positivas, e ir al cine, con un 48,5 %. Los que nunca leían en la infancia son un 14,3 % y los que no iban al cine un 8,1 %.

Gráfico 86.9. *Actividades realizadas durante la infancia (2024, %)*



Fuente: Estudio CIS 3476.

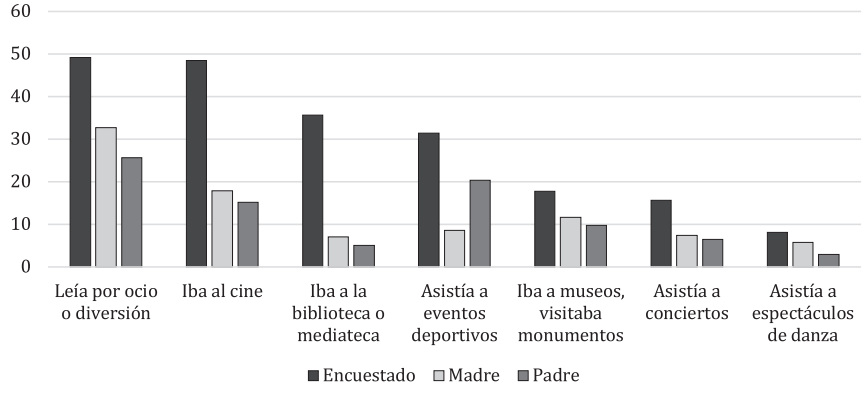
La práctica de la lectura como actividad voluntaria, a la que debe asociarse la asistencia a una biblioteca, de un lado, y, de otro, la asistencia al cine son las dos actividades culturales por antonomasia de la infancia de las personas encuestadas. En cuarto lugar, aparece la asistencia a eventos deportivos; en quinto, se sitúan dos actividades más, que son la visita a museos y monumentos y la asistencia a conciertos; finalmente, el porcentaje más reducido de practicantes se halla en la asistencia a espectáculos de danza.

Para profundizar en la relación familiar, se pregunta también a las personas encuestadas en qué medida sus madres y padres realizaban esas mismas actividades durante la infancia de las personas entrevistadas. El gráfico 86.10 permite comparar los porcentajes correspondientes de realización de cada actividad, de un lado, por las personas encuestadas durante su infancia y, de otro, la realización de sus madres y padres en esa misma época.

En las siete actividades para las que disponemos de datos comparables, se puede constatar que los porcentajes de realización frecuente de las personas encuestadas eran superiores a los de sus progenitores en todas ellas. Esta es una primera evidencia.

En segundo lugar, también se observa que con la excepción de la asistencia a eventos deportivos las madres siempre presentan porcentajes más elevados que los padres.

Gráfico 86.10. *Comparación entre la realización frecuente de actividades culturales de las personas entrevistadas durante su infancia y las que realizaban sus progenitores (2024, %)*



Fuente: Estudio CIS 3476.

En tercer lugar, las diferencias entre las personas encuestadas y sus progenitores son especialmente elevadas en dos de las actividades que, por tanto, aparecen marcadas por un carácter generacional: ir al cine e ir a la biblioteca.

86.3.6. Las prácticas culturales en Internet

Internet es la estructura y tecnología sociocultural más grande construida por las sociedades humanas. En ella, tienen cabida todas las producciones de la especie con tal de que sean digitalizadas, pone todas ellas al alcance de cada ser humano y en su uso las transforma. Al mismo tiempo, el tecnolenguaje digital permite nuevas formas de producción artística, simbólica y expresiva. No solo podemos entenderla como una nueva tecnología de la información y la comunicación. También es una tecnología de la organización social.

Al abordar el estudio de sus usos y prácticas mediante datos de encuestas, como se hace en este capítulo, hemos considerado oportuno acudir al estudio iniciado en 1996, promovido por AIMC, *Navegantes en la Red*. Desde entonces, el cuestionario se ha ido adaptando a los cambios tecnológicos y los usos sociales y ha enriquecido la información disponible.

Las modificaciones introducidas han tratado de incorporar la nueva fenomenología de la vida digital, para lo que es preciso estudiar las dotaciones de dispositivos, los lugares, vías y formas de acceso, los servicios de conectividad y sus proveedores, los servicios de contenidos y la frecuencia de usos, el tiempo diario dedicado y la organización temporal de los mismos, la variedad de ámbitos de la vida cotidiana en los que se desarrollan y proliferan las distintas actividades, los problemas que surgen en la navegación, la concurrencia y complementariedad con otros medios de comunicación, el parasitismo digital de dispositivos precedentes, supuestamente especializados, como la radio, la televisión o las pantallas de videojuegos y, sobre todo, el perfil de las personas usuarias. Algunos de estos aspectos han ido surgiendo en las páginas precedentes, en especial, al tratar de la música, el cine y la lectura. Ahora nos centramos de forma exclusiva en los principales usos de Internet y en los peligros o amenazas que los navegantes de la red señalan.

Se han seleccionado varios aspectos del uso de Internet y se han tomado en consideración los tres ámbitos de acción ya indicados: información, comunicación y organización social. En las tablas 86.15 y 86.16, se establece una comparación entre los datos de 2001, 2011, 2021 y 2023. Durante ese tiempo, los usuarios mensuales han pasado de un 42,4 % a un 87,3 % y la panoplia de actividades que se realizan va desde las más triviales y rutinarias hasta las más expresivas y culturalmente significativas.

Un uso instrumental claro de la web es tomarla como la gran base de datos sobre cualquier dimensión de la vida y, por tanto, navegar por ella para buscar información, ya sea periodística, meteorológica, financiera, laboral, residencial, de geolocalización y utilización del GPS para llegar a un sitio o de cualquier otro tipo.

Como puede comprobarse en la lectura de la tabla 86.15, dos usos prevalecen: la consulta de previsiones meteorológicas y las guías callejeras. En un segundo lugar, aparecen otros dos, con un porcentaje en torno al 40 % de usuarios: la búsqueda de información para la salud y la consulta de videotutoriales, que proporcionan pautas de actuación para muy diversas prácticas.

TABLA 86.15. *Utilización de Internet para la realización de consultas (2001-2023, %)*

	2001	*2011*	*2021*	*2023*
Consultar previsiones meteorológicas	21,7	56,8	76,6	79,3
Consulta de mapas callejeros		70,4	71,2	73,4
Buscar información salud		26	40,8	41,1
Consulta videotutoriales			40,5	39,2
Consulta de carteleras de espectáculos	29,1	44,8		35,6
Consulta de información financiera	34,2	37,6	32,7	35,0
Búsqueda de vivienda				19,9
Búsqueda de empleo	25,2	24,9	19,7	16,9
Utilizar buscador Google	–	90,6	–	96,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC, Navegantes en la Red.

Hay otros usos que son minoritarios, pero porque responden a necesidades específicas de categorías sociales concretas: información financiera, vivienda o empleo.

Un buscador, Google, concentra la inmensa mayoría de las búsquedas, al contar con el 97 % de usuarios.

En segundo lugar, Internet es un espacio de comunicación e interacción, por el que circulan todo tipo de mensajes, interacciones e intercambios, desde la sincronización de la vida cotidiana entre familiares y amistades hasta los más diversos tipos de negocios y prestaciones, sean económicas, administrativas o lúdicas.

Los usos más prevalentes para la comunicación e interacción tienen que ver con el correo electrónico y la mensajería instantánea, pero también se ha generalizado la utilización de las redes sociales.

TABLA 86.16. *Usos de Internet como medio de comunicación, interacción y expresión de opiniones (2001-2023, %)*

	2001	*2011*	*2021*	*2023*
Correo electrónico	93,0	94,4	90,4	93,4
Mensajería instantánea	–	40,0	84,8	88,1
Redes sociales ayer	–	68,4	83,7	85,1
Certificado electrónico último mes		20,5	45,2	53,0
Gestiones con la Administración		29,5	49,0	52,0
Llamada TFCA WA y otros	–	–	25,2	32,1
Seguir a *influencers* o *youtubers* habitualmente			20,3	22,7
Videollamada/videoconferencia	–	–	17,6	19,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC, Navegantes en la Red.

La presencia y uso del correo electrónico experimentó una aceleración con el confinamiento y sigue difundiéndose ampliamente, de modo que ha superado ya el 53 % de usuarios. También crece la utilización del WhatsApp para llamadas telefónicas, el seguimiento de *influencers* y las videoconferencias se sitúan en torno al 20 % de usuarios.

Finalmente, ofrecemos algunos indicadores, de entre los muchos que podrían extraerse, sobre la utilización de Internet para la organización de distintos aspectos de la vida. Destacan por su prevalencia dos usos vinculados a la realización de intercambios comerciales, bien mediante tarjetas de crédito, muy extendidas, o bien mediante el sistema conocido como Bizum, que se está difundiendo con celeridad, pues tan solo en dos años ha pasado de un 23,3 % de usuarios a un 54,9 %.

TABLA 86.17. *Usos de Internet para actividades de organización social (2001-2023, %)*

	2001	*2011*	*2021*	*2023*
Pago con tarjeta en Internet	56,3	–	82,7	84,1
Utilizar Bizum u otros en los últimos siete días		–	23,3	54,9
Cursos de formación a distancia último año		28,5	45,4	43,5
Traducción automática		–	–	43,2
Apuestas deportivas		18,4	34,6	36,3
Utiliza asistentes virtuales de voz a diario		–	21,6	27,7
Pedir comida a domicilio		–	26,1	25,5
Trabajar desde casa		18,0	–	22,9
Visitas páginas web para adultos		26,9	24,9	21,3
Firmar peticiones reivindicativas			–	18,7
Posee monedas virtuales			18,6	13,6
Utilizó ayer herramienta de IA			–	12,5
Transmitir videos en directo			7,2	6,8
Visita virtual a un museo			6,8	6,7
Búsqueda de pareja		4,6	5,8	4,6
Ver concierto en directo			5,3	–
Ver evento cultural en directo			4,3	–

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC, Navegantes en la Red.

La realización de cursos de formación a distancia se sitúa en torno al 45 % y la traducción automática, en un 43,2 %. Siguen las apuestas deportivas, con un 36,3 % de aficionados.

Llama la atención, por su rápido crecimiento, la utilización de asistentes virtuales de voz a diario, ya que en solo dos años ha aumentado seis puntos porcentuales.

Otros de los usos son minoritarios, bien porque responden a prácticas de categorías sociales de tamaño reducido bien porque se trata de prácticas que tienen aún muy poco recorrido (como, por ejemplo, la utilización de la inteligencia artificial). En cualquier caso, todos ellos son indicadores de cómo la organización de la vida social se está transformando mediante el uso de Internet, bien se trate de la búsqueda de pareja y visitas a páginas web con contenidos para adultos, de ver un concierto en directo o bien firmar peticiones reivindicativas.

Finalmente, la tabla 86.18 reúne información sobre los problemas que los navegantes han encontrado en Internet y cómo han ido evolucionando estos.

En 2001, el principal problema era la lentitud de la red. Un 82,1 % se quejaba de ello. En 2011, su importancia se había reducido a la mitad y los navegantes se quejaban del coste telefónico y del exceso de publicidad. En ese decenio, estaba comenzando la mercantilización de todos los contenidos.

Tabla 86.18. *Problemas encontrados en Internet (2001-2023, %)*

	2001	*2011*	*2021*	*2023*
Demasiada publicidad	41,1	52,5	62,7	68,1
Seguridad		32,3	45,5	52,8
Falta de confidencialidad/privacidad	22,9	22,2	36,0	40,2
Velocidad	82,1	48,5	36,0	32,7
Infección por virus		34,0	18,9	22,0
Coste telefónico	41,0	55,1	26,4	18,9
Calidad de conexión	46,3	23,9	18,9	18,1
Idioma	21,5	5,1	4,0	4,2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC, Navegantes en la Red.

La presencia de la publicidad, al utilizar instrumentos cada vez más sutiles para reclamar la atención de los navegantes (principal objeto de deseo de los creadores de contenidos) y obligarles a ver algunos segundos el correspondiente anuncio, ha ido creciendo y se ha convertido en el problema señalado por los porcentajes más altos: 62,7 % en 2021 y 68,1 % en 2023, un crecimiento de seis puntos para un periodo tan breve. El segundo problema actual es la seguridad y el tercero, la falta de confidencialidad/privacidad; ambos están muy relacionados.

El idioma que era señalado en 2001 por un 21,5 % de navegantes ha pasado a tan solo un 4 % y ha sido un reflejo de un incremento significativo de las competencias y el capital lingüístico de la población.

Aunque por ahora no se incluye en los cuestionarios, recientemente ha surgido una polémica relevante relacionada con las redes sociales y la adicción a las mismas, en especial, entre la población infantil y juvenil (Haidt, 2024). Del mismo modo, se está planteando la cuestión de en qué medida la

hiperpersonalización de las aplicaciones, más que fomentar la autonomía personal y la capacidad de elección, encierra a los individuos en una especie de cápsula del eterno retorno sobre sus propios gustos (para el caso de Spotify y la música, véase Pelly, 2025).

86.4. Lógicas de la participación cultural

La combinación compleja del proceso de consolidación de la sociedad digital y el largo confinamiento como consecuencia del COVID-19 ha supuesto una aceleración de la digitalización y, como contrapartida, una profunda caída de las actividades culturales que se realizan fuera del hogar y que conllevan desplazamientos externos, especialmente en el campo de las artes escénicas (tal vez, con la única salvedad de los macroconciertos y festivales cuyo auge ya hemos mentado).

Por otra parte, la expansión de las experiencias culturales que hemos descrito a lo largo de las páginas precedentes ha tenido un impacto bien distinto sobre dos de las cuestiones que siempre han interesado a la Sociología de la participación cultural como son la de la democratización del acceso y la del reconocimiento de las formas de diversidad (democracia cultural).

En tercer lugar, la ampliación de las formas de socialización, el incremento de la oferta de bienes y servicios culturales o de entretenimiento y una mayor movilidad de las personas, junto con la pérdida del aura de la cultura legítima, han propiciado el desarrollo de procesos de individualización en todas las edades. No puede considerarse un factor ajeno a ello la proliferación de dispositivos como los teléfonos móviles y la difusión de servicios de acceso ubicuo. Resulta paradójico que, en un contexto de globalización y de difusión masiva de dispositivos, aplicaciones, redes y aplicaciones digitales, el resultado sea más y mayor individualización.

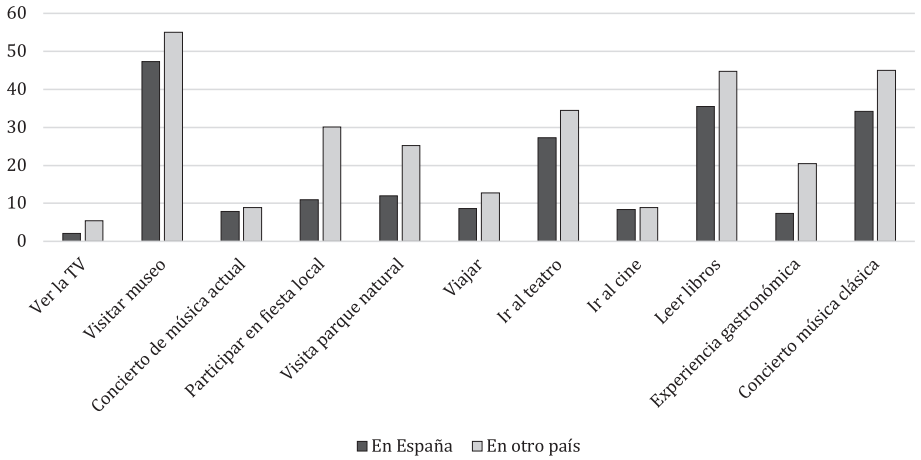
86.4.1. El incremento de la diversidad cultural

En la sociedad española de esta última década, se dan dos transformaciones especialmente importantes que producen nueva diversidad: la revolución en la longevidad, que dilata y expande la duración de la vida y transforma las generaciones, y la incorporación de un número creciente de inmigrantes como nueva población y nuevos ciudadanos que, por sus orígenes, han tenido socializaciones diversas. Solo haremos referencia a este segundo fenómeno.

Según el INE, a 1 de octubre de 2024, reside en España una población cercana a los cuarenta y nueve millones, de los cuales un 18,8 % ha nacido fuera de España. Que sepamos, hasta ahora no se han explorado mediante encuesta las formas de participación cultural de esta población, pese a lo abultado de su volumen y, menos aún, se han realizado comparaciones con la población nacida en España. La existencia de una muestra de un 12,3 % de personas nacidas fuera de España en la muestra del Estudio CIS 3476 (2024) permite una primera aproximación desde la perspectiva del origen.

El gráfico 86.11 compara las respuestas de la población nacida en España y la nacida en otro país a la pregunta sobre la clasificación de ciertas actividades como principalmente culturales o de entretenimiento. Con la excepción de asistir al cine y a un concierto de música actual, donde los resultados de quienes consideran que se trata de una práctica sobre todo cultural son muy parecidos y bastante reducidos, en todas las demás, los porcentajes de población nacida fuera de España que las valoran de forma mayoritaria como culturales es superior a los de la población nacida en España. Y, además, esto sucede de forma más destacada en las prácticas que han formado parte del canon legitimista: asistir a un concierto de música clásica, leer libros e ir al teatro. Incluso en visitar museos superan el 50 %, lo que no sucede en el caso de la población nacida en España.

Gráfico 86.11. *Diferencias en la consideración como principalmente culturales entre la población nacida en España y la nacida en otro país en 2024 (%)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

Las distancias son más elevadas en participar en la fiesta local, visitar un parque natural y en tener una experiencia gastronómica. En consecuencia, no solo hay una mayor presencia del canon normativo entre la población nacida fuera de España, sino que entre ella se da una mayor propensión a considerar culturales fenómenos que entre los nacidos en España, si en algún momento fueron vistos como culturales, cada vez lo son en menor medida.

En consonancia con la clasificación que acabamos de ver, los porcentajes de asistencia al cine y a conciertos de música popular son relativamente similares entre nacidos en España y fuera de ella. Podría incorporarse a ellas la participación en videojuegos. Por otra parte, los nacidos fuera de España muestran una mayor asistencia a espectáculos de danza, tanto en alta como en baja frecuencia, mientras que la población oriunda de España tiene mayor experiencia de asistencia al teatro.

86.4.2. Los procesos de individualización y autonomía personal

Aunque la globalización y digitalización han sido interpretadas con cierta frecuencia como inductores de homogeneización (difusión de un cultura *mainstream* resultante de un proceso de occidentalización), lo bien cierto es que la evidencia creciente muestra más bien una tendencia no solo hacia la reivindicación de culturas singulares y hacia la personalización de los dispositivos, sino también de los contenidos y de las prácticas y, en consecuencia, hacia una acentuada individualización cultural.

Esta dinámica puede observarse en todos los campos de la vida, pues en todos ellos se expresa la búsqueda de la autonomía y la autorrealización personal. Pero, tal vez, pueda afirmarse que hay, de un lado, un dispositivo, que es el móvil, y, de otro, dos esferas vitales, como son la libertad sexual y la necesidad de aprendizaje continuo, donde la individualización opera con mayor intensidad. Vamos a centrarnos, exclusivamente, en la difusión del móvil y lo hacemos entre las cohortes de menor edad. Las dos esferas citadas y otras tienen amplio tratamiento en distintos capítulos de esta obra.

Las cuatro ediciones de la Encuesta CIS sobre Tendencias sociales (2021-2024), han mostrado que cuando se pregunta por el aparato, artefacto o dispositivo más representativo de nuestro tiempo el consenso más claro y mayoritario se genera en torno al *smartphone* o móvil. Tres características principales definen a este dispositivo: es personal (no familiar), opera como prótesis vinculada a la persona y se desplaza con ella y, en realidad, más que un teléfono es la puerta de acceso a la información, la comunicación, la organización de la vida y, por tanto, a la cultura como modo de vida.

De acuerdo con los datos de la tabla 86.19, la mayoría de la población menor de edad, de entre diez y quince años, posee y utiliza un teléfono móvil.

Tabla 86.19. *El uso del móvil por la población de diez a quince años y, en particular, de las mujeres de dicha edad (2006-2024, %)*

	2006	*2010*	*2015*	*2020*	*2024*
Total	58,4	66,7	67,0	69,5	69,6
Mujeres	64,0	70,4	69,8	71,3	70,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares.

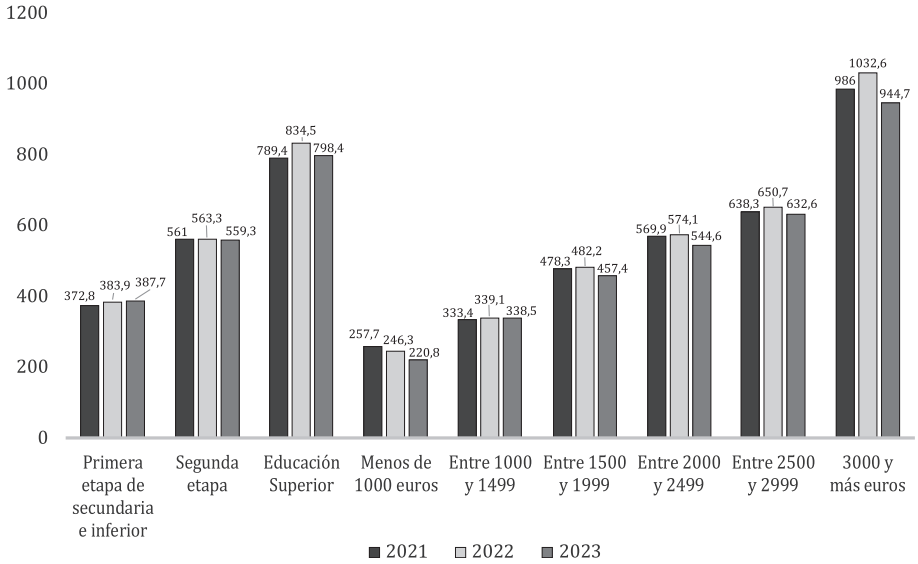
El porcentaje de la población femenina de dicha cohorte de edad que posee móvil es superior al de la masculina, si bien en una perspectiva evolutiva se observa un progresivo acercamiento, ya que, en 2006, la diferencia era casi de seis puntos porcentuales y, en 2024, es de poco más de un punto. Más importancia tiene la clase social y los ingresos del hogar en la generación de desigualdades en la distribución y uso de este dispositivo, como de muchos otros.

La utilización del móvil no ha de verse por sí misma como factor o causa de individualización, sino su inserción en un proceso histórico de socialización y la capacidad que tiene, dados sus usos sociales, para personalizar (o, mejor aún, hiperpersonalizar) las preferencias y estilos de vida, como ya se ha señalado.

86.4.3. La lógica de la desigualdad

Entre las paradojas sociales que las encuestas ayudan a registrar se encuentra una muy relevante. En las ya citadas Encuestas CIS sobre Tendencias sociales, cuando se pregunta a los entrevistados con qué grupos o categorías de personas se identifican más, los porcentajes más elevados y, además, crecientes, se dan en la expresión «con las de la misma edad o generación» (44,4 % en 2024) y, en segundo lugar, «con las que tienen las mismas aficiones, gustos o modas» (29,7 %). La clase social aparece en sexto lugar con un porcentaje del 13,4 %. Sin embargo, no hay ninguna investigación sociológica realmente seria, en el campo de la participación cultural, que pueda ignorar que la clase cuenta (Bennett *et al.*, 2009). Junto con otros factores, por supuesto, pero cuenta. Lo hace también una de sus dimensiones como es el capital educativo. Por eso puede afirmarse, al igual que cuando se analiza la relación de la matrícula universitaria con el capital económico y el educativo de los progenitores, que los principales tipos

GRÁFICO 86.12. *El gasto medio por hogar en euros entre 2021 y 2023 por nivel educativo y nivel de ingresos (%)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura, *Anuario de Estadísticas Culturales*; INE, Encuesta de Presupuestos Familiares (INE).

de capital que operan en las sociedades contemporáneas marcan las brechas más persistentes y refractarias al cambio y la movilidad social, al margen de las percepciones que los sujetos tengan sobre su intervención. Las prácticas y la participación cultural están marcadas por la desigualdad en la distribución de recursos y sigue operando la lógica de la distinción elitista, aunque con profundas metamorfosis.

Como un indicador de esta desigualdad, muy rudo, por otra parte, como lo son muchos de los que se siguen utilizando en los estudios de desigualdad, utilizamos el gasto medio de los hogares en euros entre 2021 y 2023, en función del nivel educativo y del nivel de ingresos. La acumulación de dispositivos y servicios constituye un factor poderosísimo del acceso desigual a los bienes de la sociedad digital.

El gráfico 86.12 permite observar la correlación estrecha y directa existente entre niveles educativos y niveles de ingresos, de un lado, y gasto medio en bienes y servicios culturales, de otro.

En conclusión, tanto las grandes tendencias culturales vinculadas a la digitalización y la globalización como los efectos de las diversas crisis del periodo estudiado (crisis económica y financiera, COVID-19 e inflación) se ven recorridas por tres dinámicas estructurales: diversidad, individualización y desigualdad.

Bibliografía

Ariño, Antonio (2015). La cultura en España en la era digital. En: Torres, Cristóbal. *España 2015. Situación social* (pp. 1356-1378). Madrid: CIS.

Ariño, Antonio y Llopis, Ramón (2017). *Culturas en tránsito. Las prácticas culturales en España en los comienzos del siglo xxi*. Fundación Autor.

Bennett, Tony; Savage, Mike; Silva, Elisabeth B.; Warde, Alan; Gayo-Cal, Modesto y Wright, David (2009). *Culture, Class, Distinction* (1.ª ed.). Routledge. doi: 10.4324/9780203930571

Haidt, Jonathan (2024). *La generación ansiosa*. Deusto.

Pelly, Liz (2025). *Mood Machine: The Rise of Spotify and the cost of Perfect Playlist*. Atria/One Signal Publishers.

Purhonen, Semi; Sirkka, Ossi; Sivonen, Sara; Heikkilä, Riie; Janssen, Susanne y Verboord, Marc (2022). *What does Culture Mean to Europeans? Mapping the multiplicity of understandigs of Culture within and across European Societies*. Invent. Disponible en: https://inventculture.eu/, acceso 28 de julio de 2025.

87. Ideologías políticas y medios de comunicación social en España

José Félix Tezanos
Catedrático Emérito de Sociología
Universidad Nacional de Educación a Distancia
Antonio Alaminos
Catedrático de Sociología Matemática
Universidad de Alicante

Los medios de comunicación social han sido considerados desde el siglo XIX como un cuarto poder que se unía a los tres poderes clásicos constitucionales (legislativo, ejecutivo y judicial). Con una capacidad de influencia que se ejercía tanto sobre la opinión pública como directamente sobre los representantes de los tres poderes constitucionales.

87.1. Medios de comunicación social y democracia

En principio, el *poder mediático* entraría a formar parte del sistema de equilibrios y contrapesos de los poderes definitorios de un Estado democrático y ejercería una función crítica con respecto a los poderes legislativo, ejecutivo y judicial al aportar transparencia e información pública sobre las decisiones adoptadas. Una función ideal de equilibrio de la que parten varios autores (Castells, 1995; Tezanos, 2002) para evaluar la *realidad actual* del poder mediático. También su calidad –y concordancia– democrática.

En este sentido, es preciso tener en cuenta que:

> […] en los regímenes democráticos la prensa ha sido siempre una instancia de control y una vía primordial para la circulación de las ideas, las propuestas y las críticas, permitiendo estimular el buen funcionamiento político y contribuyendo a dar porosidad a todo el sistema. Por ello, el control político y social desempeñado desde los medios de comunicación social permitió hablar de ellos como un «cuarto poder» que, junto a la triada clásica (legislativo, ejecutivo y judicial), mantenía abiertas las posibilidades críticas ante cualquier abuso de poder, haciendo posible, por lo tanto, un mejor desenvolvimiento de la democracia (Tezanos, 2002, p. 227).

Sin embargo, a diferencia de los tres poderes clásicos de las democracias, los medios de comunicación social en las sociedades actuales no se enmarcan

formalmente dentro de un equilibrio de poderes. Se trata de un poder que se ejerce en sí mismo sin contrapesos constitucionales y es en teoría el mercado, es decir, las audiencias y sus principios éticos, lo que regularía informalmente su actividad. Estamos, pues, ante una diferencia sustantiva: la existente entre las regulaciones constitucionales de las instituciones públicas y las propias dinámicas del mercado. *De facto*, un medio de comunicación social responde ante sus propietarios en cuanto que empresas dependientes en lo económico de sus balances. Por ello, desde la óptica democrática, la regulación del poder mediático se delega en una «mano invisible» operada por el principio de competencia del mercado.

Las audiencias son los «consumidores» que avalarían la calidad y pertinencia de los productos informativos, con libertad para elegir entre diversos medios alternativos que compiten entre sí. Se trata de un enfoque que difícilmente refleja la verdadera realidad actual de unos medios que fomentan la adicción de sus audiencias mediante el suministro de dosis cada vez más elevadas de emociones e irracionalidad. Es una dinámica en la que los bulos y las opiniones escandalosas y alarmistas sustituyen cada vez en mayor grado la información objetiva y la neutralidad.

Nos encontramos, pues, ante procesos que han eliminado, al menos en lo que respecta a determinados medios de comunicación social, controles propios del «mercado» como son las garantías de existencia de una pluralidad ideológica de los medios, la necesidad de conservar la confianza de sus audiencias o el respeto al principio de *realidad* que mantenga un mínimo de neutralidad informativa (Castells, 1995). En cuanto que mercado de la información, la pluralidad ideológica garantiza, en principio, la libre competencia en la oferta, mientras que la confianza de las audiencias fomenta la fidelidad de los consumidores, al tiempo que la «objetividad» informativa forma parte de su utilidad y razón de ser.

Como ha señalado Castells:

> […] las conspiraciones existen, pero son múltiples, se contradicen y se entrecruzan y tienen que respetar la autonomía y la credibilidad del medio sin las cuales el instrumento de comunicación se hace inservible. Es una lógica semejante a la que tiene lugar en los mercados financieros: los especuladores pueden suscitar movimientos importantes, pero no controlan las fluctuaciones de un mercado cuya inestabilidad refleja la geometría variable de la economía global (Castells, 1995).

Sin embargo, la fidelidad se puede alcanzar por procedimientos alternativos a la objetividad de la información. En este sentido, las *emociones* son manejadas como una herramienta de fidelización que incluso es más potente que la objetividad.

En ese contexto, los medios de comunicación social son cada vez más el espacio donde los poderes económicos y políticos defienden sus intereses particulares mediante las emociones. La consecuencia es una dinámica internacional de concentración creciente de las empresas propietarias de los medios de comunicación (Alger, 1998; McChesney, 1999; Tezanos, 2002).

Además de los procesos de concentración, en España el sistema mediático en la práctica se encuentra alejado de la competencia teórica del libre mercado y es, por lo general, poco rentable y muy dependiente de las financiaciones procedentes de los poderes económicos o directamente del dinero público. Es decir, se trata de una *financiación pública subyacente* «destinada a mantener con vida artificialmente, viejos o nuevos medios de comunicación social, con la excusa de garantizar la persistencia de un número suficiente de medios plurales al alcance de los ciudadanos» (Colino Fernández, 2013, p. 67); una pluralidad bastante más monocorde ideológicamente de lo que sugieren las apariencias de los diferentes nombres.

Un ejemplo de intervención del mercado es la publicidad institucional, que establece una relación clientelar entre determinadas instituciones públicas (no todas) y ciertos medios de comunicación social (Miguel y Pozas, 2009) propia del pluralismo polarizado (Hallin y Mancini, 2008). Así, en España se da una relación que puede definirse dentro del marco interpretativo del paralelismo político (Albuquerque, 2018; Mancini, 2012; Seymour-Ure, 1974) fundamentado en los vínculos establecidos entre algunos partidos políticos y determinados medios de comunicación social, tanto en términos económicos como de asimilación entre audiencias y electorados.

En España, los medios de comunicación social han incrementado sus entrelazamientos con la política, lo que ha intensificado influencias cruzadas ya existentes e introducido matices en la dirección en la que se ejerce dicha influencia. Una bidireccionalidad registrada también en el ámbito internacional, según la cual son los medios los que cada vez con mayor frecuencia dan forma a los discursos de determinados partidos políticos. Diversas investigaciones (Pas, Brug y Vliegenthart, 2017) concluyen en dicha bidireccionalidad al constatar cómo los discursos de determinados partidos políticos responden principalmente a los temas planteados en los medios que en mayor grado «consumen» sus votantes y, en el otro sentido, en la medida en la que los medios suelen incluir en su agenda temática los intereses de los partidos por los que vota su audiencia (Cazorla, Montabes y López-López, 2022).

87.2. Poderes económicos y medios de comunicación social

En la práctica, los medios de comunicación social, impulsados por los desarrollos de la sociedad de la información, han dado lugar a una revolución silenciosa en la ordinalidad del poder. Lejos quedan los momentos en los que eran correas de transmisión de mensajes establecidos por los partidos políticos en función de los clivajes electorales existentes. En la práctica, hoy los medios de comunicación social tienen capacidad para establecer la agenda temática (incluso mediante bulos y opiniones sesgadas) de los partidos políticos. Por eso, puede afirmarse que se ha modificado la lógica según la cual los partidos identificaban primero los clivajes que segmentan los electorados para intentar posteriormente ocupar las posiciones temáticas existentes en la agenda mediática que les eran más favorables. Ahora, en cambio, los medios

tienen capacidad para imponer tanto el fondo como la forma de determinados discursos políticos, lo que influye en las propuestas de algunos partidos.

La influencia de los medios sobre la agenda de los partidos políticos implica tanto a los contenidos, como a las formas en las que se generan y se alinean con dicha finalidad. En el caso español, son frecuentes los medios de comunicación social que «crean» o «inventan» noticias mediante simple *opinión* (sin *información*). La opinión se presenta de forma indistinguible de la información, de tal modo que no solamente se cualifica la realidad, sino que también se crea. Gracias a la «confusión» existente entre opinión e información, son muchos los medios de comunicación social que adquieren una capacidad creativa enorme, solo limitada por su imaginación, con la finalidad de favorecer a unos y perjudicar a otros en la lucha partidaria.

Con ello, los medios de comunicación social no solo generan una agenda comunicacional propia, sino que con frecuencia esta es impuesta a los partidos políticos, a quienes se llega a exigir que asuman tales posiciones políticas. Así, algunos medios actúan como auténticas locomotoras discursivas de determinados partidos políticos y potencian emocionalmente el alineamiento ideológico de sus audiencias. En el caso español, por lo general, son los medios conservadores los que condicionan de forma más intensa el debate público al orientar, dirigir en ocasiones, la comunicación política del Partido Popular. Este es un fenómeno especialmente acentuado entre partidos políticos y medios tradicionales conservadores. Se trata de algo que ocurre con el *ABC, La Razón, El Mundo*, A3, COPE y algunas otras cadenas de televisión y se da la peculiaridad de que algunos periódicos y plataformas de comunicación social no son ni siquiera propiedad de empresas españolas, sino de otros países. Un ejemplo claro de las dinámicas de vinculación entre medios conservadores y partidos políticos tradicionales se evidencia sobre todo en su relación con los nuevos partidos de extrema derecha.

En la extrema derecha, Vox y Se Acabó La Fiesta (SALF) utilizan fundamentalmente sus propios canales de difusión en *redes* o se basan en pseudomedios digitales de elevada intensidad ideológica. A su vez, algunos partidos políticos tradicionales como el PP se encuentran muy influidos por la agenda que establecen los medios de comunicación social conservadores, medios que necesitan para su vinculación con los electorados. No obstante, las formaciones de extrema derecha tienen una gran libertad comunicacional, dado que suelen difundir sus mensajes a las audiencias de forma directa.

Un ejemplo de este fenómeno es SALF, una entidad política de extrema derecha que surge repentinamente promovida por Álvaro Pérez (Alvise), un *influencer* con cientos de miles de seguidores en Instagram. En las elecciones europeas de 2024, Alvise convirtió a sus «seguidores» en electores al emplear casi de manera exclusiva la red social, sin mayor visibilidad o apoyo en los medios de comunicación social tradicionales.

De esta manera, los contenidos de los medios, tanto los tradicionales como las redes sociales, se convierten en argumentos para la acción política. Con contenidos que se emplean como armas para descalificar al adversario ante la opinión pública, pero también para involucrar al Poder Judicial. El 27 de abril

de 2024, la asociación Juezas y Jueces para la Democracia (JJpD) advertía en un comunicado del «riesgo» que representan las denuncias basadas «exclusivamente» en noticias de prensa y de que estas se conviertan en un «arma política». Las querellas y denuncias basadas en opiniones y bulos hechos públicos como si fuesen información han acabado siendo una forma de actuación habitual en el Partido Popular, en Vox y en otras asociaciones ultraderechistas. En esa línea estratégica, algunos medios se han convertido en elementos esenciales para suministrar posibles puntos de arranque judiciales. En esa lógica de mutación de la democracia, Minc (1995) ha subrayado que los poderes tradicionales referidos formalmente por Montesquieu han sido reemplazados por una nueva triada de poderes: la prensa, los jueces y la opinión pública. Entre los medios de comunicación social y las formaciones políticas se tiende a establecer un modelo relacional caracterizado por la dependencia mutua (Cazorla, Montabes y López-López, 2022) y por lo que Manin (1998) denomina *democracia de audiencias*. Para Manin, la democracia representativa clásica ha experimentado varias mutaciones significativas (Held, 1993; Manin, 1998; Zolo, 2000), correspondientes con las olas democratizadoras analizadas por Huntington. Partiendo de la *democracia parlamentaria* propia de la primera ola democratizadora (de 1828 hasta 1926), continuando con la *democracia de partidos* de la segunda ola democratizadora (de 1942 al 1964) y finalizando con la *democracia de audiencias* que coincide con la tercera oleada democratizadora.

Tales evoluciones implican un giro en la relación entre representantes y representados. En la *democracia de partidos,* los representantes políticos respondían a las demandas sociales, que se encontraban vertebradas en torno a cliques bien definidas, de naturaleza territorial, ideológica, económica, sociodemográfica, etc. En esa relación, la estructura socioeconómica e ideológica de los electorados daba forma a las propuestas políticas. Sin embargo, el debilitamiento de las cliques colectivas y los procesos de individualización han acabado transformando a los *ciudadanos* en *audiencias*.

Unas audiencias que se definen y conforman en relación con las informaciones que reciben, de tal forma que la presentación pública de los candidatos y sus ofertas políticas conforman estructuras y delinean las audiencias y los electorados. En España, desde la década de los años noventa del siglo XX, para la derecha y la extrema derecha los medios de comunicación social han sido el espacio en el que se generaba, se mantenía y se perdía el poder (Castells, 1995), una idea que Manin lleva al extremo, sosteniendo que «la forma de gobierno representativo que está emergiendo se caracteriza, por lo tanto, por tener un nuevo protagonista […], el votante flotante, y un nuevo foro: los medios de comunicación social» (Manin, 1998, pp. 283 y 285). De hecho, en la actualidad los medios de comunicación social en España se han convertido ya en uno de los nexos principales entre los partidos políticos y los electorados.

Esta situación implica que las agendas informativas de los partidos políticos se encuentran condicionadas por las de las empresas que tienen sus propios intereses económicos e ideológicos. En tal sentido, se interrumpen los procesos de convergencia temática-ideológica que se producían en los programas de los partidos políticos como consecuencia de su interés para responder a las inquietudes sociales.

En la lógica del votante racional, el principio rector de la estrategia política de los partidos se orientaba a dar respuesta a los principales problemas de los ciudadanos, con la finalidad de optimizar su apoyo electoral, de modo que se producía un efecto de convergencia. En ese sentido, la teoría espacial del voto consiste precisamente en buscar una combinación de temas que maximice el apoyo electoral de un partido político. La consecuencia de esta estrategia basada en los clivajes sociales fue la convergencia temática de las propuestas políticas de los partidos (Alaminos, 2017), así como una tendencia a una cierta ambigüedad programática.

En la *democracia de las audiencias,* la necesidad de espectacularización y el énfasis en las emociones produce un efecto de polarización, opuesto a la convergencia programática propia de la *democracia de partidos*.

Así, lo que articula a los electorados ya no son los clivajes clásicos, sino solo uno de naturaleza ideológica: *nosotros contra ellos* en cualquier tema o posición. Un reduccionismo que están aplicando en España la mayoría de las formaciones políticas de derechas.

Aunque ninguna teoría es completamente explicativa de todas las dinámicas políticas, en el caso español, la orientación ideológica de los medios, como se indicará más adelante, condiciona de forma significativa tanto a los electorados como a los partidos políticos, sobre todo los conservadores. De hecho, los líderes y las siglas reciben una mayor visibilidad siempre y cuando estos asuman la agenda y los discursos propuestos por las empresas de comunicación.

Consecuentemente, en la *democracia de audiencias* se produce una retroalimentación entre el funcionamiento mediático (las audiencias equivalen a los electorados) y las formas de hacer política. La relación entre los medios de comunicación social y la democracia se ha llegado a entrelazar de una forma tan estrecha que han llegado a definir una nueva realidad que el Consejo de Europa ha denominado *mediocracia*. Son varios los autores que han propuesto diversas denominaciones compuestas para referir ese entrelazamiento de intereses público-privados que están dando forma al modo de hacer política en la sociedad de la información.

Dichas denominaciones vienen condicionadas por el momento histórico en el que se crearon y ponen el énfasis en los medios predominantes en términos de difusión. Desde el punto de vista de las formas de comunicar, se ha propuesto la noción de *vídeo-política* (Sartori, 1998a) que subraya cómo la política tiende a expresarse asumiendo códigos propios del medio televisivo: audiovisualización, espectacularización, personalización, etc. (Martínez-Pandiani, 2006).

Más recientemente, con la eclosión de los medios digitales y las redes sociales, se ha propuesto la noción de *ciberpolítica* (Baggiolini y Castro-Rojas, 2016) al identificar una nueva forma de presentar el mensaje político adecuado a las características de la red. Se trata de una transformación que, para algunos, implica el desarrollo de nuevas formas de ser y de evolucionar, desde el *homo videns* al *homo Twitter* (Cansino, Calles-Santillana y Echeverría, 2016,

p. 1). Estos enfoques ponen de relieve la visión general, de forma que medios de comunicación social y política conforman un tándem decisivo en las democracias representativas de la *sociedad de la información*.

En resumen, la *democracia de las audiencias* implica que la lucha por el poder no se desarrolla básicamente en los parlamentos en unos debates entre las diferentes propuestas de los diferentes partidos políticos, sino que el debate se traslada a los medios de comunicación social, en los que los candidatos exponen sus argumentos en forma de monólogos intentando captar la atención y el apoyo de las audiencias. Se trata, pues, de una dinámica que, con frecuencia, conlleva como estrategia central los discursos negativos y destructivos sobre los demás partidos políticos. De hecho, cuando los discursos políticos apelan básicamente a las emociones de las audiencias, la descalificación del contrario se convierte en un procedimiento eficaz y directo. En consecuencia, los discursos negativos tienden a ocupar la agenda y desplazan los mensajes positivos de carácter propositivo.

La interpenetración entre los partidos políticos y los medios de comunicación social a la que se está llegando se plasma de forma notable en el caso de aquellos partidos políticos para los que la actividad comunicativa se convierte en su tarea fundamental, lo que hace que:

> […] sus oportunidades de triunfo las representen el dinero y la comunicación […] El clima de opinión imperante, la trivialización, simplificación y vaciamiento temático e ideológico del mensaje informativo facilitan la aparición de un partido que se organice e identifique con el llamado nuevo proceso político. El *media party* sería así –se nos dirá– expresión de la cultura política de la mediatización informativa (Rospir, 1998, pp. 65-66).

De hecho, en la historia reciente de España han aparecido una serie de partidos políticos identificados con diferentes espacios ideológicos que han respondido a esta noción del *media party*. Organizaciones que sin apenas implantación territorial u organización han alcanzado apoyos electorales significativos, basados esencialmente en la imagen pública que trasmiten los medios de comunicación social. Estos partidos son muy dependientes de los medios de comunicación social, hasta el punto de que su fortaleza, e incluso su supervivencia, dependen de ellos. Cuando desaparecen de la agenda mediática, tienden a debilitarse y diluirse. En ese sentido, se caracterizan por una repentina aparición pública y un crecimiento electoral exponencial y desaparece posteriormente con idéntica rapidez, con lo que se asemejan al modelo de *partido profesional* (Panebianco, 1982).

Los medios de comunicación social y la promoción que efectúan establecen la conexión entre los líderes políticos y las audiencias (potenciales electores) incluso sin necesidad de organización formal establecida. Por ejemplo, con orientación liberal aparecieron en España partidos como Unión, Progreso y Democracia o Ciudadanos, que en las elecciones locales recibían una intención de voto apreciable, incluso en municipios donde no se presentaban. En su expansión, se fundamentaron en una especie de sistema de franquicias, al

basarse en candidatos que procedían en su mayoría de otros partidos políticos u organizaciones sociales, e incluso de «clubs de debate».

La consolidación de la *democracia de audiencias* se refleja también en los extremos del arco ideológico español, donde tenemos ejemplos muy significativos. En mayo de 2011 se produjo en España un movimiento social de malestar con la política y los políticos en el marco de una profunda crisis económica, un malestar transversal y de amplio espectro ideológico que fue etiquetado como *indignación* y que conformó una matriz de apoyos electorales potenciales para el surgimiento de nuevas formaciones políticas.

En la extrema izquierda, Podemos (fundado en enero de 2014) constituye un ejemplo claro del tipo de partidos o coaliciones que surgen en virtud de la intervención –reconversión– de ciertos medios de comunicación social en portavoces-representantes políticos de amplios movimientos sociales para intentar proporcionar una única voz política de cariz progresista al malestar social expresado en los acontecimientos que giraron en torno al 15 de mayo de 2011. Para dichos acontecimientos, resultó fundamental la labor de medios de comunicación social como la SER, o la Sexta TV, que establecieron una conexión privilegiada entre la formación política Podemos y una audiencia difusa cuya sustentación y coherencia procedía básicamente de la *indignación con la política*.

La *indignación política* se ramificó también en los apoyos a un partido de ultraderecha como Vox, fundado en diciembre de 2013. La gestión económica y política del Partido Popular, tras su llegada al Gobierno en 2011, defraudó en tan alto grado las expectativas de un número apreciable de ciudadanos conservadores que llevaron a estos a buscar respuestas en otras alternativas más radicales. En este sentido, fueron fundamentales tanto las redes sociales como los medios de comunicación social tradicionales para erigir a Podemos y a Vox en representantes del malestar. No solo por darles visibilidad, sino también por establecer la conexión entre una audiencia difusa indignada y una expresión política concreta.

La dinámica de retroalimentación existente entre los intereses ideológicos y económicos de ciertos medios de comunicación social y determinados partidos políticos está siendo causa y consecuencia del malestar creciente que se constata en nuestros días en las democracias. La difusión de discursos negativos alimenta una cultura de antipolítica y desconfianza que alcanza tanto a los medios de comunicación social como a determinados actores políticos e institucionales.

Dado que la conexión entre partidos políticos y audiencias se establece en gran parte mediante los medios de comunicación social, estos están alcanzando una intensidad ideológica bastante elevada. Como resaltaremos más adelante, en España es fácil identificar la afinidad ideológica de ciertos medios de comunicación social como consecuencia del giro establecido. Los medios no son ya principalmente correas de transmisión ideológica y temática de los mensajes de partidos políticos tradicionales, sino que el discurso de los partidos conservadores está siendo «secuestrado» en buena medida por los medios que establecen la conexión con las audiencias. En España, la relación de interdependencia (paralelismo político) entre partidos políticos y medios de

comunicación social es particularmente elevada, sobre todo los de ideología conservadora. Se trata, pues, de una característica que ha estado presente de forma permanente, y con un grado de militancia política creciente, desde finales de la década de los años ochenta del siglo pasado hasta la actualidad.

En la medida que la neutralidad de los medios de comunicación social expresa –y traduce– la idea de información objetiva, parece evidente que una información no neutral, e ideologizada, aleja a los medios de su función esencial, ya que una ideología es una forma de ver y mirar el mundo. Por lo tanto, la no neutralidad de los medios los convierte en la práctica en una lente de opinión, en definitiva, en creadores de una realidad específica conformada por unos valores e intereses particulares. En ese sentido, los datos disponibles evidencian que en España se ha intensificado tanto la pluralidad polarizada como el pluralismo político, lo que ha dado lugar a la consolidación de una *democracia de audiencias*.

Para el análisis específico de estos fenómenos y tendencias se utilizan aquí los datos de diversos eurobarómetros, así como varias encuestas efectuadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas para conocer el uso y percepción pública de los medios de comunicación social en España. Los datos proceden del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas, realizado entre el 18 de septiembre y el 16 de octubre de 2023[1], con una muestra total de 27 433 entrevistas.

87.3. Singularidades del caso español

Uno de los rasgos singulares de la sociedad española en el primer cuarto del siglo XXI es la existencia de un desacople importante entre el mapa de las autoubicaciones político-ideológicas de la población, que se sitúa mayoritariamente en posiciones de izquierda moderada, y los lugares donde la mayoría de la población ubica a los principales medios de comunicación social (en la derecha neta, en general) (véase cuadro 87.1).

No deja de ser llamativo en este sentido que, mientras dos tercios de la población española (un 62,2 %) se ubican en los cinco espacios de la izquierda, la gran mayoría de los medios de comunicación social españoles se sitúen en los espacios de la derecha en su conjunto, con situaciones especialmente sangrantes como que prácticamente ningún medio se sitúa en los tres espacios más a la izquierda[2], donde está un 30 % de la población española mayor de dieciocho años, proporción que llega a un 34,5 % si incorporamos a la mitad de los que se sitúan en el 4, espacio a partir del cual (4,5) son situados algunos de los medios de comunicación social menos derechizados.

---

[1] Para un nivel de confianza del 95,5 % (dos sigmas) y P = Q, el margen de error muestral es de ±0,6 % en un supuesto de muestreo aleatorio simple. Los cuestionarios se aplicaron mediante entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI).

[2] Únicamente La Sexta es situada en el 3,87, prácticamente ya en el borde del 4.

CUADRO 87.1. *Desequilibrios entre los espacios político-ideológicos donde se autoubican los españoles y donde sitúan a los principales medios de comunicación social*

Espacios en los que se ubica a los principales medios de comunicación social	Televisiones			La Sexta (3,87)	TVE (4,46) Cuatro (4,99)	Telecinco (5,54)	Antena 3 (6,26)				
	Emisoras de radio				La SER (4,71) RNE (4,71)		Onda Cero (6,07) EsRadio (6,36)	COPE (7,76)			
	Periódicos				El País (4,33) elDiario.es (4,60)	La Vanguardia (5,48)	El Mundo (6,85)	ABC (7,61) La Razón (7,44)			
Espacios político-ideológicos donde se sitúan los españoles en 2023 (media anual)		11,8 %	5,8 %	13,0 %	10,1 %	22,7 %	8,7 %	8,2 %	6,2 %	1,4 %	6,3 %
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Fuente: Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Esto da lugar a una clara descompensación, con un destacado sesgo político que tiene efectos y consecuencias no desdeñables, tanto en la manera en la que discurre buena parte de la vida política española –con sus debates, tensiones y conflictos– como en la forma en la que se informa sobre estos, donde se ve una clara tendencia a que los debates políticos y las informaciones –y bulos– se vean sesgados recurrentemente hacia la derecha. A ello hay que añadir sus impactos políticos y electorales correspondientes. Se trata de un sesgo que puede llegar a tener efectos inquietantes en la medida que las prácticas informativas están tendiendo, como ya hemos subrayado, hacia patrones comunicativos cada vez más agresivos e inclinados hacia el objetivo de intentar denigrar y destruir a los adversarios (de izquierdas) mediante la utilización de bulos e infundios de todo tipo.

Lo que ocurre en España no es un caso aislado en el panorama internacional, especialmente en momentos caracterizados por el auge de los «trumpismos» y diversos tipos de extremismos.

En principio, el sesgo hacia la derecha en las estructuras de comunicación obedece a razones económicas y de poder de fondo, ya que en casi todos los países los grandes grupos de poder económico, con sus correspondientes ramificaciones e interconexiones internacionales, están intentando mantener bajo control –o influencia– al Poder Ejecutivo. Sobre todo. De ahí el esfuerzo financiero que viene realizándose para controlar las estructuras y medios de comunicación social.

En España, a esta dinámica general se han unido circunstancias específicas de su historia reciente, de forma que en la sociedad española ni siquiera han persistido las cabeceras y grandes medios de orientación liberal y democrática que surgieron en muchos países en las primeras fases de la revolución industrial, así como en los años y ciclos posteriores. Ello permite que hoy en día el apoyo continuado de sus lectores, junto con otras ayudas específicas, hayan posibilitado en varios países la pervivencia de grandes periódicos como el *New York Times, The Washington Post, The Guardian, Le Monde,* etc.

Se trata de periódicos que no siempre han podido evitar ser «comprados» y «condicionados» por grandes potentados, como se pudo constatar en las elecciones de Estados Unidos de América de 2024, con el vergonzoso caso de la intervención paralizadora del nuevo dueño del hasta entonces acreditado *The Washington Post* o con la influencia sesgadora introducida en redes sociales potentes, como Twitter, que después de excluir a Trump para intentar desterrar sus modos y modales, acabó siendo «comprada» por uno de sus principales valedores (Musk), que no tardó en ponerla descaradamente al servicio de la estrategia «trumpista», después de cambiar incluso su nombre por una enigmática X.

Lo peculiar del caso de España, en sentido negativo, es que no ha sido posible mantener y preservar la presencia de ningún medio de comunicación social histórico de orientación liberal o progresista debido a la ruptura violenta que supuso la Guerra Civil, que tuvo lugar desde julio de 1936 hasta abril de 1939, guerra que, entre otras cosas, provocó la supresión y prohibición de cualquier espacio de libertad de prensa y la persecución terrible de todo lo

que suponía libertad, intelectualidad y opinión crítica y libre, desde el célebre grito de Millán-Astray de «¡muera la inteligencia!», proferido contra Miguel de Unamuno, hasta el cierre de numerosas cabeceras y la persecución sistemática contra las maestras y los maestros republicanos y buena parte de los Catedráticos de Universidad y de otros tipos de intelectuales, pensadores, escritores y periodistas a los que se consideraba *peligrosos*.

Incluso en los últimos años del franquismo continuaron persiguiéndose iniciativas informativas aperturistas, con el símbolo de la *voladura* (*sic*) de la sede del diario *Madrid*, que había abierto la vía de un tímido intento de información libre y veraz.

Tal ruptura, tan profunda y radical, explica que en el panorama mediático español no existan grandes periódicos de referencia de orientación progresista y de izquierdas, y que, por el contrario, persistan importantes residuos de la estructura ideológica y comunicacional del franquismo, etapa en la que algunos periódicos funcionaron durante las primeras etapas, instalados en las propias sedes y con las instalaciones y recursos (incautados) de periódicos de orientación republicana o liberal y democrática.

Si a todos estos condicionantes se añaden los cuantiosos recursos que se necesitan en las sociedades actuales para organizar y mantener un periódico o una cadena de televisión, se entiende que las barreras económicas hayan dado lugar en casi todos los países a unas estructuras de comunicación que, en gran parte, están condicionadas por –y supeditadas a– los grandes conglomerados y poderes económicos. Hasta el punto de que, en algunos casos, se está asistiendo a situaciones tan explícitas y singulares como que grandes magnates lleven añadido a su poderío económico la circunstancia de tener a su servicio un gran medio de comunicación social (periódicos o televisiones), así como alguna red propia, como es el caso de X (antes Twitter).

87.4. Una pluralidad ideológica frustrada

El reto de la pluralidad ideológica de los medios de comunicación social nos remite a la necesidad de garantizar una oferta informativa que cubra un número suficiente de puntos de vista distintos y alternativos. No se trata meramente de una cuestión del número de cadenas de televisión, de emisoras de radio o de cabeceras de periódicos, sobre todo cuando muchas de ellas pertenecen a grupos editoriales y corporaciones audiovisuales que mantienen una línea editorial común. Por lo tanto, cierta diversidad es solo aparente.

En la evolución de la pluralidad ideológica de los medios de comunicación social, es necesario diferenciar dos etapas: antes y después de la aparición de la *Red*. En una primera etapa, existía un predominio de medios analógicos pertenecientes a una estructura del mercado de la comunicación que requería fuertes inversiones de capital. La prensa impresa, las emisoras de radio y las cadenas televisivas se encontraban bajo la supervisión y control estricto de empresas que establecían sus objetivos y su política editorial;

empresas cuyos intereses ideológicos conducían a la concentración de estrategias editoriales, tal y como se evidenció en la campaña mediática contra los Gobiernos socialistas españoles en la década de los años noventa del siglo pasado (Alaminos y Penalva, 2010).

Con la eclosión de los medios digitales, en plena expansión de la *sociedad de la información*, la pluralidad se incrementó en cierto grado y sentido. Los costes de los medios digitales son sensiblemente inferiores a los analógicos y tiene, además, las ventajas de la inmediatez y de la flexibilidad de acceso mediante dispositivos digitales. Las publicaciones digitales y las nuevas tecnologías de la información han permitido la aparición de medios que escapan al control férreo de las grandes corporaciones. Por ello, la sociedad española ha podido acceder en años recientes a informaciones relacionadas con personajes públicos que habían permanecido fuera de la agenda mediática durante bastantes años.

Sin embargo, la eclosión de medios digitales también ha permitido, en un efecto secundario indeseable, la difusión de *desinformaciones* y *bulos* con un bajo coste, tanto económico como legal. Las potenciales bondades de la pluralidad informativa que podían ofrecer los medios digitales frente a los oligopolios comunicacionales se atenúan cuando muchos de estos medios digitales se multiplican físicamente, pero conservan una uniformidad ideológica importante. En la práctica, lo que en realidad se crea es una diversidad figurada de fuentes que actúan como una cámara de eco en la reproducción de determinados bulos y desinformaciones. Un ejemplo de esto se constata en la prensa impresa y en la digital, donde cabeceras diferentes, pero con frecuencia pertenecientes al mismo grupo editorial o financiadas por la misma empresa o institución ofrecen una imagen de pluralidad de fuentes realmente inexistente. Algo que se refleja, sobre todo, en la prensa local o provincial que «mimetiza» y replica en una multitud de espejos la misma idea, opinión o bulo.

> Las nuevas posibilidades que ha introducido la revolución tecnológica no solo permiten una gran rapidez de la transmisión y una mayor «cercanía» a las noticias, sino que también hacen posible acceder a una gran cantidad de informaciones, a veces hasta el límite de la saturación, produciendo sensaciones de variabilidad y disponibilidad que tienden a ocultar el empobrecimiento real de muchos de los contenidos, el desdibujamiento de las diferencias entre la «opinión» y la «información» (todo tiende a aparecer sometido a «lecturas previas»), y la unidireccionalización en la presentación de los hechos (Tezanos, 2002, p. 234).

En ese sentido, la revolución tecnológica está operando de forma contradictoria. Por un lado, contribuye a la agravación de la desinformación; por otra, ayuda a aliviar parte de los déficits democráticos preexistentes en el ámbito de la comunicación social. En términos generales, gracias a la digitalización de los medios, los ciudadanos tienen más opciones de acceder a, y de seleccionar, la información y construir su propia opinión más allá de la monofonía impuesta por los medios analógicos, inmersos desde hace tiempo en una dinámica de concentración empresarial y editorial.

Tabla 87.1. *Opiniones sobre aspectos de la comunicación que se cree que han mejorado, han empeorado o se han mantenido igual en España en los últimos cinco años (%)*

	Ha mejorado	*Se ha mantenido igual*	*Ha empeorado*	*N. S.*
La diversidad de los medios de comunicación, que permite disponer de información suficiente y expresar opiniones diferentes.	25	39	34	2

Fuente: Eurobarómetro Especial 553 sobre el Estado de Derecho. Campo entre el 30 de abril de 2024 y el 20 de mayo de 2024, n=1000 entrevistas.

Ese doble efecto contradictorio de los medios digitales (pluralidad anulada por la masividad) se refleja en la opinión pública española cuando se plantea cómo perciben que ha evolucionado en los últimos cinco años. En el Eurobarómetro de abril de 2024, un 25 % de los españoles afirmaba que la pluralidad había mejorado, un 39 % opinaba que permanecía igual y un 34 %, que había empeorado. Dado que la eclosión de los medios digitales en España es bastante anterior, la medición del impacto objetivo de la digitalización sobre la pluralidad actual refleja una dinámica acumulada. Así, en un estudio realizado en 2018, se identificaron más de tres mil medios digitales activos en España, un tercio de ellos nacidos en la Red (Salaverría, Martínez-Costa y Breiner, 2018).

En todo caso, es preciso ponderar la pluralidad figurada de medios y pseudomedios en el marco que definen sus audiencias. En España, los medios tradicionales pertenecientes a grandes grupos editoriales son los que continúan registrando un nivel mayor de audiencia. No obstante, se van estableciendo medios de información alternativos, esencialmente digitales, como es el caso de *elDiario.es*, que han alcanzado un nivel de audiencia elevado.

Los medios de comunicación digitales han abierto (para bien y para mal) vías de comunicación e información pública alternativas, frente a la anterior estructura de oligopolio comunicacional. Esto es especialmente relevante en países como España, donde existía desde hace décadas una dinámica de concentración de la propiedad de los medios de comunicación social –y, con ello, del poder político y económico– en torno a grandes conglomerados y grupos editoriales; una dinámica de concentración que incrementaba el sesgo ideológico, tal como puede observarse en la coordinación editorial entre los medios del mismo grupo (Tezanos, 2002).

Si consideramos la audiencia de los medios escritos a nivel nacional, así como la ubicación ideológica que le otorgan aquellos que los siguen como medio de referencia (véase tabla 87.2), se puede constatar una evolución adicional sobre el estado real de la pluralidad ideológica. Un 56,6 % de la audiencia total sigue como fuente de información quince cabeceras de ámbito nacional, de las que aproximadamente la mitad (siete cabeceras) concentran el 51 % de audiencia total y cuatro de ellas son ideológicamente de derechas. El resto de la audiencia de medios nacionales (5,5 %) se fragmenta en ocho

cabeceras de las que seis son consideradas de derechas, de modo que son nueve cabeceras en conjunto las que se ubican en la derecha, *La Gaceta* (7,7), *ABC* (7,7), *La Razón* (7,5), *El Mundo* (6,7), *Okdiario* (6,4), *Expansión* (6,4), *Cinco Días* (6,2), *Elespañol.com* (6,0) y *El Confidencial.com* (5,9). Una se sitúa en el centro, *20minutos* (5,2), y cuatro son consideradas más o menos progresistas, *Infolibre* (4,0), *El País* (3,8), *Público.es* (3,7), *elDiario.es* (3,0) y *El Imparcial* (2,5).

En suma, de los quince principales medios de comunicación social españoles de ámbito nacional, diez son considerados ideológicamente de derechas o centro-derecha por sus propios lectores o seguidores y concentran entre ellos un 29,8 % de la audiencia de prensa nacional, en tanto que los considerados como medios moderadamente progresistas son seguidos por el 26,8 % de la audiencia total.

El 28,5 % de la audiencia que se informa mediante la prensa tiene como referencia uno de los setenta y cuatro medios de ámbito autonómico o local. Según la ubicación atribuida por sus lectores, cincuenta y uno de ellos se sitúan ideológicamente entre el 6 y el 7, y llegan a un 20,5 % de la audiencia. A su vez, de las quince cabeceras ubicadas ideológicamente en el centro, cinco tienen una audiencia en su conjunto del 8 %. La prensa considerada de izquierdas (ubicada en las posiciones ideológicas 3 y 4), corresponde a prensa autonómica de Cataluña y País Vasco.

Resulta evidente, pues, que la mayoría de los medios de comunicación social, tanto a nivel nacional como autonómico o local, están ubicados por sus lectores en el ámbito conservador de la derecha y el centro-derecha. Por lo tanto, hay que concluir que la mayor fragmentación de los medios de comunicación social en España no implica una mayor pluralidad, en la medida que muchos de ellos son medios conservadores que actúan como cámaras de eco, aunque sin alcanzar un impacto directo elevado sobre las audiencias.

TABLA 87.2. *Porcentaje de lectores según cabecera, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)*

Cabecera	*N*	*Lectores*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
El País	6857	19,3	3,8
El Mundo	4438	12,5	6,7
ABC	2343	6,6	7,7
ElDiario.es	1595	4,5	3,0
La Razón	1118	3,1	7,5
El Confidencial.com	947	2,7	6,0
Público.es	823	2,3	3,7
20minutos	546	1,5	5,2
OkDiario.es	472	1,3	6,4

Tabla 87.2. *Porcentaje de lectores según cabecera, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)* (continuación)

Cabecera	*N*	*Lectores*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
Elespañol.com	339	1	6,0
Expansión	292	0,8	6,4
Infolibre	243	0,7	4,0
Cinco Días	82	0,2	6,2
La Gaceta	31	0,1	7,7
Elimparcial.es	3	0	2,5
El Periódico de Cataluña	461	1,3	4,5
Diario de Sevilla	184	0,5	5,3
Ideal (Granada, Jaén, Almería)	171	0,5	5,4
Diario Sur (Málaga)	147	0,4	5,6
Diario de Cádiz	120	0,3	5,7
La Opinión de Málaga	54	0,2	5,7
La Voz de Almería	70	0,2	6,0
Córdoba	46	0,1	5,6
Diario de Jaén	23	0,1	5,7
Diario de Jerez	35	0,1	5,9
El Correo de Andalucía	28	0,1	5,6
El Día de Córdoba	31	0,1	6,8
Granada Hoy	46	0,1	4,8
Huelva Información	50	0,1	5,8
La Voz de Cádiz	20	0,1	5,6
Heraldo de Aragón	299	0,8	5,9
El Periódico de Aragón	78	0,2	5,6
Diario del Alto Aragón	24	0,1	4,4
La Nueva España	262	0,7	5,7
El Comercio	195	0,5	5,4
La Voz de Asturias	37	0,1	5,7
Última Hora	163	0,5	5,2
Diario de Mallorca	131	0,4	5,2
Diario Baleares	13	0	4,4
La Provincia	191	0,5	5,7
Canarias 7	126	0,4	5,7
El Dia de Canarias	61	0,2	5,4
El Diario Avisos	65	0,2	5,1
El Diario Montañés	142	0,4	6,2

TABLA 87.2. *Porcentaje de lectores según cabecera, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)* (continuación)

Cabecera	*N*	*Lectores*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
El Alerta (Cantabria)	11	0	5,5
La Tribuna de Albacete	26	0,1	5,8
La Tribuna de Ciudad Real, Toledo y Talavera	39	0,1	6,0
El Día (Castilla-La Mancha)	4	0,01	7,0
El Norte de Castilla	158	0,4	6,2
Diario de León	89	0,3	5,7
Diario de Burgos	80	0,2	6,8
La Gaceta Regional de Salamanca	63	0,2	6,9
La Opinión-El Correo de Zamora	48	0,1	6,0
Diario de Ávila	11	0,02	7,1
Diario Palentino	15	0,02	5,7
El Adelantado de Segovia	11	0,02	6,5
Heraldo de Soria	5	0,01	7,0
La Vanguardia	2027	5,7	5,5
Ara	333	0,9	4,1
El Punt-Avui	82	0,2	4,4
Elnacional.cat	84	0,2	4,0
Diari de Girona	53	0,1	5,0
Diari de Tarragona	46	0,1	5,3
Diari de Sabadell	4	0,01	7,0
Diari de Terrassa	6	0,01	4,2
Levante	283	0,8	5,2
Las Provincias	210	0,6	5,9
Información de Alicante	135	0,4	5,4
Mediterráneo	71	0,2	5,9
Hoy-Diario de Extremadura	144	0,4	5,3
Periódico de Extremadura	65	0,2	5, 6
La Voz de Galicia	828	2,3	6,2
Faro de Vigo	255	0,7	5,6
El Progreso (Lugo)	88	0,2	6,1
La Región (Orense)	63	0,2	6,6
Diario de Pontevedra	38	0,1	6,1
El Correo Gallego	41	0,1	6,5
La Verdad	194	0,5	6,3

Tabla 87.2. *Porcentaje de lectores según cabecera, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)* (continuación)

Cabecera	*N*	*Lectores*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
La Opinión de Murcia	121	0,3	6,2
Diario de Navarra	166	0,5	6,3
Diario de Noticias (Álava, Navarra)	101	0,3	4,7
El Correo	447	1,3	5,9
El Diario Vasco	229	0,6	5,7
Deia	104	0,3	5,7
Gara	79	0,2	3,5
Berria	40	0,1	3,0
La Rioja	81	0,2	6,1
El Faro (Ceuta y Melilla)	20	0,1	6,0
El Pueblo de Ceuta	10	0,02	6,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Por su parte, las audiencias de los medios televisivos se encuentran más concentradas. Las nueve cadenas de ámbito nacional acumulan el 85,9 % de la audiencia, si bien con una distribución muy desigual. Así, cuatro medios (TVE1, Antena 3, La Sexta y Telecinco) acumulan prácticamente el 75 % de la audiencia total.

Las propias audiencias ubican como conservadoras a tres cadenas que suman un 25,8 % de audiencia total: Intereconomía (con media ideológica de 8,3), 13TV (7,5 de media) y Antena 3 (6,2). De centro son consideradas cuatro cadenas, con el 20,5 % de audiencia: La 2 (5,7), Telecinco (5,5), Canal 24 horas (5,3) y el canal Cuatro, con un 4,9 de media.

Finalmente, se consideran progresistas a dos: TVE1, con una media ideológica del 4,6, bastante cercana al centro, y La Sexta (3,7). Suman ambas un 39,6 % de audiencia total.

Considerando las audiencias totales de las cadenas televisivas, el 46 % se informa por cadenas que consideran de centro o derecha y un 39,6 % por cadenas consideradas progresistas (más o menos), con una estructura general algo menos equilibrada respecto a las observadas en la prensa.

Por su parte, de las veintidós cadenas de televisión autonómicas y locales identificadas por los entrevistados (como referencia informativa para el 12,9 %), diecisiete son identificadas (tres más con mención genérica de base autonómica o local) como orientadas ideológicamente hacia la derecha o la extrema derecha (con medias entre el 6 y el 8). Estas cadenas autonómicas o locales netamente conservadoras representan un 5,8 % de la audiencia total. Se trata de medios como Canal Extremadura (8,1), TVC Canarias (6,9), TVG Galicia (6,9), Telemadrid (6,7) o Canal Sur (6,7).

A su vez, las cadenas autonómicas consideradas de centro (situadas entre el 5 y el 5,4) se sitúan en Cataluña, Baleares, Comunidad Valenciana, País Vasco o Asturias: ETB (5,4), TPA Asturias (5,4), ETB 1 (5,4), IB3 Baleares (5,3), TV3 (5,2), Á Punt (5,1) y 3 24 (5,0). No existen cadenas de televisión locales o territoriales que sean consideradas progresistas, con ubicaciones ideológicas medias inferiores al 5.

TABLA 87.3. *Porcentaje de audiencia según canal de televisión, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)*

Canales	*N*	*Audiencia*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
TVE1	8854	24,1	4,6
Antena 3	8677	23,6	6,2
La Sexta	5710	15,5	3,7
Telecinco	4244	11,5	5,5
Cuatro	1454	4,0	4,9
Canal 24 horas	1356	3,7	5,3
13TV	772	2,1	7,5
La 2	463	1,3	5,7
TV3	1602	4,4	5,2
Canal Sur	549	1,5	6,7
ETB 2	358	1,0	5,4
Telemadrid	368	1,0	6,7
TVG (Galicia)	279	0,8	6,9
3 24	154	0,4	5,0
Á Punt	150	0,4	5,1
Aragón TV	141	0,4	6,0
ETB 1	144	0,4	5,4
TVC (Canarias)	150	0,4	6,9
IB3 (Baleares)	75	0,2	5,3
Televisión de Castilla-La Mancha (TVCM)	65	0,2	6,2
TPA (Asturias)	60	0,2	5,4
7 Televisión Pública Región de Murcia	30	0,1	6,4
8TV	19	0,1	5,6
Canal Extremadura	37	0,1	8,1
Intereconomía TV	43	0,1	8,3
TVCYL (Castilla-León)	28	0,1	6,3
Barcelona TV (BTV)	14	0	5,8
CANAL 33	7	0	5,6

TABLA 87.3. *Porcentaje de audiencia según canal de televisión, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)* (continuación)

Canales	*N*	*Audiencia*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
TVE (sin especificar canal)	89	0,2	6,3
ETB (sin especificar canal)	69	0,2	5,3
Otras televisiones autonómicas	111	0,3	6,2
Televisiones locales	137	0,4	5,8
Otras cadenas de televisión	94	0,3	6,4
Otros canales internacionales	65	0,2	5,3
Otras	168	0,5	6,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

A su vez, en lo que se refiere a las emisoras de radio, y considerando la dificultad añadida que supone conectarse mediante acceso a Internet, de las diez principales emisoras de radio de difusión nacional (que tienen un 71 % de la audiencia), las cinco emisoras consideradas conservadoras suman el 36,5 % de los oyentes: COPE (7,8), Radio Intereconomía (7,5), Radio Teletaxi (6,8), Onda Cero (6,12) y esRadio (5,8).

De centro moderado son consideradas Radio Voz (5,5) y varias emisoras de Radio Nacional, si bien Radio Nacional es ubicada en un 4,8 de media ideológica.

La cadena considerada más progresista es la SER, a la que su audiencia sitúa en un 3,6 de media ideológica.

Respecto al conjunto de las cadenas de radio de ámbito nacional, se constata una mayor cantidad de emisoras conservadoras. Sobre todo teniendo en cuenta que Radio Nacional de España es situada por la media en el espacio del 5 y que la única emisora que la audiencia considera progresista es Cadena SER.

Además de las audiencias, es importante la frecuencia de seguimiento de los medios. En este caso, los datos del Eurobarómetro 100.2 indican cómo el medio más seguido en España es la televisión, con un 76 % que dice seguirla todos los días y el 11 % varios días a la semana. Con menor frecuencia se ve la televisión a través de Internet, con un 21 % que la sigue casi todos los días.

Un fenómeno inverso se da con la prensa escrita, con solo un 11 % que dice que la lee todos los días en papel impreso y un 46 % declara que la sigue en Internet, aún sin estar suscrito. Es decir, la sigue en cierto grado y con las limitaciones propias de los no suscriptores, que en la mayor parte de los casos solo tiene acceso a «titulares» y poco más.

Un 56 % declara que siguen las redes sociales todos los días. A su vez, la radio es escuchada por un 31 % casi todos los días y por un 18 % varias veces

TABLA 87.4. *Porcentaje de audiencia según emisora de radio, con sus ubicaciones ideológicas (total nacional)*

Cadena	*N*	*Audiencia*	*Ubicación ideológica media según lo ubican sus audiencias*
Cadena SER	6499	25,3	3,6
COPE	4777	18,6	7,8
Onda Cero	3565	13,9	6,1
RNE	1936	7,5	4,8
esRadio	938	3,6	5,8
RNE-Radio 5-Todo Noticias	351	1,4	5,3
RNE-Radio 1	132	0,5	5,3
Radio Teletaxi	39	0,2	6,8
Radio Intereconomía	20	0,1	7,5
Radio Voz	21	0,1	5,5
À Punt Radio (Radio de Valencia)	44	0,2	4,6
Aragon Radio	58	0,2	5,2
Canal Sur Radio	231	0,9	6,4
Catalunya Informació	141	0,5	5,2
Catalunya Radio	688	2,7	5,2
Euskadi	82	0,3	5,2
IB3	34	0,1	5,1
Onda Regional de Murcia	13	0,1	6,0
Onda Vasca	16	0,1	5,0
RAC 1	946	3,7	5,2
Radio 7	9	0	5,9
Radio Castilla-La Mancha	24	0,1	4,4
Radio Euskadi Gaztea	36	0,1	4,6
Radio Euskadi, Euskadi Irratia	166	0,6	5,0
Radio Galega	99	0,4	6,3
RNE-Ràdio 4	16	0,1	5,1
RPA (Radio Principado de Asturias)	10	0	4,8
Radios autonómicas o locales	488	1,9	5,7
Radios musicales	2486	9,7	5,5
Cualquiera, sin especificar	97	0,4	6,6
Otra/s	1046	4,1	5,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

a la semana. Finalmente, menos seguimiento tienen los *podcasts*, que son atendidos casi todos los días por solo un 11 % de los encuestados, con un 7,7 % que lo hace dos o tres veces a la semana.

TABLA 87.5. *Seguimiento de diferentes medios de comunicación social en España (%)*

	Frecuencias de seguimiento								
Tipo de medio	*Casi todos los días*	*Dos o tres veces a la semana*	*Alguna vez a la semana*	*Dos o tres veces al mes*	*Con menor frecuencia*	*Nunca*	*Sin acceso*	*No sabe*	*Total*
Ve la televisión en el televisor	76,1	10,9	2,7	0,5	3,8	5,7		0,1	100
Ve la televisión por Internet	21,2	11,3	4,1	2,1	8,5	50,2	2	0,6	100
Escucha la radio	30,8	17,7	7,5	3,3	12,7	27,3	0,5	0,2	100
Escucha *podcasts*	11,6	7,7	6,5	3,1	10,9	58	1,7	0,5	100
Lee prensa escrita	11,4	14	10,4	4,1	16,5	42,1	1,1	0,4	100
Sigue las noticias en Internet	46,2	20,6	5,8	1,4	3,6	20,6	1,3	0,4	100
Utiliza redes sociales en Internet	55,8	11,1	3,3	1,4	2,7	22,6	2,7	0,4	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Eurobarómetro 100.2 (octubre-noviembre 2023).

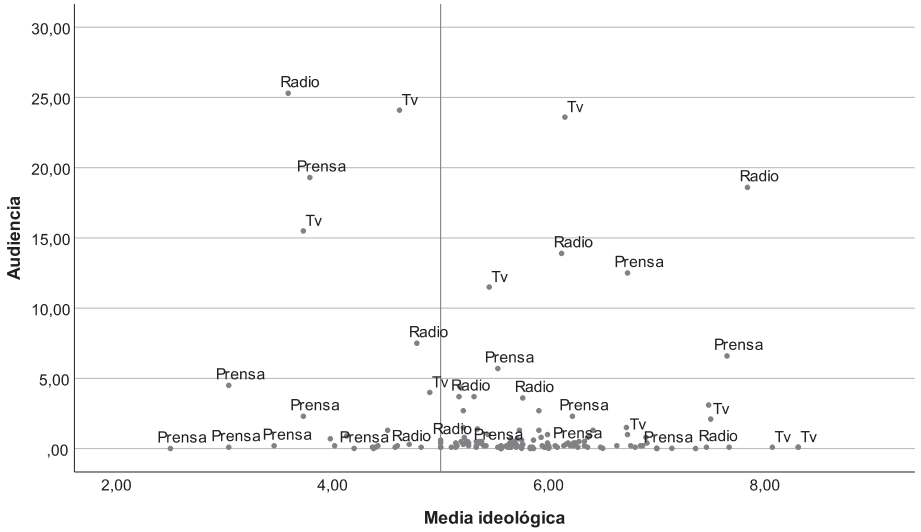
En su conjunto, la televisión es el medio más utilizado por los españoles para informarse y es, además, seguido con frecuencia por el 87 % de la población. A su vez, sigue las noticias en prensa digital consultada por Internet y las redes sociales un 67 % de los españoles. La radio, por su parte, es seguida con cierta frecuencia por el 48 %.

En la actualidad, se constata la consolidación de algunas tendencias ya observadas desde finales del siglo pasado de predominio en España de los medios de comunicación social de orientación conservadora. Ello nos remite a lo que subrayamos antes cuando indicábamos que:

> […] se está dando un importante sesgo ideológico y político de los medios hacia posiciones conservadoras del espectro político. El sesgo ideológico se manifiesta unas veces de manera expresa, con definiciones abiertamente inclinadas hacia las opciones más conservadoras del espectro político, mientras que en otros casos lo hace de manera sutil o latente, en forma de una pretendida independencia o apoliticismo que siempre acaba resultando desfavorable a las opciones más progresistas. De igual manera, las orientaciones hacia un centrismo inespecífico, o las lecturas que fomentan las posiciones *antipolíticas* también tienen, por activa o por pasiva, un efecto erosionador para la democracia y para las opciones situadas en la izquierda (Tezanos, 2002, p. 239).

Tal y como puede observarse, a finales del primer cuarto del siglo XXI se está dando una densa concentración de medios de comunicación social conservadores, cuya dispersión alcanza los extremos ideológicos más radicales (véase gráfico 87.1).

GRÁFICO 87.1. *Orientaciones ideológicas de los medios de comunicación social en España (2023)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

El modelo de paralelismo político indica una clara relación entre las orientaciones ideológicas de las audiencias y las de los medios de comunicación social que utilizan para informarse. Esto no significa que toda la audiencia de un medio sea afín ideológicamente en su totalidad a un partido político o viceversa.

En términos generales, cabe introducir un matiz en el caso de España. Las evidencias indican que las lógicas ideológicas que rigen las audiencias de los medios varían significativamente dependiendo del ámbito territorial. La afinidad ideológica aparece de forma reforzada en los medios de comunicación social de ámbito nacional, mientras que los de carácter autonómico o local implican otros elementos. Cuando se consideran las audiencias de los medios, con independencia de los ámbitos locales, autonómicos y nacionales, se aprecia que existen diferencias ideológicas estadísticamente significativas. Las medias ideológicas contrastadas son las de las audiencias de cada medio con relación a cómo ubican ideológicamente al medio. Es decir, por una parte, se encuentra la media ideológica de las audiencias de cada medio y, por otra, la asignación ideológica que se atribuye a cada medio de comunicación social por parte de sus audiencias (véase tabla 87.6).

Tabla 87.6. *Asociación ideológica entre audiencias y medios de comunicación social*

	Media	*N*	*Desv. Desviación*	*Desv. Error promedio*	*t*	*Sig.*
Ideología de la TV de referencia	5,2	10 838	2,1	0,02	19,8	.00
Autoubicación ideológica	4,7	10 838	2,4	0,02		
Ideología de la prensa de referencia	5,3	8703	2,0	0,02	26,6	.00
Autoubicación ideológica	4,6	8703	2,2	0,02		
Ideología de la emisora de radio de referencia	5,5	6108	2,2	0,02	26,4	.00
Autoubicación ideológica	4,8	6108	2,2	0,02		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Las diferencias medias entre la ideología de las audiencias y la atribuida a los medios por esas mismas audiencias son todas significativas. En concreto, la diferencia entre las ideologías de las audiencias televisivas y las cadenas que siguen es de 0,5 (t 19,8; sig. 000). Para el caso de la prensa y las emisoras de radio la diferencia es de 0,7 (t 26,6; sig. 000). En ese sentido, desde una aproximación general, decaería el paralelismo político, al existir diferencias ideológicas significativas entre medios y audiencias.

Sin embargo, ateniéndonos al ámbito de referencia, el ajuste ideológico es significativo para el caso de los medios de comunicación social de ámbito nacional, en comparación al observado en los medios autonómicos o locales, en los que la dispersión y las diferencias ideológicas entre las audiencias y los medios son mayores (véanse gráficos 87.2, 87.3 y 87.4).

Las audiencias nacionales tienen una afinidad ideológica muy elevada con los medios de comunicación social con un R^2 de 0,94 en el caso de la prensa nacional (0,4 para la autonómica), de 0,93 en lo referente a las cadenas de televisión nacionales (0,5 para las autonómicas y locales) y de 0,94 en las afinidades ideológicas entre audiencias y emisoras de radio (0,25 para las emisoras locales y autonómicas). Se aprecia, además, claramente la concentración de medios por encima de la línea horizontal que expresa para los medios la ubicación ideológica de 5.

Se trata, pues, de una afinidad ideológica con los medios de ámbito nacional que se refleja cuando se evalúan de forma directa mediante el partido político con el que sienten más afinidad al observarse una clara y significativa relación entre la cercanía de la persona entrevistada con un partido político y los medios a los que presta mayor atención (véanse tablas 87.7, 87.8 y 87.9).

Existe una clara relación entre la afinidad partidaria y el tipo de periódicos que se lee más frecuentemente. Los que se identifican con partidos progresistas

Gráfico 87.2a. *Ubicación ideológica de la prensa nacional según sus audiencias*

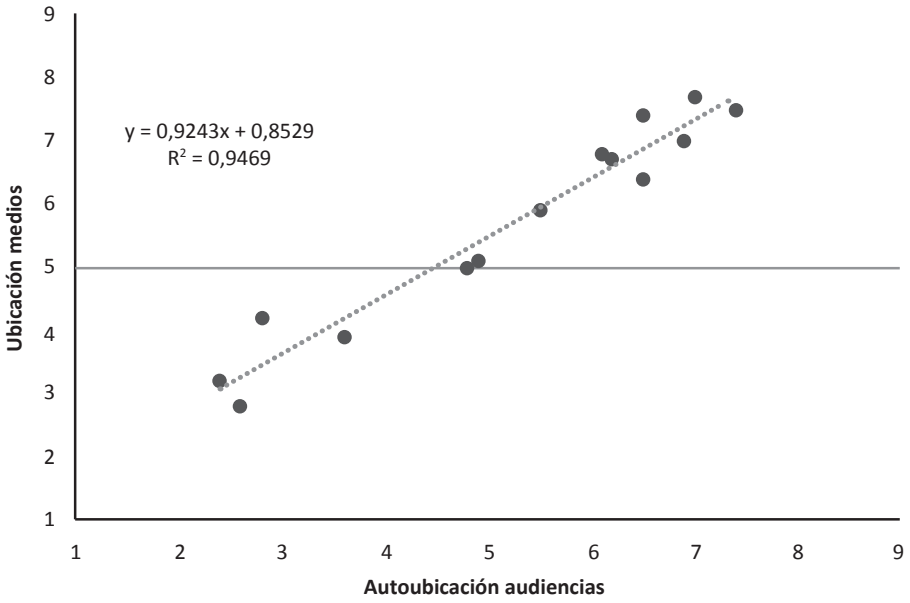
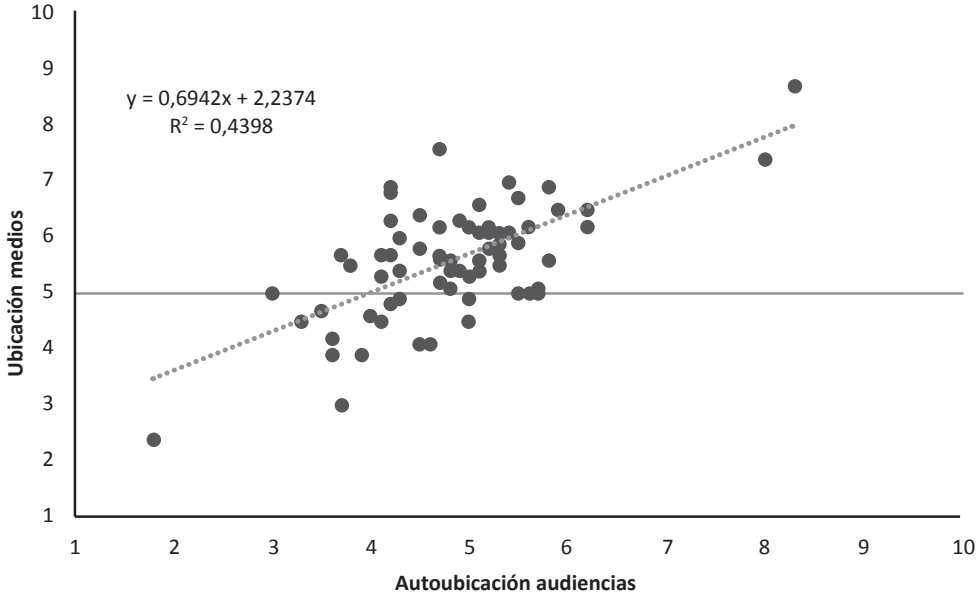


Gráfico 87.2b. *Ubicación ideológica de la prensa autonómica y local según sus audiencias*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Gráfico 87.3a. *Ubicación ideológica de los canales de televisión nacional según sus audiencias*

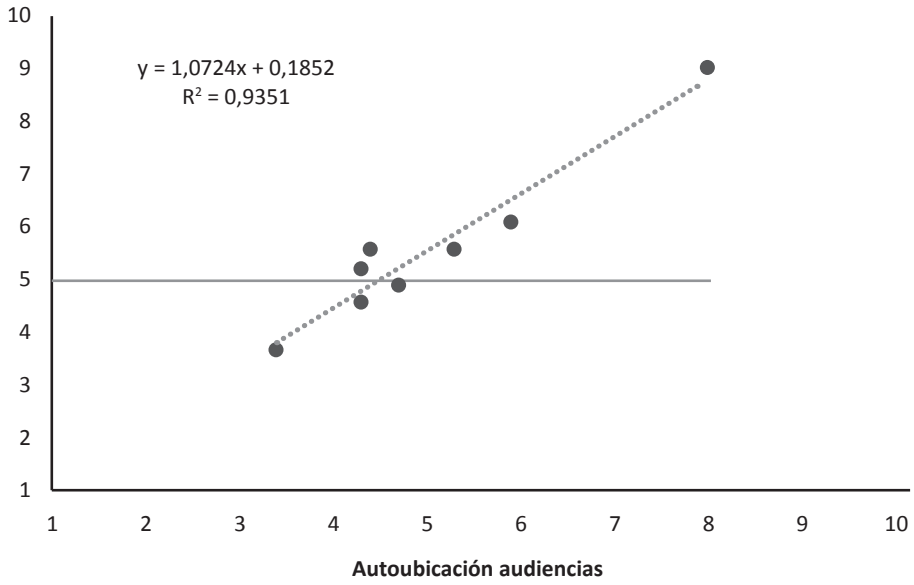
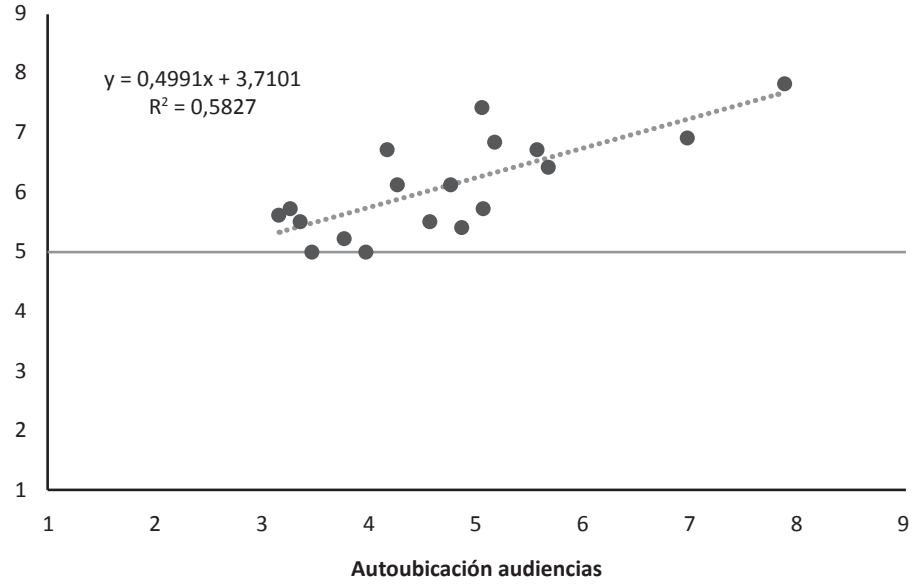


Gráfico 87.3b. *Ubicación ideológica de los canales de televisión autonómica y local según sus audiencias*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Gráfico 87.4a. *Ubicación ideológica de los canales de radio nacional según sus audiencias*

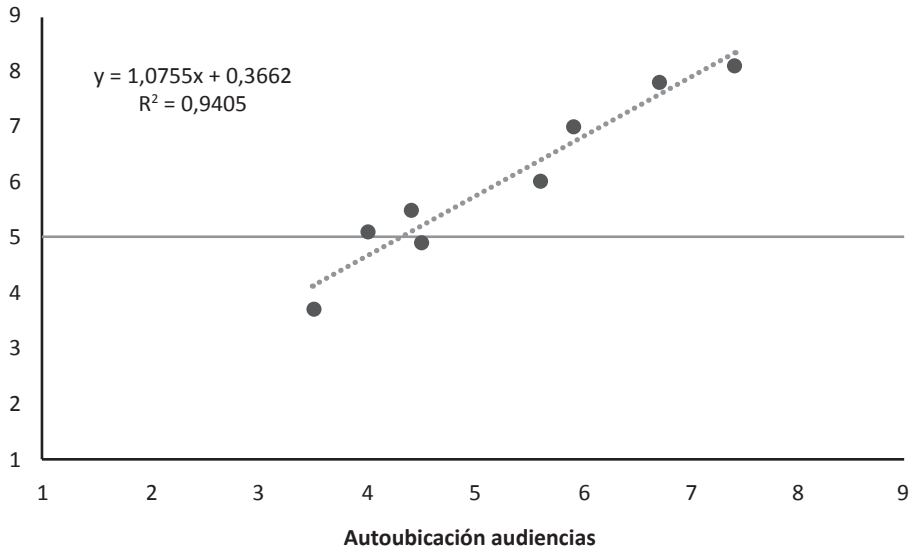
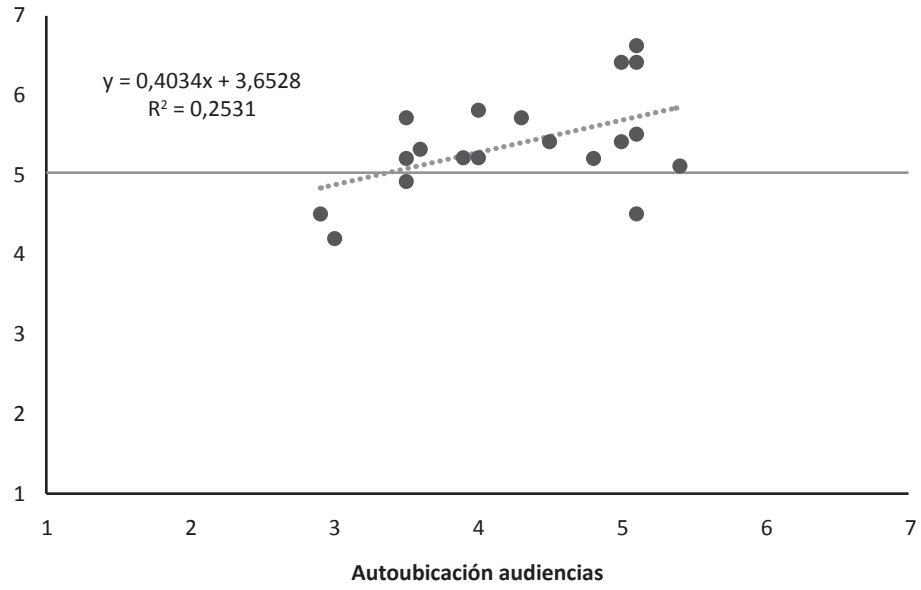


Gráfico 87.4b. *Ubicación ideológica de los canales de radio autonómica y local según sus audiencias*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

tienen una probabilidad mayor de informarse mediante medios ideológicamente progresistas y ocurre lo contrario en el caso de los electorados conservadores. Esta relación se mantiene estable cuando se considera el medio al que prestan mayor atención los que hacen lectura de múltiples medios (véanse tablas 87.7b, 87.8b y 87.9b).

TABLA 87.7a. *Periódicos que se leen más frecuentemente, según la cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Partidos políticos					
Periódicos	*PSOE*	*PP*	*Vox*	*Podemos*	*IU*	*Sumar*
El País	31,7	4,2		11,2	17,5	25,0
El Mundo	3,6	21,5	16,1			1,5
ABC		9,9	9,9			
La Razón		3,3				
La Vanguardia	5,5	1,1				4,9
Público.es				21,5		4,9
ElDiario.es	4,9			14,5	22,8	18,2
OkDiario.es		1,1	4,5			
20minutos	2,0	1,6				
ElConfidencial.com	0,9	2,4				
Otros y lectura múltiple	51,4	54,9	69,5	52,8	59,7	45,5
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Así, los que se encuentran más próximos al PSOE o a Sumar concentran su lectura en *El País* y *elDiario.es*, mientras que, en el caso del PP, reparten de una forma muy elevada su atención entre una triada de medios: *ABC, La Razón* y *El Mundo*.

TABLA 87.7b. *Periódicos que se leen más por los que suelen leer varios, según cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Periódicos					
Partidos políticos	*El País*	*elDiario.es*	*El Mundo*	*20minutos*	*ABC*	*La Razón*
PSOE	31,7 %	4,9	3,6	2		
Sumar	21,8 %	44,6				
Partido Popular	5,3 %		61,5 %		61,5 %	66,7 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas, n=2300.

Por su parte, las audiencias progresistas se nuclean en torno a TVE1 y La Sexta, mientras que los más conservadores lo hacen en torno a Antena 3.

Tabla 87.8a. *Cadenas de televisión que se siguen más frecuentemente, según cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Partidos políticos					
Cadenas de televisión	*PSOE*	*PP*	*Vox*	*Podemos*	*IU*	*Sumar*
TVE1	30,2 %	16,3 %	12,5 %	29,5 %	35,8 %	28,7 %
Antena 3	13,9 %	42,1 %	32,5 %			7,7 %
Cuatro	1,5 %	1,6 %				1,6 %
Telecinco	9,0 %	10,0 %	14,8 %			5,3 %
La Sexta	21,8 %	3,4 %	3,5 %	15,5 %	21,1 %	29,3 %
Canal 24 horas	4,4 %	2,1 %				5,7 %
Telemadrid		1,9 %				
13TV		4,4 %	6,7 %			
Otras	19,2 %	18,2 %	30,0 %	55,0 %	43,1 %	21,7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas, n=11 783.

Respecto a la audiencia que sigue múltiples canales en función de aquella a la que se presta mayor atención, se constata más nítidamente la selección de cadenas según orientación partidaria. Así, las audiencias progresistas se concentran en canales como TVE1, La Sexta y Canal 24 horas y las audiencias próximas al PP, en cambio, lo hacen en torno a Antena 3, Telecinco y 13 TV. En particular, un 79 % de la audiencia de 13 TV está formada por personas que se declaran próximas al PP. En el caso de Vox, se constata una mayor

Tabla 87.8b. *Cadenas televisivas a las que se presta más atención por los que suelen seguir varias, según cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Cadenas de televisión					
Partidos políticos	*TV1*	*A3*	*Telecinco*	*La Sexta*	*Canal 24 horas*	*13 TV*
PSOE	35,9 %	17,4 %		39,2 %	55,2 %	
Sumar	20,1 %			22,7 %		
Partido Popular	10,9 %	46,5 %	39,5 %			79,4 %
Vox		8,3 %				
Ninguno	15,7 %	7,6 %	26,3			

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

inclinación de sus afines con las redes sociales, si bien aquellos que en mayor grado siguen un canal lo hacen por Antena 3 (8,3 %). Asimismo, aquellos que no se identifican primordialmente con ningún partido político tienden a preferir en mayor grado Telecinco (26 %) o TVE1 (15,7 %).

En el caso de las audiencias de la radio, se mantiene la misma estructura de afinidades ideológicas y medios de comunicación social, de forma que los progresistas siguen preferentemente la Cadena SER, mientras que los votantes del PP y Vox prefieren COPE, Onda Cero y esRadio.

TABLA 87.9a. *Emisoras de radio más seguidas, según cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Partidos políticos					
Emisoras de radio	*PSOE*	*PP*	*Vox*	*Podemos*	*IU*	*Sumar*
Cadena SER	46,5 %	6,4 %	4,7 %	50,5 %	38,6 %	53,4 %
COPE	5,7 %	39,8 %	35,1 %			
Onda Cero	10,8 %	22,1 %	12,2 %			4,7 %
RNE	10,1 %	4,3 %				9,5 %
Radio 5	2,4 %					3,5 %
esRadio		6,2 %	21,8 %			
Otras	24,5 %	21,2 %	26,2 %	49,5 %	61,4 %	28,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Los patrones de seguimiento son aún más nítidos en el caso de la preferencia de una emisora entre aquellos que siguen varias (véase tabla 87.9b). Entre los que escuchan varias emisoras, el 40,7 % que elige Cadena SER tiene cercanía con el PSOE y un 22 % con Sumar. En el caso de la COPE, el 51,8 % de sus oyentes son cercanos al PP y un 15,7 % a Vox, en tanto que Onda Cero es seguida por un 48,4 % de cercanos al PP y, de forma significativa, por un 17 % de abstencionistas, por lo que es esta emisora la que tiene mayor audiencia entre los que no manifiestan cercanía por ningún partido político. Finalmente, un 37,5 % de las audiencias múltiples que prefieren Radio Nacional de España declaran su cercanía al PSOE.

En lo concerniente a los que siguen preferentemente las *redes sociales* como fuente de información, esos constituyen un caso especial de cercanía a las «audiencias» de los nuevos partidos políticos. Así, un 56,9 % de los que muestran cercanía con Vox siguen las *redes sociales* como fuente de información (la usan de forma genérica un 69 %). En el caso de Podemos, las usan un 61,8 % (genéricamente el 75,1 %), o Sumar, un 51,1 % (genéricamente el 61,3 %).

El seguimiento de las *redes* como fuente de información es significativamente diferente en los electorados de los partidos tradicionales: un 40,6 % de estos

Tabla 87.9b. *Emisoras de radio a las que se presta más atención por los que suelen seguir varias, según cercanía a diferentes partidos políticos (%)*

	Emisoras de radio			
Partidos políticos	*SER*	*COPE*	*Onda Cero*	*RNE*
PSOE	40,7 %			37,5 %
Sumar	22 %			
Partido Popular		51,8 %	48,4 %	
Vox		15,7 %		
Ninguno			17,2 %	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas, n=834.

son los que muestran cercanía al PSOE (la usan genéricamente el 51,6 %) y un 38,2 % entre los votantes del PP (la usan de forma genérica el 50,6 %).

El hecho de que los electorados potenciales de los nuevos partidos políticos recurran en mayor grado a las redes sociales con finalidad informativa les concede una mayor autonomía respecto a los medios de comunicación social tradicionales. En ese sentido, la comunicación que reciben sus electorados potenciales circula de forma independiente a las orientaciones de las políticas editoriales de tales medios de comunicación tradicionales. De ahí que partidos políticos como Vox puedan protegerse de las posibles informaciones desfavorables, o de las «invisibilizaciones» que puedan promover los medios de comunicación social que apoyan a sus competidores directos, como el Partido Popular. Sus audiencias atienden preferentemente a las *redes sociales* y a otras fuentes más flexibles para promover bulos sin necesidad de información alguna. Se trata, en ese caso, de estrategias de comunicación que también siguen otras fuerzas emergentes de extrema derecha, como Se Acabó La Fiesta (SALF).

En su conjunto, las informaciones sociológicas disponibles y las situaciones vividas en España resaltan la relevancia de atender a la confianza de los españoles en los medios de comunicación social, especialmente en un contexto en el que se les atribuyen orientaciones ideológicas.

87.5. La confianza en los medios de comunicación social

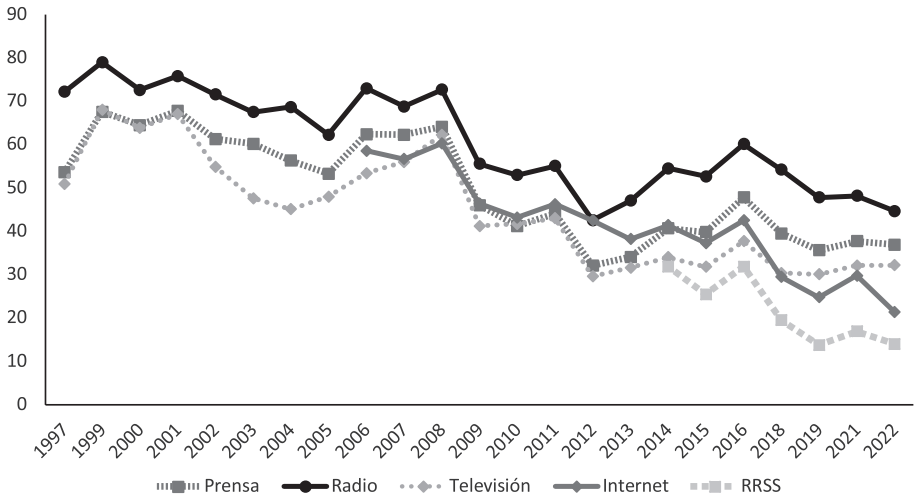
En la medida en que en las sociedades de finales del primer cuarto del siglo xxi nos encontramos *de facto* con una *democracia de audiencias,* basada en la existencia de un paralelismo político entre partidos políticos, medios y audiencias, la objetividad de la información tiende a convertirse en un elemento secundario por dos razones básicas. En primer lugar, porque los medios de comunicación social atraen un núcleo de audiencias militantes que se pueden convertir en su base de una forma semejante a lo que sucede en el caso de los partidos políticos. En segundo lugar, como se ha visto, debido a que muchos medios de comunicación social, y especialmente los de ideología

conservadora, se financian en alto grado con base en subvenciones públicas y de otra índole. Ambas circunstancias –fidelización política y financiación pública– explican la conflictiva relación existente entre las imágenes de los medios de comunicación social y la confianza de la sociedad como tal.

La percepción de subjetividad presente en los medios de comunicación social se constata cuando se considera la confianza genérica en los medios de comunicación. En este sentido, lo que está ocurriendo es una escisión entre la elevada desconfianza en los medios de comunicación social en general y una elevada confianza específica en el medio concreto al que se recurre personalmente para informarse. Tal grado de desconfianza en los demás medios de comunicación social, unida a la confianza en el propio medio, es un indicador neto de *pluralidad polarizada*. Al ser considerados medios ideologizados, se desconfía de los otros.

Desde una perspectiva general, la información empírica disponible indica que todos los medios tiendan a experimentar un declive progresivo desde 1999 (véase gráfico 87.5). En este marco general, cabe señalar dos rasgos específicos. En 2004, parece que se produjo una cierta recuperación en la confianza en los medios, que se mantuvo hasta el inicio de la crisis económica de 2008. Tras dicha fecha, continuó un declive general y se encontró en el caso de las televisiones un cierto *efecto suelo* a partir de 2012. En este sentido, la confianza en las televisiones permanece relativamente estable desde dicha fecha. En contraste, los medios que experimentaron una mayor caída en confianza fueron las *redes sociales* y la información recibida a través de Internet.

Gráfico 87.5. *Evolución de la confianza en diversos medios de comunicación social en España (porcentaje de los que confían)*



Fuente: Elaboración propia. Eurobarómetros EB 48.0 (1997), EB 51.0 (1999), EB 54.1 (2000), EB 56.2 (2001), EB 57.1 (2002), EB 60.1 (2003), EB 62.0 (2004), EB 64.2 (2005), EB 66.1 (2006), EB 68.1 (2007), EB 69.2 (2008), EB 72.4 (2009), EB 74.2 (2010), EB 76.3 (2011), EB 78.1(2012), EB 80.1 (2013), EB 82.3 (2014), EB 84.3 (2015), EB 86.2 (2016), EB 90.3 (2018), EB 92.3 (2019), EB 92.3 (2021) y EB 96.3 (2022).

TABLA 87.10. *Evolución de la confianza en diversos medios de comunicación social en España (porcentaje de los que confían)*

Fecha	*EB*	*Prensa*	*Radio*	*Televisión*	*Internet*	*Redes sociales*
1997	48,0	53,6	72,2	50,9		
1999	51,0	67,6	79	68		
2000	54,1	64,5	72,6	63,9		
2001	56,2	67,8	75,8	67		
2002	57,1	61,3	71,6	54,9		
2003	60,1	60,2	67,5	47,6		
2004	62,0	56,3	68,7	45,1		
2005	64,2	53,3	62,3	48		
2006	66,1	62,4	73	53,4	58,6	
2007	68,1	62,3	68,8	56	56,7	
2008	69,2	64,1	72,7	62,3	60,3	
2009	72,4	46	55,6	41,2	46,4	
2010	74,2	41,2	53	41,7	43,2	
2011	76,3	44,1	55,1	43	46,3	
2012	78,1	32,1	42,6	29,6	42,5	
2013	80,1	34,1	47,1	31,6	38,2	
2014	82,3	40,7	54,5	34	41,4	31,9
2015	84,3	39,8	52,7	31,8	37,3	25,5
2016	86,2	47,8	60,1	37,7	42,5	31,9
2017						
2018	90,3	39,5	54,2	30,4	29,5	19,5
2019	92,3	35,6	47,8	30,1	24,8	13,8
2020						
2021	94,3	37,7	48,2	32,1	29,8	16,9
2022	96,3	36,9	44,7	32,2	21,4	14

Fuente: Elaboración propia. Eurobarómetros EB 48.0 (1997), EB 51.0 (1999), EB 54.1 (2000), EB 56.2 (2001), EB 57.1 (2002), EB 60.1 (2003), EB 62.0 (2004), EB 64.2 (2005), EB 66.1 (2006), EB 68.1 (2007), EB 69.2 (2008), EB 72.4 (2009), EB 74.2 (2010), EB 76.3 (2011), EB 78.1(2012), EB 80.1 (2013), EB 82.3 (2014), EB 84.3 (2015), EB 86.2 (2016), EB 90.3 (2018), EB 92.3 (2019), EB 94.3 (2021) y EB 96.3 (2022).

En España, estamos ante una relación de desconfianza genérica en los medios de comunicación social que está validada también por otros estudios, como indican los datos de la Encuesta CIS (2023) (véase tabla 87.11) en la que se constata el mismo orden de confianza, donde la primera posición la ocupan las emisoras de radio (56,4 %), seguidas por la prensa (53,9 %), los canales de televisión (41,4 %) y, por último, las redes sociales (12,6 %).

Tabla 87.11. *Confianza en los medios de comunicación social en España (2023, %)*

	Medios			
Grado de confianza	*Radio*	*Prensa*	*TV*	*Redes sociales*
Mucha confianza	10,8	10,0	6,1	2,4
Bastante	45,6	43,9	35,3	12,2
Regular	3,1	3,7	4,3	2,8
Poca	23,0	29,6	37,9	46,3
Ninguna	5,4	6,2	12,9	26,3
N. S.	8,4	4,2	1,7	6,7
N. C.	3,7	2,4	1,9	3,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
		27 433	27 433	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

En suma, consideradas las apreciaciones sobre los medios de comunicación social en su conjunto, los datos de los eurobarómetros reflejan con claridad una tendencia de declive en la confianza que deposita en ellos la opinión pública (véase tabla 87.12).

La confianza en los medios de comunicación social ha descendido desde un 33 % en 2017 hasta un 27 % en 2023. Esta confianza tiende a deteriorarse como consecuencia, en gran parte, del alejamiento que se produce entre «información» y «noticia-opinión». De esta manera, la fuerte ideologización de los medios es uno de los elementos clave del deterioro de la confianza en ellos.

Tabla 87.12. *Evolución de la confianza en los medios de comunicación social en España (porcentaje de los que confían)*

Fecha	*EB*	*Los medios de comunicación social*
2017	87.2	33,3
2018	90.3	-
2019	91.5	33,9
2020	93.1	33,7
2021	95.3	31,6
2022	97.5	29,1
2023	99.4	27,5

Fuente: Elaboración propia. Eurobarómetros EB 87.2 (2017), EB 90.3 (2018), EB 91.5 (2019), EB 93.1 (2020), EB 95.3 (2021), EB 97.5 (2022) y EB 99.4 (2023).

Sin embargo, la confianza particular en un solo medio (el propio) tiende a ser más elevada entre sus audiencias particulares (véase tabla 87.13). Así, cuando se considera de forma segmentada la confianza en la prensa, por ejemplo, según la cercanía a los partidos políticos de sus audiencias, esta se eleva a un 85 % en el caso del PSOE, un 86 % en el del PP, un 74 % en el de Vox, el 81 % en el de Podemos y el 87 % en el caso de Sumar. Es decir, la confianza aumenta cuando está referida a la cabecera preferida por las audiencias y coincide, en ese sentido, una desconfianza genérica con una confianza mayor focalizada en los medios elegidos. En lo concerniente a los canales televisivos, la confianza decrece para los que se consideran próximos a Vox (67 %), a Podemos (67 %) y a IU (65 %), si bien se conserva más elevada para PSOE (87 %), Sumar (84 %) y el PP (83 %).

Tabla 87.13. *Confianza de las audiencias de partidos políticos en los medios de comunicación social por los que se informan sus electores (%)*

	Prensa	*Televisión*	*Radio*
PSOE	85	87	94
PP	86	83	94
Vox	74	67	86
Podemos	81	67	76
IU	80	65	85
Sumar	87	84	92

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

El mayor grado de confianza en cuanto qué medio se produce en las emisoras de radio. Una confianza superior al 90 % para los que se consideran cercanos al PP, PSOE y Sumar, y la confianza en lo concerniente a las emisoras que escuchan los electorados de IU es del 85 % y de un 86 % la de Vox. La menor confianza se observa en este caso en Podemos, con un 76 % que confía en la emisora que escucha.

Puede concluirse, por lo tanto, que la *pluralidad polarizada* en la sociedad española se expresa en una dualidad entre lo genérico y lo específico. De forma genérica, considerando la subjetivación presente en los medios de comunicación social, se produce una desconfianza significativa en el conjunto de los medios. Sin embargo, cuando se plantea la cuestión de confianza respecto a aquellos medios de comunicación social específicos mediante los que se informa cada cual, esta se eleva de forma significativa.

87.6. La neutralidad informativa

El declive de la confianza genérica en los medios de comunicación social se explica por la dinámica de *pluralismo polarizado* en la que se encuentran insertas en la actualidad sociedades como la española, en la que una parte de la sociedad entiende que los medios de comunicación social acuñan ideológicamente sus mensajes. Es un fenómeno que se acentúa debido a la creciente sustitución de información objetiva por opiniones e interpretaciones ideológicas de los sucesos o incluso, cada vez más frecuentemente, por bulos o infundios. En ese sentido, se produce una aparente paradoja que lleva a desconfiar de los medios de comunicación social en general, al mismo tiempo que se confía en el medio particular que se sigue.

Como consecuencia del *pluralismo polarizado* en la sociedad española, las audiencias de los medios de comunicación tienden a segmentarse y concentrar su confianza según afinidades. Como consecuencia de la *tribalización ideológica* hacia la que tienen muchos medios, la percepción que existe de neutralidad (de información objetiva) se encuentra bajo mínimos y resulta evidente que la politización en el consumo de medios de comunicación social sitúa a España en las coordenadas propias del modelo *pluralista polarizado* (Hallin y Mancini, 2008).

Más allá de la posibilidad de una hipotética función de control y equilibrio ejercida desde el poder, bien desde los Gobiernos o bien surgida de los propios poderes que controlan los medios de comunicación, lo cierto es que estos se han transformado en la práctica en *medios del poder*. En ese sentido, Castells (1995) ha destacado que «los medios de comunicación no son neutros, pertenecen a grupos financieros importantes, tienen alianzas políticas y están anclados con frecuencia en afinidades ideológicas y religiosas». Se trata, pues, de medios sujetos a *poderes fácticos* que vehiculan a través de ellos imágenes e interpretaciones del mundo y definiciones de interés y alineamientos. De ahí que la deseable función de equilibrio y control haya desaparecido *de facto*, debido a la ausencia de neutralidad.

> De esta forma, buena parte de la estructura informativa ya no opera de manera independiente y neutral, presta a criticar cualquier abuso o cualquier desviación política de la soberanía popular, sino que los medios actúan como una pieza fundamental de los engranajes paralelos del poder, que suelen tener sus decisiones y criterios perfectamente prefijados de antemano y que son capaces de desplegar con precisión matemática estrategias de desinformación, de ocultamiento, de intoxicación, de justificación y, cuando es necesario, de abierta guerra sucia (Tezanos, 2002, p. 228).

La posibilidad de que los medios de comunicación social vuelvan a ser neutrales tiene como requisitos básicos la independencia y la libertad. Cuando unos medios de comunicación no se perciben como libres por la

propia opinión pública, esto significa que se cuestiona su capacidad para informar de forma objetiva. La información empírica que se utiliza aquí para completar este análisis procede básicamente de una pregunta del Eurobarómetro, formulada a partir de una afirmación que implica a tres actores: el Gobierno, el poder político y el poder económico. Así, se pregunta sobre la evolución de «la libertad de los medios de comunicación y los periodistas para criticar al Gobierno, a los políticos, o a los grandes intereses económicos sin riesgo de intimidación o amenazas».

TABLA 87.14. *Aspectos que se considera que han mejorado, han empeorado o se han mantenido igual en España en los últimos cinco años en lo concerniente a la información (2024, %)*

	Ha mejorado	*Se ha mantenido igual*	*Ha empeorado*	*No sabe*
La libertad de los medios de comunicación y los periodistas para criticar al Gobierno, a los políticos o a los grandes intereses económicos sin riesgo de intimidación o amenazas.	18	39	41	2

Fuente: Eurobarómetro especial 553 sobre el Estado de Derecho (2024).

En 2024, un 41 % de la opinión pública española considera que ha empeorado la libertad de los medios para informar sin recibir amenazas de los poderes económicos, políticos o del Gobierno, en contraste con solo un 18 % que opina que ha mejorado en los últimos cinco años. Es decir, más allá de la fuente originaria de presión, la opinión más generalizada es que se está ante una menor independencia de los medios de comunicación para informar libremente.

El hecho de que los medios de comunicación social tienden a alejarse del paradigma de la información objetiva se refuerza debido a que la mayoría de la población identifica el sesgo ideológico de los diferentes medios, de tal modo que la noción misma de neutralidad informativa aparece como algo ajeno a ellos. Se asume así, en cierto modo, que los medios de comunicación social ofrecen puntos de vista sesgados sobre la realidad, una versión subjetiva que define realidades sociales paralelas.

Es por ello por lo que es escaso el porcentaje de entrevistados que responde «neutral» a la pregunta sobre la posición ideológica editorial de diferentes medios de comunicación social tradicionales (véanse tablas 87.15, 87.16 y 87.17). Para cada uno de los medios los que creen en su neutralidad prácticamente han desaparecido y son mínimas las diferencias entre los que forman parte de sus audiencias específicas y los que no lo son.

Tabla 87.15. *Opiniones de los que consideran que la prensa no ofrece información neutral*

	No lectores		*Lectores*		*Total*	
Periódicos	*Neutral*	*N*	*Neutral*	*N*	*Neutral*	*N*
El País	0,2	8790	0,1	13 778	0,1	22 568
El Mundo	0,1	8631	0,1	13 615	0,1	22 246
La Vanguardia	0,2	7315	0,1	11 287	0,2	18 602
El Diario	0,1	5842	0,1	9085	0,1	14 927
ABC	0,2	8527	0,1	13 353	0,1	21 880
La Razón	0,2	8000	0,1	12 740	0,1	20 741

Fuente: Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Tabla 87.16. *Opiniones de los que consideran que las cadenas de televisión ofrecen información neutral*

Cadenas de televisión	*No se informan en TV*		*Se informan en TV*		*Total*	
	Neutral	*N*	*Neutral*	*N*	*Neutral*	*N*
Antena 3	0,1	7315	0,4	11 287	0,3	25 424
TVE1	0,2	8790	0,5	13 778	0,4	24 795
La Sexta	0,0	8527	0,2	13 353	0,1	22 321
Telecinco	0,1	8000	0,2	13 615	0,1	22 990
Cuatro	0,0	8631	0,2	12 740	0,2	24 726

Fuente: Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Tabla 87.17. *Opiniones de los que consideran que las cadenas de radio ofrecen información neutral*

	No oyentes		*Oyentes*		*Total*	
Emisoras de radio	*Neutral*	*N*	*Neutral*	*N*	*Neutral*	*N*
Cadena SER	0,1	7315	0,1	11 287	0,1	25 424
COPE	0,1	8790	0,0	13 778	0,1	24 795
Onda Cero	0,1	8527	0,2	13 353	0,1	22 321
RNE	0,4	8000	0,3	13 615	0,4	22 990
esRadio	0,0	8631	0,1	12 740	0,1	24 726

Fuente: Estudio CIS 3421 (2023), Macroencuesta de medios de comunicación de masas.

Tanto la población general en su conjunto como aquellos que forman parte de las audiencias específicas de cada medio no consideran que los medios

de comunicación tradicionales puedan considerarse neutrales. En la práctica, la neutralidad es considerada como algo ajeno a las *redes sociales*, donde los bulos y las desinformaciones circulan como tónica general. Se trata de algo que se refleja también en la rápida caída en la confianza en las *redes sociales* como medio de información.

La subjetivación de la información se plasma en el tratamiento de opiniones, bulos, desinformaciones, etc. como si fuesen noticias. La noticia pierde así su sentido informativo para ser reemplazada por las *opiniones* e incluso por los *bulos*. Se trata de una hibridación que ha desvirtuado de forma notable la función esencial de los medios de comunicación social como facilitadores de información objetiva. Así, los estudios sobre los encuadres y estilos periodísticos confirman la tendencia hacia una lógica de información política de carácter cada vez más interpretativo (Martínez Nicolás *et al.*, 2014). Esto conduce a una editorialización continua e intensa –y extensa– de los contenidos de los medios. En cierto sentido, en sociedades como la española a finales del primer cuarto del siglo XXI, lo que se constata es, en gran medida, la culminación de una tendencia que ya se identificaba a finales del siglo pasado en los medios de comunicación (Tezanos, 2002) a sustituir la información por opinión.

Es decir:

> […] la proclividad a mezclar y confundir los contenidos estrictamente informativos con la opinión y en ocasiones con la más abierta propaganda. A este fenómeno los propios profesionales del periodismo lo califican como la práctica de editorializar la información. No se trata solamente de las parcialidades que puedan existir en la manera de presentar los hechos, sino que cada vez con más frecuencia las informaciones aparecen entremezcladas y apostilladas con opiniones específicas (Tezanos, 2002, p. 242).

Obviamente, la sustitución de la *información* por la *opinión* abre la puerta a informaciones falsas y a la entronización de los bulos. Cuando no existen límites para considerar que algo sea real para convertirse en noticia, la opinión sustituye a la información, hecho que abre por completo las puertas a generar bulos a discreción; en definitiva, a elevar la opinión subjetiva a la categoría de realidad existente, ya sea manipulando la información o directamente importándola desde pseudomedios especializados en tal tarea, que acaba teniendo también eco formal en los medios tradicionales.

La consecuencia es ese 79,8 % de los españoles que afirma que «a menudo encuentra noticias o información que distorsionan la realidad e incluso que son falsas» y un 37,3 % son los que piensen que ya no «es fácil identificar las noticias o información que cree que distorsionan la realidad, o que incluso son falsas». Es decir, cada vez más personas encuentran dificultades para diferenciar las noticias reales de las falsas. En su conjunto, el 88,4 % de los españoles creen que existen «noticias o informaciones que distorsionan la realidad o que incluso son falsas». Lo que piensan que es «un problema en España» y el 87,3 % llega a considerar que los bulos y la desinformación son un peligro para la democracia. Ello lleva a la conclusión de que «a partir de estos riesgos,

y la posibilidad de que la información y las ideas no fluyan libremente de acuerdo con el pluralismo que existe en las sociedades, hay que entender que el debate político tiene una importancia central para la vitalidad de la democracia» (Tezanos, 2002, p. 251).

TABLA 87.18. *Opiniones sobre los bulos y la desinformación en España*

	Totalmente de acuerdo	*Tiende a estar de acuerdo*	*Tiende a estar en desacuerdo*	*Totalmente en desacuerdo*	*N. S.*
A menudo encuentra noticias o información que cree que distorsionan la realidad e incluso que son falsas.	36,2	43,6	13	2,3	4,9
Le es fácil identificar las noticias o información que cree que distorsionan la realidad o que incluso son falsas.	14,8	43	27	10,3	5
La existencia de noticias o informaciones que distorsionan la realidad o que incluso son falsas es un problema en España.	40,8	47,6	6,1	0,7	4,8
La existencia de noticias o informaciones que distorsionan la realidad o que incluso son falsas es un problema para la democracia en general.	43	44,3	6,4	1,1	5,2

Fuente: Eurobarómetro 100.2 (octubre-noviembre de 2023).

En definitiva, es preciso destacar que, al final del primer cuarto de siglo XXI, un 50,4 % de los españoles consideran que los medios de comunicación social no ofrecen información fiable (piensa que no en absoluto un 20 % y que «realmente no» un 30,4 %, solo un 5,5 % piensa que sí en absoluto)[3].

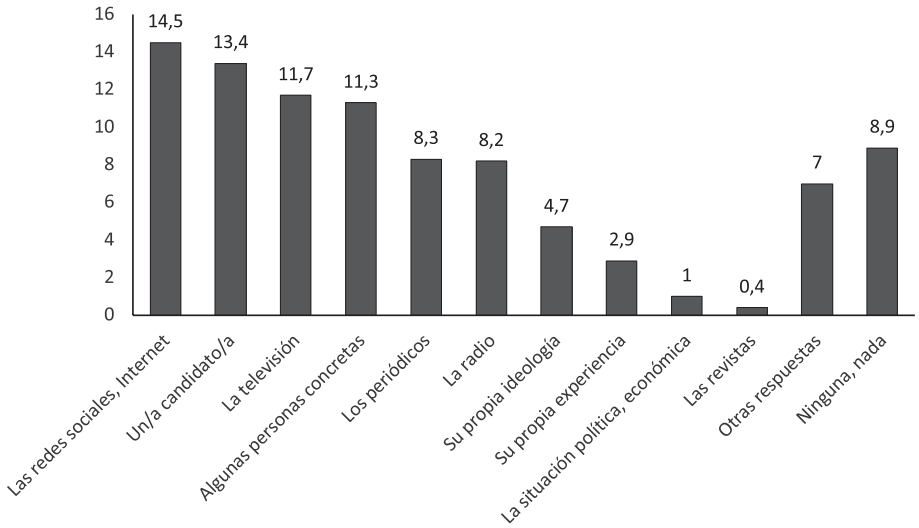
En definitiva, «la conjunción del sesgo derechizador (de los medios) con la tendencia a mezclar la información con la opinión está acabando por convertir a muchos medios, de manera más o menos sutil o ruda según los casos, en verdaderas plataformas de propaganda e indoctrinación» (Tezanos, 2002, p. 243). Se trata de una labor que puede ser bastante eficaz si consideramos la influencia que se atribuye a los medios por parte de la opinión pública. Así, ante la pregunta «en los últimos dos años ¿qué o quién ha influido más en sus opiniones políticas, como votar o no votar, manifestar una u otra opinión etc.?», el 43 % de los españoles afirma que los medios de comunicación social influyeron en sus opiniones y decisiones políticas. Mientras que las redes sociales, Internet, influyeron en un 14,5 % de los casos, la televisión en un 11,7 %, los periódicos en un 8,3 % y la radio en un 8,2 %.

[3] Eurobarómetro 100.2 (octubre-noviembre de 2023).

En cualquier caso, existe una clara diferenciación generacional en el seguimiento de los medios de comunicación y sus influencias, de tal forma que los medios de comunicación tradicionales tienen más influencia entre las personas de mayor edad (entre sesenta y cinco y setenta y cuatro años). Con un efecto generacional inverso, los medios digitales ejercen mayor influencia entre los más jóvenes. Esta diferencia está más acentuada en el caso específico de la influencia de las redes sociales, especialmente entre los más jóvenes (entre dieciocho y veinticuatro años). No obstante, el impacto de las redes sociales trasciende los límites generacionales en la medida que estamos ante un fenómeno de transmisión vertical de información basada en la permeabilidad que facilita la estructura familiar. Los nietos e hijos tienden a comentar informaciones de las redes sociales (caracterizadas por su espectacularidad) con sus padres y abuelos y estas adquieren a veces una verosimilitud adicional dado que se trata de informaciones facilitadas por jóvenes supuestamente informados.

Las inclinaciones ideológicas de los medios de comunicación social en España refuerzan las tendencias detectadas en los primeros lustros del siglo XXI, con un mayor predominio de medios con ideología de derechas y de centro moderado. Esto se traduce en un número elevado de «marcas», cabeceras, cadenas y canales con esta orientación. En realidad, se trata de una pluralidad sin diversidad real que genera una falsa impresión de veracidad obtenida mediante la *redundancia*. Es algo que constituye un rasgo particular de los medios de comunicación social de derecha y ultraderecha debido a la diversidad de fuentes para generar *cámaras de eco* en las que se reproducen desinformaciones, bulos e infundios mediante citas y referencias cruzadas entre ellos mismos.

GRÁFICO 87.6. *Influencia de los medios de comunicación social en las decisiones políticas de la población (respuesta múltiple, %)*



Fuente: Estudio CIS 3486 (noviembre de 2024) sobre Tendencias sociales.

En el caso de los partidos políticos de extrema derecha (Vox y SALF), se practica una comunicación directa con sus bases a través de las *redes sociales*. Es una vía comunicativa que tiende a consolidarse y desarrollarse debido a que los medios de comunicación social tradicionales conceden mayor protagonismo a la derecha tradicional, en este caso al Partido Popular. De esta manera, la competencia entre partidos de derechas ha generado el fortalecimiento de un paralelismo político mediante los *anclajes especializados* de los medios de comunicación social: los tradicionales apoyan al PP, mientras que los digitales y las redes sociales lo hacen a los partidos de derecha radical.

Bibliografía

Alaminos, Antonio (2017). «La imagen de partido del Partido Popular y el Partido Socialista Obrero Español en España: 1996 al 2015». *Sociologiados*, 2(1), pp. 51-79. doi: 10.14198/socdos.2017.1.04

Alaminos, Antonio y Penalva, Clemente (2010). «Los nuevos medios de comunicación y el cambio político en España (1991-2000)». *Revista Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 217, pp. 19-40.

Albuquerque, Afonso de (2018). «Political parallelism». *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/326356208_Political_Parallelism, acceso 31 de julio de 2025.

Alger, Dean (1998). *Megamedia. How giant corporations dominate mass media, distort competition, and endager democracy*. Boston: Rowman & Litjefield Publishers.

Baggiolini, Luis y Castro-Rojas, Sebastián (2016). «Las redes de la política: universo narrativo, campañas y microrrelato en Twitter». *Inmediaciones de la Comunicación*, 11, pp. 159-180. doi: 10.18861/ic.2016.11.11.2621

Cansino, César; Calles-Santillana, Jorge y Echeverría, Martín (2016). *Del homo videns al homo Twitter: democracia y redes sociales*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Castells, Manuel (1995). «La mediocracia». *El País*, 23 de enero de 1995. Disponible en: https://elpais.com/diario/1995/01/24/opinion/790902010_850215.html, acceso 28 de julio de 2025.

Cazorla, Ángel; Montabes, Juan y López-López, Paulo C. (2022). «Medios de comunicación, información política y emociones hacia partidos políticos en España». *Revista Española De Ciencia Política*, 58, pp. 83-109. doi: 10.21308/recp.58.03

Chadwick, Andrew (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press. Disponible en: https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199 759477.001.0001, acceso 29 de julio de 2025.

Colino Fernández, Alberto (2013). «Evolución de la financiación de los medios de comunicación en España. ¿Hacia un modelo más sostenible?». *Papeles de Europa*, 26(1), pp. 46-69. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_PADE.2013.n26.42801, acceso 24 de julio de 2025.

Crouch, Colin (2004). *La posdemocracia*. Madrid: Taurus.

Dahl, Robert (1991). *Los dilemas del pluralismo democrático*: *autonomía versus control*. México, D. F.: Alianza Editorial.

Hallin, Daniel C. y Mancini, Paolo (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.

Held, David (1993). *Modelos de democracia*. México: Alianza Editorial.

Mancini, Paolo (2012). «Instrumentalization of the media vs. political parallelism». *Chinese Journal of Communication*, 5(3), pp. 262-280. doi: 10.1080/17544750.2012.701415

Manin, Bernard (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.

Martínez Nicolás, Manuel, M. Luis Humanes y Enric Saperas Lapiedra. (2014). «La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010)», *Trípodos,* 34, pp. 41-59. Disponible en: https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/300893, acceso 31 de julio de 2025.

Martínez-Pandiani, Gustavo (2006). «El impacto de la televisión en la comunicación política moderna». *Signos Universitarios*, 25(1), pp. 69-88.

McChesney, Robert W. (1999). *Rich Media, Poor Democracy*. Urbana: University of Illinois Press.

Miguel, Juan C. de y Pozas, Víctor (2009). «¿Polarización ideológica o económica? Relaciones entre los medios y el poder político y corporativo». *Viento Sur*, 103, pp. 43-51.

Minc, Alain (1995). *La borrachera democrática*. Madrid: Temas de hoy.

Norris, Pippa (2009). *Derecha radical. Votantes y partidos políticos en el mercado electoral*. Madrid: Akal.

Panebianco, Angelo (1982). *Modelli di partito*. Bolonia: Il Mulino.

Pas, Daphne J. van der; Brug, Wouter van der y Vliegenthart, Rens (2017). «Political parallelism in media and political agenda-setting». *Political Communication*, 34(4), pp. 491-510. doi: 10.1080/10584609.2016.1271374

Rospir, Juan I. (1998). El media Party como nuevo tipo de partido. En: Cotarelo, Ramón y Cuevas Juan C. (eds.). *El Cuarto Poder, medios de comunicación y legitimación democrática en España* (pp. 65-66). UNED.

Salaverría, Ramón; Martínez-Costa, María y Breiner, James (2018). «Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo». *Revista latina de comunicación social*, 73, pp. 1034-1053. doi: 10.4185/RLCS-2018-1295

Sartori, Giovanni (1998a). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

Sartori, Giovanni (1998b). «La opinión teledirigida». *Claves de Razón Práctica*, 79, pp. 2-7.

Seymour-Ure, Colin (1974). *The Political Impact of Mass Media*. London: Constable.

Tezanos, José F. (2002). *La democracia incompleta el futuro de la democracia postliberal*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Zolo, Danilo (2000). *Democracia y Complejidad. Un enfoque realista*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Parte II.
Redes sociales y patrones culturales

88. Redes sociales digitales y comunicación

José Manuel Robles
Acreditado a Catedrático de Universidad
Universidad Complutense de Madrid

Cristóbal Torres Albero
Catedrático de Universidad y Director del Departamento de Sociología
Universidad Autónoma de Madrid

88.1. Introducción

No es posible entender la comunicación en este primer cuarto del siglo XXI sin hacer referencia a los sitios de redes sociales digitales (Castells, 2024), habitualmente etiquetados sin más como redes sociales. Espacios como Facebook, X (antes Twitter), Instagram, TikTok, BlueSky, etc. han transformado radicalmente nuestras formas de interacción social en terrenos como la política, la vida cotidiana en general, las relaciones personales y afectivas, la conformación de identidades grupales o el consumo. En buena medida por tres características básicas (una triple «i») que, articuladas y singularizadas en la nueva dimensión digital, definen a estas nuevas redes sociales: inmaterialidad, inmediatez e interactividad (Torres, 2013, 2022).

El rasgo de la interactividad digital ha sentado las bases de las principales transformaciones que aquí nos interesan: las que se dan en el ámbito de la comunicación social y política. Sobre esta cualidad ha emergido un nuevo fenómeno que es común a buena parte de estos cambios comunicativos, y que, desde hace ya algún tiempo, ha sido llamado «desintermediación» (Benkler, 2006; Robles y Córdoba, 2019; Sánchez-Cuenca, 2022).

La desintermediación es un efecto de la reducción de costes en la producción de contenidos sociales, políticos y económicos que ha facilitado la proliferación de todo tipo de dispositivos electrónicos conectados a Internet, así como la facilidad de acceder a grandes grupos de personas e instituciones sin necesidad de las complejas estructuras de comunicación que otrora requería el sistema de comunicación industrial, esto es, los *mass media*.

De esta forma, cualquier persona puede, potencialmente, generar productos o contenidos comunicativos y hacerlos virales sin necesidad de contar con el apoyo de las organizaciones (gubernamentales, empresas, partidos políticos, sindicatos, entidades sociales y culturales, etc.) que, con anterioridad, servían de mediadores exclusivos entre los espacios donde se producen las demandas y aquellos en los que se toman decisiones.

Las potencialidades democratizadoras de este sistema que da mayores posibilidades de voz y protagonismo a los ciudadanos en general, y a los movimientos sociales en particular, son obvias. Por este motivo, no han sido pocos los autores (Castells, 2005) que en el inicio del siglo XXI señalaban que se abría un espacio tecnológico, social e histórico para una mayor profundización democrática. Bajo esta premisa, se pusieron en marcha numerosas políticas públicas y privadas dirigidas a facilitar el acceso y uso de Internet entre los ciudadanos. El grado de permeabilidad a estas tecnologías se entendía como un indicio de la apertura a una nueva sociedad, la digital, con un amplio conjunto de oportunidades entre las que destacaban aquellas relacionadas con la comunicación social y política.

Transcurrido un cuarto de siglo y puesto a prueba el fenómeno de la desintermediación, el diagnóstico es menos optimista. Tenemos ante nosotros un repertorio de tendencias comunicativas que, bajo el nombre genérico de *information disorders* (desórdenes de información), nos señalan hasta qué punto la desintermediación está tomando una deriva preocupante en las sociedades coetáneas contraria a la inicialmente estimada (Filimowicz, 2023).

Los *information disorders* son un conjunto de prácticas comunicativas diversas centradas en la producción de contenidos que generan dudas o falsas controversias con el objetivo de obtener beneficios económicos o ideológicos para quienes las producen (Fresno-García, 2019). Entre dicho tipo de prácticas destacan la desinformación, la *misinformation* (información errónea), los rumores, las *fake news*, la infodemia o la posverdad (Wardle y Derakhshan, 2017).

Más allá de las cuestiones conceptuales que serán tratadas en el próximo capítulo, lo cierto es que los *information disorders* representan ejemplos paradigmáticos de desarrollos negativos concretos asociados a la desintermediación. Conviene destacar que no se está señalando aquí que toda la generación y viralización de contenidos sociales y políticos, gracias a la reducción de costes de la producción comunicativa digital, se esté dirigiendo a crear desinformación, *fake news*, etc. No obstante, sí parece claro que ambos fenómenos –la desintermediación y los *information disorders*– son procesos coetáneos representativos del nuevo escenario de la comunicación digitalmente mediada.

El objetivo es señalar aquellos factores que, a nuestro entender, funcionan como mecanismos o cadenas de transmisión entre la desintermediación y los *information disorders*. Esto es, una cultura comunicativa impregnada de discursos populistas y que se siente cómoda en un contexto altamente polarizado (Rodríguez y Robles, 2023). Populismo y polarización son los elementos que debemos identificar y describir de forma adecuada para, después, adentrarnos en el análisis de algunos de los desórdenes del sistema comunicativo en España, que también son los de la mayor parte de los países democráticos. Desde un punto de vista lógico, parece aconsejable establecer los vínculos entre los procesos más generales (discurso populista y polarización en las redes sociales digitales) para luego centrarnos en los más concretos (*information disorders*).

De esta manera, este capítulo estará estructurado de la siguiente manera: en primer lugar, introducimos un capítulo teórico-conceptual en el que definimos los elementos clave de los discursos populistas y la polarización en redes

sociales para, en segundo lugar, definir los principales desórdenes de la comunicación señalados por la literatura. En un segundo apartado mostraremos, con base en diversos estudios empíricos y casos actuales, hasta qué punto el discurso populista y la polarización están presentes en el debate público en España. En ese mismo apartado seleccionamos un tipo de *information disorder*, la posverdad, para señalar su presencia en la comunicación social y política en España. Terminamos señalando algunos mecanismos que permiten explicar la vinculación entre discurso populista, polarización en las redes sociales y posverdad como caso de *information disorder*.

88.2. Un acercamiento teórico a los discursos populistas, la polarización en redes sociales digitales y los *information disorders*

88.2.1. Claves del discurso populista

El populismo, en términos generales, es un concepto esquivo y poliédrico que bebe de al menos dos procesos clave que, aun viniendo de lejos, se han hecho especialmente visibles en las primeras décadas del siglo XXI: de un lado, la crisis de legitimidad de la política y del sistema liberal, especialmente de sus principales actores e instituciones; y, de otro, de la mediatización de la política (Vallespín y Bascuñán, 2017).

El énfasis en el estudio actual del populismo se hace en lo que se ha etiquetado como segunda ola populista, impulsada sobre todo por la derecha conservadora radical y en la que se inscriben, entre otros, el caso italiano, el estadounidense o el que ha emergido en distintos países del este europeo (Damiani, 2024). Es un tipo de populismo basado en un llamamiento a todos aquellos perdedores de la globalización. Es decir, aquellos grupos sociales que, con mucha dificultad, asimilan macroprocesos sociales (p. ej., altas tasas de inmigración), económicos (p. ej., pérdida de calidad del empleo) o políticos (p. ej., límites de la acción sociopolítica de los Estados en un sistema geopolítico global).

El llamamiento populista a dichos grupos señala constantemente como culpables a un poder político establecido que, desde su punto de vista, se muestra ineficiente a la hora de dar respuesta a muchos de los problemas que afectan a los ciudadanos (Sánchez-Berrocal, 2012). Un *establishment* político que, como decíamos, no ha dejado de perder apoyo popular desde hace décadas y que, por lo tanto, es el *punching ball* perfecto para los populismos.

El segundo factor clave es la transposición de dinámicas propias del entretenimiento al terreno de la política (Mazzoleni, 2014). Esto es, un estilo de comunicación cada vez más emocional, dramatizado, negativo y espectacular, cuyo objetivo principal sería seducir a unos ciudadanos convertidos en audiencias (Bazzocchi, 2020). El mensaje o discurso populista sería, pues, un esfuerzo por establecer vínculos afectivos más que una estrategia para explicar políticas y, con ello, lograr apoyos sólidos y argumentados (Maldonado, 2016).

Una forma de comunicar que prescinde de la idea de ciudadanía y que asume que el electorado busca el espectáculo y las promesas originales más que la política posible y realizable.

En este orden de cosas, el populismo se constituye como un actor político que establece una *identidad pueblo* (Mudde, 2004). Es decir, un «nosotros» más allá de la democracia liberal. Un «nosotros» que se establece a partir de una concepción binaria en la que se pone frente a frente al pueblo y a las élites. El pueblo ya no está definido a partir de las condiciones del Estado de Derecho, y por eso es posliberal. Desde el populismo no se duda en poner en cuestión la legalidad de los procesos electorales, la diversidad de identidades sexuales o la libertad de expresión y juega constantemente con desafíos al derecho al honor de cargos y personas públicas. El pueblo es así, un conjunto borrosamente definido cuya seña de identidad es «no ser parte de los otros». El pueblo no son los extranjeros ni las élites culturales ni los funcionarios, etc.

El populismo entendido desde esta óptica requiere una retórica, un discurso que señale y explique el «nosotros» y el «ellos» (Aslanidis, 2016; Ortí, 1988). Dicho discurso es siempre la denuncia de las élites, una representación idealizada del pueblo y, por último, una concepción monista de la voluntad popular (Vallespín y Bascuñán, 2017). El líder populista es, además, el único capaz de interpretar dicha voluntad. El único que está en condiciones de dar sentido a las demandas sociales de los ciudadanos e integrarlas en un todo coherente. En este todo coherente no tiene lugar el pluralismo. Solo existen «los nuestros» (el pueblo) o «los otros» (las élites).

Adicionalmente, el líder populista utiliza unas formas y un estilo de comunicación que le acerca e identifica con el pueblo (Moffit, 2016). Igualmente, prefiere dirigirse directamente a sus seguidores con formas que, habitualmente, son muy emotivas y, en no pocos casos, incívicas. Es en este orden de cosas donde el uso de las redes sociales digitales y la desintermediación juegan un papel clave para el discurso populista. Este no surge gracias a las redes sociales, pero encuentra en la desintermediación un camino allanado para sus objetivos.

En el sistema de producción industrial de la información, el discurso populista requería de estructuras comunicativas que, como los medios de comunicación de masas, mediaran entre el mensaje del partido y el público. Aunque el uso de distintos tipos de medios de comunicación de masas continúa siendo una prioridad para la transmisión del discurso populista, las redes sociales y su capacidad de desintermediación han hecho posible, no solo una interlocución directa con sus seguidores, sino el uso de productos informativos que se adaptan al estilo comunicativo del populismo.

Es aquí donde el discurso populista, las rede sociales digitales y, como se verá al final del capítulo, los *information disorders,* se alinean. La desintermediación no solo permite que el discurso populista no se vea modificado por las formas de producción de la noticia propias del sistema mediático tradicional, sino que hace posible editar contenidos directos y que trasladan, sin filtros, las pretensiones básicas del discurso populista como la concepción dicotómica del mundo o las estrategias emotivas o incívicas.

En los últimos años, se ha observado, además, la proliferación de pseudomedios y pseudoperiodistas que, manteniendo en apariencia el formato y las dinámicas de la información mediática, se transforman en realidad en productores de contenidos típicos de los *information disorders* (Palau-Sampio y Carratalá, 2022). Noticias cuyo fin es la difusión de *fake news*, rumores o, directamente, mentiras que se mezclan con estrategias en redes sociales dirigidas a la viralización de este tipo de contenidos. De esta manera, la desintermediación, como característica propia de las redes sociales digitales, así como la emergencia de pseudomedios, serían las puertas de entrada para un discurso populista que utiliza los *information disorders* para generar una definición y acotación de los actores «buenos» (el pueblo) y «malos» (las élites).

88.2.2. Claves para entender la polarización

La polarización política y social es, en cierta medida, un fenómeno esperable. Al debatir sobre temas que admiten diferentes posturas, como es el caso de la mayor parte de los asuntos de interés público, las partes tenderán a agruparse en torno a una u otra posición (Sartori, 2005). En estos casos, la *homofilia* o la tendencia a formar grupos con base en rasgos similares o afines, como valores, estatus o recursos, es un factor clave que favorece la polarización.

Hasta aquí, la polarización no supone necesariamente una amenaza para la convivencia política democrática. Especialmente, siempre que en el proceso de debate público haya una cierta tendencia centrípeta. Es decir, una pugna por fidelizar a personas hacia posiciones centradas en el sistema del juego democrático. Pero la polarización se ha transformado en un problema comunicativo a lo largo de las últimas décadas porque, tanto algunos grupos sociales y políticos como la propia ciudadanía, han buscado y encontrado mayor consenso en posturas centrífugas (Robles *et al*., 2022). Esto es, mirando hacia los extremos del espectro político o hacia las posiciones más radicales del debate público que no siempre aceptan las reglas de juego del sistema democrático liberal.

En un primer momento, los expertos señalaron la acción de los partidos políticos y la propia ideología de los ciudadanos como el factor explicativo de esta tendencia (Robles, Casas-Mas y Fernández-Zubieta, 2025). Sin embargo, actualmente parece existir un consenso sobre el papel fundamental que juegan las emociones en el desarrollo de procesos polarizados (Stroud, 2017).

Para entender este fenómeno de la polarización afectiva, no solo es importante atender al mencionado discurso populista, sino también las propias características de las redes sociales arriba referidas, muy especialmente a la inmediatez. Se ha señalado la enorme posibilidad que ofrecen los *social media* para seleccionar la información que es consumida por los ciudadanos, así como las personas o grupos con los que interactúan (Sunstein, 2003). Desde este punto de vista, contamos con mucha evidencia científica que señala la importancia de la exposición selectiva y las cámaras de eco como factor precipitante de la polarización política (Garrett, 2009).

En otras palabras, la posibilidad de estar expuestos a información que, única o prioritariamente, redunda en nuestras opiniones o puntos de vista, así como el hecho de interactuar mayoritariamente con quienes piensan de la misma forma, sería una de las claves principales para un movimiento centrífugo de la comunicación digital.

Pero, más allá de las dinámicas estructurales, podemos identificar mecanismos individuales que favorecen esta tendencia centrífuga. En este sentido, la evidencia científica sobre la importancia de los sesgos cognitivos a la hora de explicar la polarización es muy concluyente (Iyengar y Westwood, 2015). Tenemos mucha información sobre cómo opera, por ejemplo, la búsqueda de información orientada a disminuir la disonancia cognitiva (Metzger, Hartsell y Flanagin, 2020). Es decir, se ha mostrado cómo en las redes sociales digitales, los individuos seleccionan prioritariamente información que no cuestiona sus puntos de vista o posiciones ideológicas de partida. Incluso, en el caso de estar expuestos a información no coincidente con las ideas previas del agente, se ha observado cómo las personas procesan la información de forma que no entra en conflicto con sus creencias (falsificación del conocimiento) (Sunstein, 2020).

Esto es recurrente, sobre todo, en los casos en los que la persona conoce, previamente, la opinión del grupo. En estos casos, las personas tienden a alinearse con las opiniones de la mayoría pese a que puedan albergar dudas sobre la consistencia de dichas opiniones. Este comportamiento es especialmente común en las redes sociales debido a que los usuarios tienen acceso a información sobre cómo han valorado otras personas, por ejemplo, una noticia. Los comentarios realizados a una noticia o mensaje, los *likes*, el número de visitas, etc. son, en muchos casos, indicadores subjetivos de consenso que inspiran el apoyo de los usuarios de redes sociales a diferentes temas.

Por último, se ha estudiado el efecto que puede denominarse «no parecer». Esto es, cuando una persona, a pesar de no estar de acuerdo con un contenido compartido en redes sociales, lo apoya porque no quiere parecer poco firme en relación con una causa o tema que es, para el resto del grupo, incuestionable o incontrovertible. Estos últimos sesgos aparecen con más fuerza en procesos de debates públicos con una fuerte presencia ideológica o partidista.

Estos fenómenos descritos en los dos párrafos anteriores son la nueva variante digital de la bien conocida dinámica de la espiral del silencio que identificara Noelle-Neumann en los años sesenta y setenta del siglo pasado, y al que en otro lugar hemos etiquetado, dada la retroalimentación de dos posturas polarizadas que se desenvuelven y referencian de forma mutua, como una espiral de doble hélice (Torres, 2022).

En suma, la polarización política en redes sociales no es únicamente un fenómeno dependiente de las propias características del medio. Tampoco depende solo de la oferta más o menos polarizada que proponen, entre otros, los líderes populistas, sino que también está relacionada con una forma sesgada de manejar la información por parte de los ciudadanos en contextos social y políticamente muy marcados.

88.2.3. Information disorders. *Definición y claves*

Tal y como se ha señalado más arriba, los *information disorders* hacen referencia a un conjunto de prácticas comunicativas que tratan de generar, especialmente apelando a las emociones, dudas o falsas controversias para insertarlas en el debate público (Filimowicz, 2023). Se han señalado un heterogéneo conjunto de diferentes estrategias que estarían recogidas bajo esta categoría amplia. El objetivo de este apartado es definir brevemente dichas prácticas y señalar los elementos que las diferencian.

88.2.3.1. Desinformación

La desinformación se define como la difusión intencionada de información falsa para distorsionar los hechos y transmitir una determinada forma de percibir la realidad (Olmo, 2019; Salaverría, 2023). Contamos con un amplio repertorio de ejemplos de desinformación que han formado parte de debates públicos en España. Entre estas, por ejemplo (Taboada-Marín, Romero y Torres, 2024), podrían destacarse muchas de las noticias compartidas durante la pandemia del COVID-19 que defendían teorías conspirativas relacionadas con la desconfianza hacia las autoridades sanitarias y la industria farmacéutica, como la que sostenía que el objetivo de la vacunación era la inoculación de un supuesto microchip que monitorizaría a la población.

88.2.3.2. Misinformation

Con este término se hace referencia a los mensajes transmitidos, generalmente a través de redes sociales digitales, con contenido parcial o incorrecto, sin que medie una intención directa de engañar o desinformar (Mosleh y Rand, 2022). Siendo así, la característica clave de este tipo de prácticas es el error o la falta de cuidado con la información que se comparte.

No obstante, en algunos casos, la *misinformation* puede ser el resultado de la naturaleza dinámica de la comunicación en redes sociales. Por ejemplo, la propia secuencia de reenvíos, como los retuits, puede transformar el contenido del mensaje original de forma que, a lo largo de su transmisión, el dicho mensaje pierda precisión y se desvirtúe.

88.2.3.3. Rumores y bulos

Cuando se hace referencia a rumores y bulos, a diferencia de la desinformación, nos estamos centrando no en la veracidad o en la falsedad del contenido del mensaje, sino en cómo adquiere credibilidad (López-Borrul, 2022). Lo que caracteriza este tipo de desorden de información es quién y cómo se avala un mensaje de forma que se considere confiable. Un rumor o un bulo puede ser

perfectamente inocuo en el momento de su creación, transformándose en un problema comunicativo cuando, mediante una cadena de avales, llega a ser un conocimiento fiable para un grupo de personas (Sunstein, 2020).

La cadena de avales cuenta con un emisor, con un avalista primario que generalmente es una figura o institución que cuenta con la confianza de una parte de la opinión pública, y con un conjunto de avalistas secundarios. Estos últimos son claves para entender el rumor o el bulo porque de ellos depende la credibilidad del avalista primario, así como la viralidad del mensaje.

88.2.3.4. Fake news

Son informaciones falsas que adoptan la forma de noticia periodística. Por lo tanto, son muy útiles para dar aspecto profesional a informaciones que, por otra parte, no respetan los criterios periodísticos básicos (Allcott y Gentzkow, 2017). Las imágenes trucadas y los videos falsos son, en muchos casos, la base de este tipo de noticias.

88.2.3.5. Infodemia e infoxicación

Estos términos hacen referencia a la estrategia de saturación de información sobre un tema. La sobreabundancia de información y de noticias es, en algunos casos, una forma de atosigar a la opinión pública con el objetivo de generar rechazo o confusión (Zarocostas, 2020). El término *infodemia* aparece muy relacionado con la crisis generada por la pandemia del COVID-19 y, originalmente, su significado estaba muy asociado al exceso de información sobre cuestiones sanitarias relativas a dicha pandemia. En sintonía con este término encontramos el de *infoxicación* que acentúa la dimensión intencional en la generación del exceso de información.

88.2.3.6. Posverdad

La posverdad es una estrategia comunicativa bastante compleja. Para definirla, puede partirse de la premisa de que usar argumentos basados en la posverdad no es mentir (Rodríguez y Robles, 2023). La desinformación es una información falsa. Es decir, el enunciado no tiene ninguna correspondencia con la realidad o con los hechos. Por el contrario, la posverdad es un producto característico de la sociedad digital y puede derivarse, en términos generales, de aquel axioma de la Sociología del Conocimiento que enfatiza el vínculo entre la generación de un tipo de conocimiento específico y su adscripción a un grupo social concreto (Torres, 2003). Como tal, no puede prescindir de la apelación a los datos o hechos científicos. Sin embargo, y he aquí la novedad, los flexibiliza hasta tal extremo que acaban siendo utilizados de forma que puedan justificar los argumentos que el emisor quiere defender y que poco (y a

veces nada) tienen que ver ya con lo que señalan los datos o los referentes científicos utilizados. Mentir tiene un coste muy alto en una sociedad con tanto acceso a la información. Sin embargo, usar la evidencia, aunque sea de una forma incorrecta, permite fundamentar este *information disorder* en un hecho y, al mismo tiempo, seguir manteniendo los contenidos intoxicadores que caracterizan estas prácticas comunicativas.

88.3. Polarización, populismo y posverdad en España. Una aproximación empírica

La información disponible en Internet genera entre los españoles un alto grado de desconfianza. En 2024, conforme a la encuesta anual del *Digital News Report del Reuters Institute* de la Universidad de Oxford para el caso de España, el 70 % de los ciudadanos de nuestro país indicaron que estaban preocupados por la veracidad de los contenidos que consumen en espacios digitales como las redes sociales. Esto supone que España está entre los países democráticos con porcentaje más alto de ciudadanos que recelan de este tipo de fuentes de información. Solo Australia (75 %), EE. UU. (72 %), Portugal (72 %) e Irlanda (71 %) superan a España. Estos datos contrastan con el 39 % que desconfía de las noticias que aparecen en los medios de comunicación tradicionales. Este mismo patrón se recogía en los datos de la encuesta de 2021 (Torres, 2022).

Un dato clave que ofrece el estudio de 2024 es que esta preocupación acerca de la información *online* es mayor entre las personas con más de cincuenta y cinco años (77 % en la cohorte de 55-64 y 73 % en las personas de sesenta y cinco o más años) y menos común entre los más jóvenes (63 %). Precisamente las generaciones que más información consumen a través de Internet son las que menos se cuestionan su veracidad. Por su parte, en términos temáticos, los españoles entienden que cuando se habla de política en Internet, la información es menos confiable (37 %). El coronavirus, pese al tiempo transcurrido desde la pandemia de COVID-19 (29 %), continúa siendo, junto con la economía (28 %), la cuestión que genera más dudas sobre la veracidad de la información.

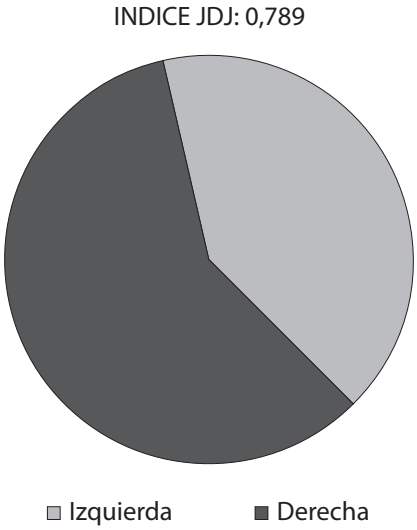
Estos resultados pueden llevarnos a pensar que los españoles se fían, en general, poco de la información que está disponible *online*, especialmente, cuando el tema tratado es de orden social o político. Sin embargo, introducir aquí otros estudios empíricos sobre polarización y populismo en redes sociales puede ayudarnos a matizar esta hipótesis.

88.3.1. Polarización en las redes sociales en España. Tres ejemplos y algunas consideraciones

España es un país altamente polarizado en torno a una gran pluralidad de temas. Tal y como mostramos en el gráfico 88.1, el índice de polarización

alcanzó durante las últimas elecciones españolas prácticamente 9,9 puntos sobre 10, según el índice JDJ desarrollado por el Profesor Juan Antonio Guevara [1].

GRÁFICO 88.1. *Índice de polarización izquierda-derecha durante las elecciones generales de España en 2023*

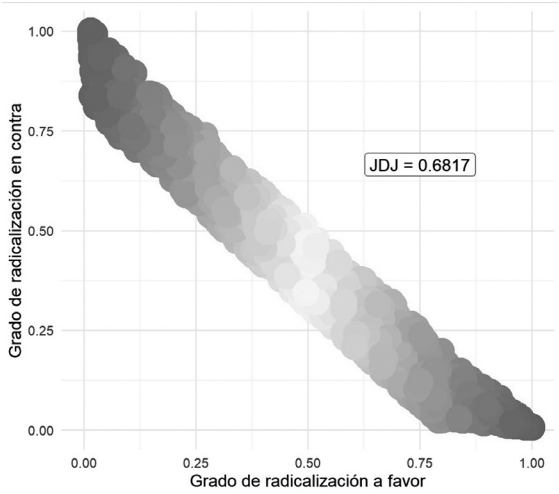


Fuente: Elaborado por Juan Antonio Guevara.

Esta tendencia no es únicamente visible durante un proceso electoral, sino también en debates en redes sociales como X en torno a temas altamente polémicos. El gráfico 88.2 muestra el debate durante 2024 (coincidiendo con la cumbre climática mundial) en torno a la existencia o no del cambio climático. Las zonas centrales, más claras, son las que menor cantidad de usuarios de X encontramos. Mientras, en los extremos, de color más intenso, es donde se acumula la mayor parte de los participantes en el debate. Se trata de un alto grado de polarización cuyo coeficiente JDJ es muy cercano a siete (donde cero es ninguna polarización y diez supone la máxima polarización). Especialmente llamativa es la intensidad de ciudadanos que defienden una postura que niega el cambio climático (posición superior izquierda).

[1] El índice JDJ calcula la polarización a través de técnicas de matemática borrosa, considerando que en los debates sociales y políticos la posición de los distintos agentes no es nítida, sino que está cargada de matices. Es por ello por lo que está diseñado para atribuir a cada actor un grado de pertenencia a cada polo del debate (Guevara *et al.,* 2020).

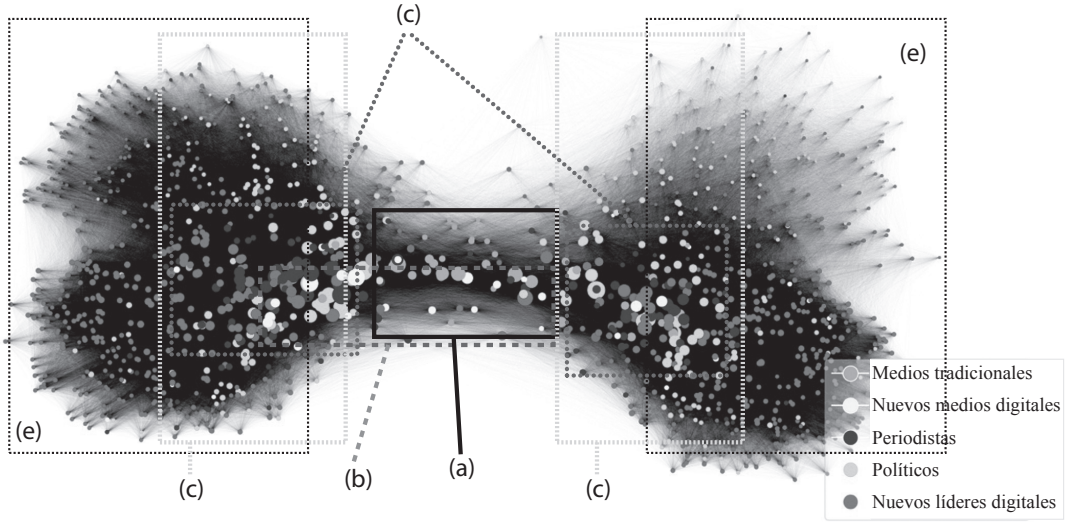
GRÁFICO 88.2. *Índice JDJ para medir las posiciones negacionistas o no del cambio climático, expresadas en la red social X*



Fuente: Estudio CEPSA sobre La transición ecológica en España. Guevara y Robles (2024).

Sin embargo, para comprender mejor cómo se estructura la polarización en entornos comunicativos en España es muy relevante atender a los diferentes hábitos de consumo de información de los españoles. El gráfico 88.3 recoge estos diferentes hábitos en la red social X durante febrero de 2024.

GRÁFICO 88.3. *Tipología de consumo de información en X en España en 2023*



Fuente: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Vivo y Robles (2025).

En este último gráfico se conjuga posición ideológica y tipología de consumo de información. En la parte inferior izquierda encontramos posturas ideológicas de centroizquierda. En la parte superior izquierda posiciones ideológicas de izquierda. Pasando al lado derecho, encontraríamos en la parte inferior a usuarios de la red social X de centroderecha y en la parte superior a cuentas con ideología de derecha. Los nodos grises centrales (a) se activan cuando los ciudadanos consumen (siguen) medios tradicionales. Los nodos blancos (b) representan medios de comunicación nacidos en el contexto digital y que utilizan Internet para difundir su información. Los nodos grises oscuros (c) representan periodistas; los nodos que rodean al centro del gráfico, a los políticos (d) y los nodos grises de los extremos a *influencers*, *tiktokers*, etc. (e).

Así, el estudio muestra cómo el consumo de información ideológicamente neutro (centro del gráfico) se realiza a través de los medios tradicionales. En el extremo opuesto, muy radicalizado tanto a la derecha como a la izquierda, está el consumo de información generada por *influencers*. Los periodistas y los políticos tienen una posición escorada tanto a la derecha como a la izquierda, pero sin alcanzar posiciones especialmente polarizadas.

Esta pauta puede estar indicándonos que, para entender bien los procesos de polarización en redes sociales, debemos centrarnos en la diversidad de hábitos comunicativos y que, posiblemente, la desconfianza que muestran los españoles hacia la información en redes sociales no es genérica, sino que se refiere, sobre todo, a la que emiten medios, periodistas o *influencers* con posiciones ideológicas diferentes.

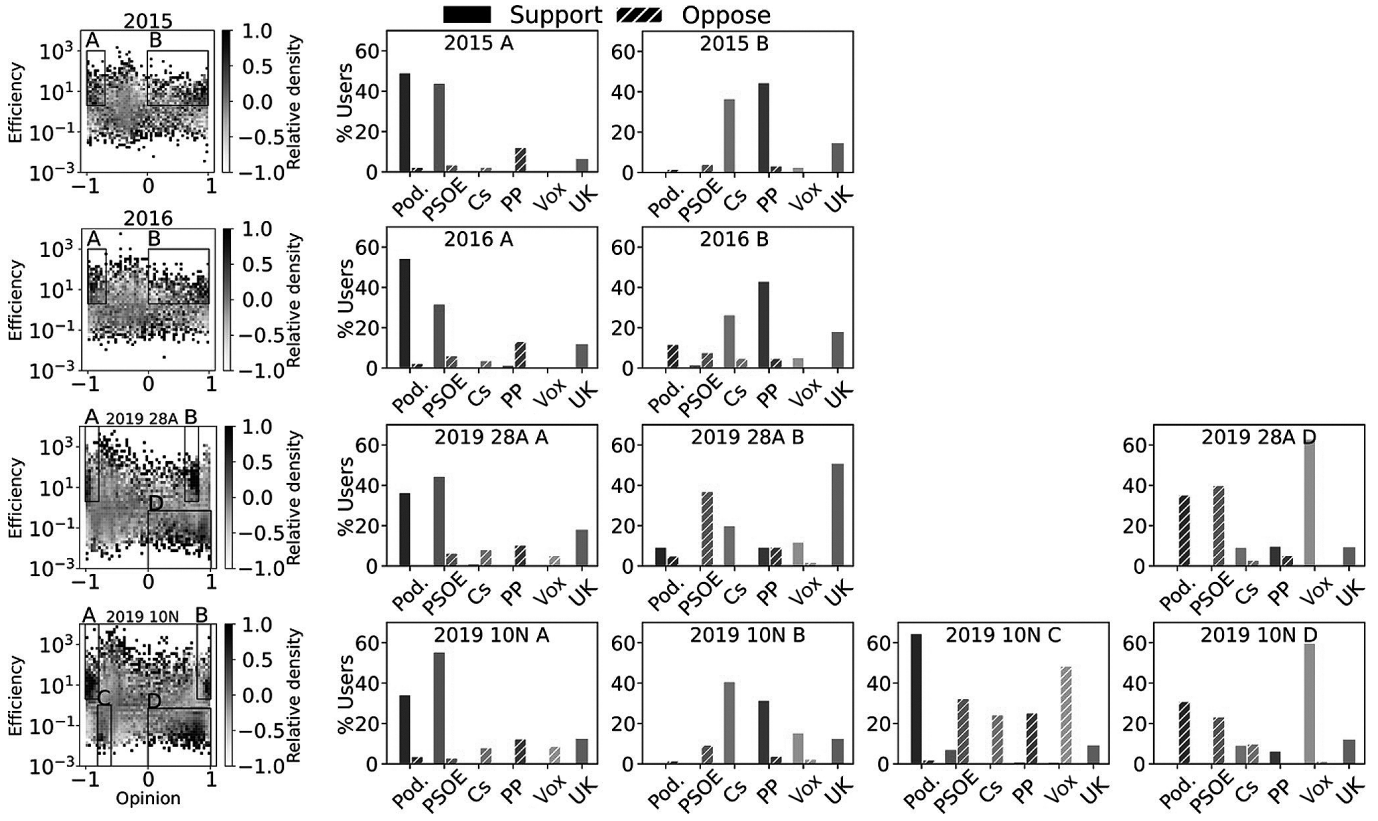
Además, la valoración y el uso de la información difiere sensiblemente si lo que buscamos es «informarnos», conocer opiniones o reforzarnos en nuestras posiciones ideológicas. La polarización depende de muchos agentes y actores que producen información, pero se radicaliza en mayor medida cuando se consume opinión proveniente de los agentes básicos de la desintermediación, esto es, de los *influencers*.

88.3.2. ¿Realmente es eficiente el enfrentamiento? La lógica populista de la comunicación y sus límites

Tal y como se ha señalado más arriba, el discurso populista se basa en un antagonismo entre «nosotros» y «ellos», o pueblo y élite. Para esto hace falta realizar un doble ejercicio. Por una parte, generar una serie de atributos que define qué y quiénes forman parte del pueblo y quiénes son los adversarios. Mientras los primeros son poseedores de virtudes democráticas, los segundos son el enemigo que debe ser, en el mejor de los casos, destapado y, en el peor, atacado y denigrado.

El siguiente estudio realizado por Martín-Gutiérrez *et al.* (2024) ilustra el funcionamiento de este tipo de procesos durante un conjunto de cuatro elecciones generales en España. Este estudio no ofrece información sobre cómo se define el «nosotros» y el «ellos» durante dichos procesos electorales, pero sí nos ilustra sobre hasta qué punto el ataque al adversario, especialmente por

Gráfico 88.4. *Resumen del debate electoral en la red social X durante las elecciones generales de España (2015, 2016, 2019-28A y 2019-10N)*



Fuente: Martín-Gutiérrez *et al.* (2024).

parte de los partidos de corte populista en España, tiene o no calado en la opinión pública española. Es decir, se responde a la pregunta ¿es realmente eficiente un discurso en las redes sociales que define el «nosotros» por medio del ataque al «ellos»?

En la parte izquierda del gráfico se ordenan de arriba abajo cuatro diagramas (uno por cada proceso electoral) que nos resumen la siguiente información. En el eje horizontal de las abcisas o «x», «-1» representa la izquierda ideológica, mientras que «1» significa la derecha. Cuanto más oscuro aparece el contenido, mayor es el grado de intensidad o, lo que es lo mismo, más cuentas de Twitter están participando en el debate. Por su parte, el eje vertical de ordenadas o «y» representa el grado de eficiencia. Esto es, cuanto más arriba, mayor es la eficiencia y, cuando más abajo, menor será esta. Se ha medido la eficiencia a partir del número de mensajes que un actor político debe enviar para llegar al mayor número posible de usuarios de la red social X.

Los autores han calculado las zonas de mayor densidad y las han cuadriculado para mayor claridad interpretativa. De esta forma, en 2015 y 2016 solo había dos zonas de máxima densidad. Mientras, en 2019-28A y 2019-10N hay, respectivamente, tres y cuatro zonas de máxima intensidad. En una segunda fase, se ha realizado un análisis de sentimiento por cada uno de los cuadrantes de las elecciones y por cada uno de los partidos políticos. Este análisis de sentimientos está recogido en los gráficos de la parte derecha del gráfico (dos análisis de sentimientos para los cuadrantes de las elecciones de 2015, dos análisis para los cuadrantes de 2016, tres para 2019-28A y cuatro para 2019-10-N).

Los resultados nos indican que en 2019 aparecen, por primera vez, zonas (cuadrantes) de baja eficiencia. Estos cuadrantes son denominados D en el caso de 2019-28A y C y D para el caso de 2019-10N. Mientras que en las primeras elecciones de dicho año la baja eficiencia solo aparecía en el espectro ideológico de la derecha, en las segundas elecciones de dicho año esta ineficiencia afectaba a ambos polos.

Tal y como señalan los análisis de sentimiento, en estas zonas de baja eficiencia predominan los mensajes con contenido emocional negativo (barras con líneas). Mientras, en todos los cuadrantes de alta densidad y eficiencia de todas las elecciones recogidas en este estudio predominan los mensajes emocionalmente positivos. Adicionalmente, los mensajes negativos y poco eficientes son ataques realizados por los partidos de la extrema derecha (2019-28A) y de la extrema derecha y la extrema izquierda (2019-10N) a sus oponentes políticos. Mientras, los mensajes positivos y muy eficientes recogen, en todos los casos, apoyo a los partidos representativos de cada polo. En la izquierda observamos mensajes de apoyo (positivos) hacia Podemos y PSOE y, en la derecha, mensajes de apoyo (positivos) hacia PP y Vox[2]. En resumen, los mensajes de ataque (de la derecha a la izquierda y viceversa) generan baja

[2] En el momento de publicación de este texto no están aún disponibles los resultados para las elecciones de 2023. Sin embargo, los cálculos preliminares son muy similares a los encontrados para las de 2019-10N.

eficiencia y los mensajes de apoyo a cada una de las partes (de la derecha hacia ellos mismos y viceversa) son muy eficientes.

Desde nuestro punto de vista, este análisis es muy relevante porque desvela muchas dinámicas relacionadas con el funcionamiento del discurso populista en las redes sociales. En primer lugar, consideramos que la definición del «nosotros» (mensajes positivos hacia el partido de cada uno de los polos ideológicos) es realmente eficiente en todas las elecciones. Esto es, hacen falta pocos mensajes para llegar a muchas cuentas de X y que estas los retuiteen, cuando el contenido de dichos mensajes trata de generar identidad partidista. Por el contrario, cuando se trata de definir a «los otros» usando la confrontación (mensajes con un tono emocional negativo) «el coste de retuiteo» (baja eficiencia) es mayor. Esto no implica que dichos mensajes negativos no lleguen a muchos usuarios de las redes o que no los lean, significa que hace falta enviar muchos mensajes negativos para lograr su difusión.

Merece la pena detenerse en los dos gráficos de análisis de sentimiento «D» tanto de 2019-28A como de 2019-10N. En ambos casos, observamos cómo el partido político Vox centra su estrategia de transmisión en muchos mensajes positivos hacia sus propios seguidores («nosotros») y muchos mensajes negativos hacia todos los adversarios políticos («ellos»). Esta estrategia solo se repite en el análisis del cuadrante «C» de las elecciones de noviembre de 2019, cuando Podemos establece el mismo método. Para el resto de los cuadrantes, los sentimientos prevalecientes son los positivos hacia los partidos más representativos de cada lado del espectro ideológico.

Se puede especular con la idea de que los *information disorders* justamente pueden llegar a ser herramientas para la definición negativa de «los otros» sin necesidad de atacar al adversario de manera directa. Existe poca evidencia en este sentido, pero, por ejemplo, el elemento elusivo que tiene la posverdad y al que haremos referencia a continuación permite enviar un mensaje positivo pero, al mismo tiempo, de confrontación. Tal vez, la verdadera utilidad de los *information disorders* para el discurso populista sea lograr un mayor grado de eficiencia una vez entendido que la confrontación directa es muy costosa.

88.3.3. Posverdad como un ejemplo de los information disorders. *Algunas evidencias*

La posverdad, uno de los fenómenos asociados a los *information disorders*, describe circunstancias en las cuales los hechos objetivos son menos influyentes para la conformación de la opinión pública que las apelaciones a emociones o creencias personales (Mcintyre, 2018). Así, las creencias personales, los puntos de vista ideológicos o los argumentos se presentan como una característica común a la posverdad. Esto es, siempre hacen referencia a algún tipo de verdad. Una verdad que, con una alta frecuencia, apela al conocimiento científico-técnico, dada la hegemonía política y cognitiva que este tipo de conocimiento tiene en las sociedades contemporáneas avanzadas en general y en la sociedad digital en particular (Rodríguez y Robles, 2023; Torres Albero, 2005).

Los líderes sociales, políticos o económicos que usan argumentos basados en la posverdad hacen apelaciones a la evidencia científico-técnica, pero con tal grado de distorsión que posibilita defender unos argumentos o creencias que poco o nada tienen que ver con el sentido original del dato, la evidencia o la explicación científica que se está siendo usada.

En este apartado describiremos dos ejemplos de posverdad utilizados en los últimos años en España en los discursos de algunos líderes de la derecha populista de nuestro país.

88.3.3.1. La violencia machista y la intrafamiliar

Como es bien sabido, algunos partidos de extrema derecha en España han defendido desde hace años el desarrollo de políticas públicas que, en vez de estar centradas en la violencia que ejercen los hombres machistas sobre sus parejas o exparejas, se focalice en la violencia que se produce entre los diferentes miembros de las unidades familiares. Así, la violencia no solo tiene lugar de hombres a mujeres, sino también de mujeres a hombres, de padres a hijos, de hijos a madres, etc.

Más allá de la idoneidad o no de esta perspectiva, la cuestión es que recientemente se ha incluido un argumento en defensa de la propuesta de la ultraderecha según el cual no está legitimado hablar de violencia machista porque también hay un porcentaje de casos en los que son las mujeres las que maltratan a sus parejas. La existencia de estos casos falsaría, cual argumento popperiano, el argumento general de que este tipo de violencia es machista, de hombres a mujeres, y haría más justificable su propuesta de políticas públicas en esta materia.

Ciertamente, algunos datos avalan el argumento de estos partidos. Hay un porcentaje, por pequeño que sea, de denuncias de malos tratos en los que la maltratadora es la mujer y el maltratado el hombre. Incluso casos de maltratos entre parejas en las que ambas integrantes son mujeres. Aquí es donde identificamos el uso de argumentos basados en la posverdad. El hecho de manejar un dato dota al argumento de un cierto grado de veracidad. Esta realidad no es inventada, existe. Pero se asume, de forma poco justificada, que su existencia invalida el argumento contrario, según el cual, en España debemos contar con políticas centradas en la violencia machista. Adicionalmente, este caso se cierra con otro elemento clave de la posverdad: su carácter emotivo; «hay que proteger a los menores y los ancianos contra la violencia que se ejerce en el contexto familiar» es un argumento complementario del anterior y que introduce elementos como la infancia o la vejez que apelan mucho a la sensibilidad.

Sin embargo, la lógica científica refiere que la existencia de casos específicos no es razón suficiente para invalidar la pauta general. Las políticas públicas se definen a partir de dichas tendencias generales y, según todas las fuentes disponibles, la disposición general en España, y en todos los países del mundo, es que la violencia entre parejas o exparejas tiene, en un porcentaje muy alto, una dirección clara: de hombres machistas a mujeres.

No obstante, tal y como también se ve en el siguiente caso, la posverdad siempre presenta un elemento elusivo. Es decir, evita explicitar, con los datos utilizados de forma parcial, el argumento que realmente se pretende defender.

88.3.3.2. Los «menas» salen a escena

Un segundo caso que puede ayudarnos a entender algo mejor el fenómeno de la posverdad es el famoso cartel que utilizó Vox en la campaña de las elecciones autonómicas en la Comunidad de Madrid de 2021, cuyo eslogan era «un mena 4700 euros al mes, tu abuela 426 euros de pensión/mes».

Desde muchos sectores de la sociedad civil se ha cuestionado la veracidad de la información contenida en este lema, pero lo cierto es que gracias a esta campaña se ponía sobre la mesa un problema que, para el partido político Vox, era clave: la entrada de personas inmigrantes de forma ilegal. La cuestión aquí no es debatir sobre un problema que afecta a España y que requiere de actuaciones públicas, sino cómo defiende Vox su posición.

En primer lugar, la sostiene a partir de dos datos. En este caso, la diferencia entre la cantidad que dedica la Comunidad de Madrid a cuidar de los jóvenes extranjeros que llegan a España sin el cuidado de un adulto y lo que nuestras abuelas y abuelos cobran de pensión. Más allá de que, según alguna fuente, como el medio *maldita.es*, los datos económicos no cuadran en lo que respecta a lo que se dedica al año, y no al mes, a un menor sin atención, de que se trata de partidas presupuestarias diferentes gestionadas por distintos organismos públicos, o de que la cantidad total dedicada a pensiones es muy superior a la que dedicamos a los jóvenes inmigrantes sin papeles, lo cierto es que la mayor parte de los menores atendidos en estas circunstancias son de origen español, según este mismo medio de comunicación dedicado a verificar informaciones. No obstante, en esta campaña se prefirió prescindir de toda esta información y señalar como un aspecto de agravio únicamente a las personas de origen extranjero y a sus atribuidos beneficios.

La cuestión aquí es nuevamente el elemento elusivo que utiliza la posverdad. Se entiende que la opinión pública de nuestras sociedades, con tantas fuentes diversas de información y en la que el pensamiento tecnocientífico es hegemónico, no va a asumir con facilidad un argumento basado únicamente en posiciones ideológicas, sino que preferirá aceptar, o lo hará de manera más fácil, aquellas propuestas que tienen un respaldo basado en datos. Sin embargo, en estos casos de posverdad los datos no son lo más importante, dado que estos pueden presentarse de una manera parcial, errónea o directamente falsa. La clave está en que se utilizan para decir lo que directamente no se puede afirmar públicamente sobre la atención que las Administraciones públicas prestan a los inmigrantes, por muy menores que sean.

En definitiva, la cuestión de cómo se presentan y utilizan los datos, de cómo estos están siempre relacionados con argumentos emotivos (en este

caso el agravio con las personas mayores y sus pensiones) y, finalmente, la naturaleza elusiva del mensaje, son una constante en los discursos basados en la posverdad.

88.4. Conclusión

La comunicación, especialmente aquella que se produce en espacios digitalmente mediados como los sitios de redes sociales, ha generado procesos sociales, políticos y económicos muy relevantes para la configuración de las sociedades digitales actuales. Sin lugar a duda, uno de ellos es la *desintermediación*. Esto es, la reducción de los costes de producción de contenidos culturales que, potencialmente, pueden ser luego compartidos y viralizados a través de sitios de redes sociales digitales como X, Facebook, TikTok, YouTube o Instagram.

Gracias a esta reducción de costes, son los ciudadanos directamente, y no solo a través de los actores centrales del espacio público y la arena política tradicional, quienes pueden hacer oír su voz. Sin embargo, dicha desintermediación es utilizada también por actores *anti-establishment*, como los partidos populistas, para trasladar contenidos comunicativos fuera de los canales de difusión característicos (*mass media*) de las dinámicas tradicionales de la opinión pública.

Por lo tanto, y a pesar de las potencialidades de su implantación y desarrollo en la sociedad digital, encontramos una serie de distorsiones en estos procesos comunicativos que les alejan de los ideales comunicativos democráticos. Estas prácticas han sido recogidas en las ciencias sociales bajo el paraguas terminológico de *information disorders* e incluyen fenómenos como la desinformación, la *misinformation*, las *fake news*, los bulos o la posverdad.

La relación entre estos desórdenes de la comunicación y los procesos más generales que afectan a las democracias de todo el mundo, como los discursos populistas o la polarización política, y que se producen en las redes sociales digitales es estrecha y clara, aunque no sea representable como una mera relación de causa y efecto.

Vivimos en sociedades altamente polarizadas. Esto ha quedado constatado por numerosos estudios y lo que aquí se han referido son solo unos pocos ejemplos. En el caso de España, dicha polarización afecta a procesos de debate público en contextos institucionalizados, como campañas electorales, pero también cuando se trata de debatir sobre temas abiertos a juicios normativos.

Esta polarización no solo es resultado de una oferta extremista. Es decir, no solo son los líderes quien presentan discursos polarizados que buscan los extremos del espectro ideológico en vez del centro político, sino que, como hemos visto más arriba, son también los propios ciudadanos los que buscan y consumen información polarizada. Esto especialmente se produce cuando las fuentes de información, que son los nuevos agentes del espacio público digital como *influencers* o *youtubers*, están fuertemente alineados con posturas ideológicas extremas.

En este orden de cosas, la creación de un «nosotros» frente al «ellos», propio de los discursos populistas, también puede identificarse nítidamente en España, al menos, desde hace una década. No obstante, según algunos estudios, los discursos populistas son más eficientes en la creación de una identidad de pueblo que en el desarrollo de una definición de «ellos» (de las élites).

Las audiencias de los discursos populistas parecen estar más abiertas a acogerse a una definición del «nosotros» que define la identidad partidista, que a un ataque al adversario político que pone límites respecto a los que están al otro lado de la división dicotómica populista. No se está afirmando que no haya un ataque al adversario (el «ellos»), sino que dichas estrategias son mucho más costosas y, por tanto, más ineficientes.

Lo que sí parece claro es que dichas estrategias de posición frente al adversario se valen de los *information disorders*. Aquí solo hemos hecho referencia a la posverdad. No obstante, hemos podido explicar cómo, en los espacios de comunicación digitalmente mediados, el uso de la información disponible (datos, evidencia científica, etc.) es utilizado de una forma muy específica para, sin falsear claramente, eludir un tipo de mensaje que, de otra forma, sería difícil de presentar ante la opinión pública.

Incluso para el «nosotros» del populismo polarizador, que busca reforzar identidades partidistas extremas, no es posible presentar a las claras argumentos tales como «no debemos atender a los menores sin protección que llegan a España». Es entonces cuando la posverdad se transforma en una herramienta de gran utilidad para la comunicación digital porque permite aparentar un cierto grado de verdad objetiva, a partir del dato, y a la vez eludir, mediante la contextualización y selección sesgada de solo una parte de dicha verdad objetiva, el verdadero mensaje que se pretende trasladar.

La posverdad es un producto manipulador perfectamente adaptado para los discursos populistas en los contextos de comunicación en las redes sociales digitales. Y esto mismo se podría decir del resto de estrategias que hemos definido bajo el concepto de *information disorders*; desinformación, *fake news*, etc.

En definitiva, las transformaciones claves de la sociedad digital como la *desintermediación* coinciden en el tiempo y el espacio con procesos políticos característicos de las democracias actuales como el populismo o los altos niveles de polarización política. Esta conjunción hace uso de una serie de herramientas comunicativas adaptadas al contexto digital que están generando una opinión pública más propia de una oclocracia que de una democracia.

Bibliografía

Allcott, Hunt y Gentzkow, Matthew (2017). «Social Media and Fake News in the 2016 Election». *Journal of Economic Perspectives,* 31(2), pp. 211-236.

Arias Maldonado, Manuel (2016). *La democracia sentimental. Políticas y Emociones en el siglo XXI.* Barcelona: Página Indómita.

Aslanidis, Paris (2016). «Is Populism an Ideology? A Reflection and a New Perspective». *Political Studies*, 64(1), pp. 88-104. doi: 10.1111/1467-9248.12224

Bazzocchi, Claudio (2020). «Il populismo è sempre di destra». *Rivista Di Filosofia, Storia e Scienze Umane*, 8(1), pp. 268-305.

Benkler, Yochai (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

Castells, Manuel (2005). *La era de la información* (tres volúmenes). Madrid: Alianza Editorial. (2.ª ed.).

Castells, Manuel (2024). *Digital Society*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Damiani, Marco (2024). *Populist Attitudes and Political Preferences after the Great Recession: Spain (2020), Argentina (2020), Italy (2020), Portugal (2020), and Germany (2021)*. Harvard: Harvard Dataverse.

Filimowicz, Michael (2023). *Information Disorders. Algorithms and Society*. London: Routledge.

Garrett, R. Kelly (2009). «Echo chambers online?. Politically motivated selective exposure among Internet news users». *Journal of computer-mediated communication*, 14(2), pp. 265-285.

Guevara, Juan A.; Gómez, Daniel; Robles, José M. y Montero, Francisco J. (2020). «Measuring polarization: A fuzzy set theoretical approach». *Information Processing and Management of Uncertainty in Knowledge-Based Systems*, 1, pp. 510-522.

Guevara, Juan A. y Robles, J. A. (2024). *La transición ecológica en España*. Fundación CEPSA.

Iyengar, Shanto y Westwood, Sean J. (2015). «Fear and loathing across party lines: New evidence on group polarization». *American journal of political science*, 59(3), pp. 690-707.

López-Borrull, Alexandre (2022). *Bulos científicos. De la tierra plana al coronavirus*. Madrid: Oberon.

Martín-Gutiérrez, Samuel; Robles, José M.; Torcal, Mariano; Losada, Juan C. y Benito, Rosa M. (2024). «In-party love spreads more efficiently than out-party hate in online communities». *Nature-Scientific Report*, 14(1), 15700.

Mazzoleni, Gianpietro (2014). Mediatization and Political Populism. En: Strömbäck, Jesper y Esser Frank (eds.). *The Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies* (pp. 42-56). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Mcintyre, Lee (2018). *Posverdad*. Madrid: Cátedra.

Metzger, Miriam J.; Hartsell, Ethan H. y Flanagin, Andrew J. (2020). «Cognitive dissonance or credibility? A comparison of two theoretical explanations for selective exposure to partisan news». *Communication Research*, 47(1), pp. 3-28.

Moffit, Benjamin (2016). *The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press.

Mosleh, Mohsen y Rand, David G. (2022). «Measuring exposure to misinformation from political elites on Twitter». *Nature Communications*, 13(1), 7144.

Mudde, Cas (2004). «The Populist Zeitgeist». *Government and Opposition*, 39(4), pp. 542-563. doi: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Olmo Romero, Julia A. (2019). *Desinformación. Concepto y perspectivas*. Madrid: Fundación Real Instituto Elcano.

Ortí, Alfonso (1988). «Para Analizar el Populismo: Movimiento, Ideología y Discurso Populistas. (El caso de Joaquín Costa: populismo agrario y populismo españolista imaginario)». *Historia Social*, 2, pp. 75-98.

Palau-Sampio, Dolors y Carratalá, Adolfo (2022). «Insuflando desinformación en el espacio público. Pseudo-medios y narrativas de la alteridad de la realidad». *El Profesional de la Información*, 21(3), e310 312.

Robles, José M. y Córdoba, Ana (2019). *Digital Political Participation: Disintermediation in the Era of Web 2.0*. London: Palgrave.

Robles, José M.; Guevara, Juan A.; Casas-Mas, Belén y Gómez, Daniel (2022). «Cuando la negatividad es el combustible. Bots y polarización política en el debate sobre el COVID-19». *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 71, pp. 63-75.

Robles, José M.; Casas-Mas, Belén y Fernandez-Zubieta, Ana (2025). «Back to polarization. An epistemological review from social network analysis». *Tempo social*.

Rodríguez Sáez, Arturo y Robles, José M. (2023). «La cuestión abierta de las tres P: polarización, populismo y posverdad en perspectiva emotivista». *Isegoría,* 69, e09. doi: 10.3989/isegoria.2023.69.09

Salaverría, Ramón (2023). «Futuro de los estudios sobre desinformación: campos de investigación emergentes». *El profesional de la información*, 32(5), e320 525.

Sánchez Berrocal, Alejandro (2021). «Populismos». *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 20, pp. 292-309. doi: 10.20318/eunomia.2021.6076

Sánchez Cuenca, Ignacio (2022). *El desorden político. Democracias sin intermediación*. Madrid: La Catarata.

Sartori, Giovanni (2005). *Partido y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial.

Sunstein, Cass (2003). *Republicanismo.com. Internet, democracia y Libertad*. Barcelona: Paidos.

Sunstein, Cass (2020). *La conformidad. El poder de las influencias sociales sobre nuestras decisiones*. Madrid: Grano de sal.

Stroud, Natalie J. (2017). Selective Exposure Theories. En: *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford: Oxford University Press.

Taboada-Villamarín, Alba; Romero Reche, Alejandro y Torres Albero, Cristóbal (2024). «Gateway Conspiracy: La desconfianza en la pandemia por COVID-19 como puerta de entrada a teorías de la conspiración». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas,* 188, pp. 145-164. doi: 10.5477/cis/reis.188.145-164

Torres Albero, Cristóbal (2003). Sociología del Conocimiento y de la Ciencia: Principios Fundamentales. En: Giner, Salvador (ed.). *Teoría Sociológica Moderna*. Barcelona: Ariel.

Torres Albero, Cristóbal (2005). «Representaciones sociales de la ciencia y la tecnología». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas,* 111, pp. 9-43.

Torres Albero, Cristóbal (2013). Redes sociales, nuevas identidades y conflictos sociales. En: Tezanos, José F. (ed.). *Los nuevos problemas sociales*. Madrid: Editorial Sistema.

Torres Albero, Cristóbal (2022). La comunicación en tiempos de pandemia. En: Tezanos, José F. (ed.). *Cambios sociales en tiempos de pandemia*. Madrid: CIS.

Vallespín, Fernando y Bascuñán, Máriam M. (2017). *Populismos*. Madrid: Alianza Editorial.

Vivo, Pedro y Robles, José M. (2025). «La pluralidad de hábitos de consumo de información en las redes sociales digitales. ¿Todos los agentes polarizan igual?». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 191, pp. 113-128.

Wardle, Claire y Derakhshan, Hossein (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Luxemburgo: Consejo Europeo.

Zarocostas, John (2020). «How to fight an infodemic». *The Lancet*, 39, 10225.

89. Las redes sociales de apoyo y de amistad en España

Félix Requena Santos
Catedrático de Sociología
Universidad de Málaga
José Manuel García Moreno
Profesor Titular de Sociología
Universidad de Málaga

89.1. Las redes sociales: el valor del capital social[1]

La teoría de redes es un marco analítico fundamental para la explicación de la estructura social; se trata de un conjunto de vínculos que unen tanto a miembros individuales como a colectivos en una sociedad (Requena y Ayuso, 2016). Es una teoría que tiene sus raíces en diversos cuerpos teóricos provenientes desde la Antropología social, la Psicología social o la Sociología estructural (Barnes, 1954; Blau, 1977; Bott, 1957; Burt, 1992; Cartwright y Harary, 1956; Clyde, 1969; Coleman, 1988; Gluckman, 1962; 1978; Granovetter, 1985; Laumann, 1973; Moreno, 1934; White, 2008).

Con este cuerpo teórico y metodológico, se puede definir el concepto «redes sociales». Estas son un conjunto delimitado de actores, que pueden ser individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades completas, etc., entre los cuales hay vínculos por medio de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Esos vínculos son lazos cuyas propiedades y características proporcionan información que permiten interpretar los comportamientos sociales de los actores implicados (Requena, 1989). A partir de esta definición, tres serían los elementos que se pueden extraer (Requena, 2008). En primer lugar, que ese actor o actores, tienen relación con otros, y estos a su vez con otros, sin necesariamente existir vínculo directo con los primeros con quienes puede existir o no una relación. En segundo lugar, la red es limitadora o potenciadora de la acción de los actores, lo que supone que las interacciones de un actor en la red tendrán influencia en lo que pueda suceder con el resto de los actores implicados. Y, en tercer lugar, en la medida en que los actores tengan conciencia de la

[1] Trabajo realizado con financiación de los proyectos Ref. PID2023-147856OB-I00 y PID2020-115673RB-I00 de la convocatoria de proyectos de generación de conocimiento del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

importancia de la red, podrán llevar a cabo acciones con la finalidad de conseguir metas concretas.

De esta forma, se está ante la utilidad social de los procesos relacionales. Esta se materializa en las redes sociales, las cuales son básicas para proporcionar bienestar a los que componen esa red. Se trataría tanto de bienestar emocional como bienestar social y material, junto con otros beneficios que puedan ayudar a organizar el conjunto de la vida social (Requena, 2011). Las relaciones sociales, como es el caso de aquellas en las que se pide ayuda o se busca información para la búsqueda, por ejemplo, de empleo, son de este tipo, puesto que los actores implicados contactan unos con los otros con el objetivo de proporcionarse seguridad, bienes, servicios o información (Requena, 1991).

A nuestro alrededor se ha generado todo un mundo social en el que cada uno de nosotros se apoya y que está constituido por nuestras relaciones: la familia, los amigos, los vecinos, los conocidos y los compañeros de trabajo. Esa es la razón por la cual, en situaciones de necesidad, estas relaciones personales proporcionan ayuda-apoyo a los miembros de ese mundo social (Requena, 2011). Ese apoyo, que puede ser tanto emocional como material, se presenta de manera más clara en momentos de crisis y, especialmente, cuando no puede ser proporcionado por el Estado de Bienestar o, simplemente, no puede conseguirse-comprarse siguiendo las lógicas del mercado (Requena, 2001).

Las redes sociales, cuando son redes de apoyo social, son una muestra clara de cómo se vinculan con necesidades de afectividad; de tal forma que, en estos contextos, son claros los sentimientos de seguridad a la par que bienestar (Willmot, 1986). Además, en este tipo de redes, gracias al compromiso de los que participan de ellas, se produce el fortalecimiento de la integración social. Se trata de redes que, en relación con sus miembros, proporcionan interpretación a las experiencias que se viven, aportan acompañamiento así como acceso a servicios que, sin la red, podrían llegar a ser inalcanzables. Además, saberse miembro de una red social personal, de una red de apoyo, proporciona tranquilidad en la medida en que cada persona conoce bien cuáles pueden ser sus roles dentro de esa red (es menos probable el conflicto de rol si conoces bien el papel a desempeñar en un determinado contexto de sociabilidad). Y, finalmente, una red social cubre necesidades afectivas-emocionales y da apoyo para la resolución de problemas. Parece evidente, por tanto, que las redes sociales de apoyo, por su cotidianidad, constituyen un fuerte sustento para cualquier persona en su vida diaria (Requena, 2011).

Las redes sociales se materializan en los procesos de ayuda informal, y se pueden descubrir mejor si el análisis se centra en las ventajas de estas, especialmente en sociedades como las nuestras en las que la presión sobre los Estados de Bienestar es alta en cuanto a la necesidad de hacer frente a esferas de actuación más amplias (con recursos limitados). Así, fomentar el peso de las redes sociales en la sociedad civil no es más que fomentar los procesos sociales alrededor de personas que necesitan apoyo social como posible complemento del bienestar que, por otra parte, los Estados han de prestar (Requena, 2001, 2008). Esa es la gran ventaja de estas redes, la de proporcionar un bienestar no

siempre fácilmente medible (emocional, social y material) pero que sirven a la organización de la vida social.

Las características relacionales y sociodemográficas de las personas influirán en cómo se articule su red social personal. Es decir, el tipo de apoyo social que cada uno pueda tener dependerá de cómo sea su red (Requena, 2011). Además, el que una persona acuda a su red para conseguir algún tipo de bien o ayuda dependerá tanto de factores de tipo individual (sexo, edad, nivel educativo, nivel de ingresos, etc.) como otros de tipo estructural (la posibilidad de acudir al Estado, en su sentido más amplio, para cubrir determinados tipos de necesidad). Así, por ejemplo, personas «sin red» o con una red débil, solitarias, que no son capaces o no saben cómo acudir a la red personal o al mercado o a las ayudas públicas, son personas que se encuentran en peor situación para cubrir sus necesidades. Otros factores como la existencia de vínculos entre generaciones, la gestión de la dependencia de los mayores sin presencia de la red familiar, la provisión de cuidados formal e informal, no se pueden entender bien en países como el nuestro sin tener en cuenta una perspectiva de análisis de redes social como aquí se propone y en entornos tan familistas como es el caso de nuestro país (Kalmijn y Sarraceno, 2008).

Otro factor que considerar en el análisis de redes sociales es cómo se produce la interacción cotidiana entre los miembros de la red. Analizar esta interacción permite conocer cuáles son los valores compartidos y entender cuestiones como la felicidad o los problemas que existen entre los miembros de la red (Requena, 2011). Con quién hablas y de qué cuestiones hablas con tu red es básico para conocer la posibilidad de generar bienestar que, para una persona, tiene su red social de apoyo. Por ello, analizar en profundidad este tipo de cuestiones permite introducir un elemento de racionalidad-instrumentalidad a relaciones que, en apariencia, pueden parecer solo emocionales. Así, conocer a qué personas puedo acudir en cada momento según el tipo de necesidad que se tenga es la objetivación de esa racionalidad en relaciones de tipo informal, donde las relaciones rutinarias se constituyen en mecanismos de apoyo social, puesto que serán relaciones percibidas como apoyos reales (Requena, 2011). Además, en este punto cobra sentido el planteamiento de Granovetter (2000), que distingue dos tipos de lazos sociales: los débiles y los fuertes. Los lazos fuertes se materializarían en el entorno más cercano, esto es, en la familia y en los amigos más íntimos. Sin embargo, los lazos débiles toman cuerpo en aquellos otros conocidos con menor grado de implicación social que el entorno de lazos fuertes. Para Granovetter, los lazos débiles tendrán importancia en la medida en que ayudan a tender puentes, siendo factores de conexión con círculos de información diferente a la del propio individuo, más allá de la información que proporcionan los lazos fuertes, pero sin olvidar que las redes de los individuos forman parte de redes sociales de mayor espectro, vinculadas unas con las otras y constituyendo todas juntas la sociedad total (Requena, 2001).

El bien que surge de nuestras redes sociales personales es el capital social. Este no solo proporciona ventajas personales para los miembros de la red, sino que beneficia también a la comunidad (Putnam, 2003).

La variable «capital social» se puede tomar como explicativa de muchos fenómenos, razón por la cual su uso se ha ido implementando con fuerza en las últimas décadas. La cantidad de capital social existente en una comunidad afecta a cuestiones tales como la eficiencia de las instituciones democráticas, la reducción de la delincuencia o las actuaciones que se pueden desarrollar al objeto de la eliminación/reducción de la pobreza (Herreros, 2002). Asimismo, la utilidad de esta variable se ha demostrado para el análisis de cuáles pueden ser los vínculos sociales que se articulan entre el mercado y los procesos de cooperación o negociación (Aliaga, 2002); también permite comprender el desarrollo económico de los contextos rurales mediante la generación de espacios comunitarios (Teves, 2005). De igual forma, el peso de las redes sociales personales (lazos fuertes) y el valor en términos de capital social que generan, por ejemplo, en la población migrante, pueden actuar como fuerza que permita un mejor desarrollo personal desde el punto de vista de la creación de oportunidades de movilidad social ascendente (Domínguez, 2004). Finalmente, está el capital social entendido como facilitador del surgimiento de confianza interpersonal –compromiso mutuo– que surge en el seno del conjunto de actores que posea ese capital social (Requena, 2008).

89.2. La amistad como concepto

La amistad se puede considerar como uno de los más eficaces y eficientes sistemas de apoyo social. El entorno de la familia, los amigos más íntimos, los compañeros de trabajo o de aficiones, las personas que conocemos o nuestros vecinos, es donde surge el medio social por el que pasamos a lo largo de nuestra vida. En este marco es donde emergen relaciones sociales como redes de apoyo que proporcionan una base importante de ayuda en momentos de incertidumbre, en momentos de dificultad o necesidad o de transición a diferentes momentos del ciclo vital. Estas redes de apoyo son redes personales que adoptan la forma de vínculos individuales con otras personas por medio de diferentes tipos de relación social (Requena, 2013).

Esas personas que nos rodean, que son nuestro círculo de confianza (en mayor o menor grado), son fundamentales a la hora de entender cómo es la vida que podemos llegar a vivir. El apoyo social que nos dan todas esas personas es un apoyo que se materializa en múltiples aspectos, como es el caso del desempeño de diferentes tareas, intercambios, afectos, cuidados e información. Una vida en la que se está rodeado de este tipo de personas que dan apoyo social es una vida en la que se comparten los sentimientos de alegría, de dolor, de soledad (Requena, 2001). De ahí que sea importante analizar cómo se construye la amistad y cómo las redes que se articulan en torno a ella son fundamentales para la comprensión de muchas dinámicas sociales.

La amistad se suele presentar como algo voluntario, dependiente de una libre elección. Pero no parece tan claro que esta no dependa de los límites de la oportunidad, el coste de elegir, el contexto en el que surge o la propia estructura social en la que se desenvuelven las personas. La amistad, y es la

hipótesis que aquí se maneja, tiene que ver con los procesos de estratificación y con la propia socialización. Así, las amistades que «se van construyendo» a lo largo de la vida dependen de más aspectos que esa libre elección, la selección o la propia atracción personal, de tal forma que el disponer o no de amigos dependerá de cómo nos encuadremos dentro de una determinada estructura social, de cómo sea el tipo de sociedad en la que se viva, así como la posición que cada persona tenga en la estructura social y económica (Requena, 2004).

Sin embargo, la amistad es una relación privada y personal. Por esta razón, no es sencillo su estudio. La amistad se presenta como una relación voluntaria y menos institucionalizada, pero tiene cierto nivel de regulación que puede ser estudiado (Requena, 2004). La amistad, desde esa privacidad, se entiende en oposición a otras relaciones públicas o de grupo. La amistad se materializa entre individuos, entre personas concretas. Además, el vínculo entre dos amigos no es sustituible como, por otra parte, puede suceder en una relación de grupo secundario. Entre dos amigos existe una relación personal definida a partir de cómo se hayan articulado las experiencias compartidas. Pero, al mismo tiempo, se está ante relaciones que, aun siendo privadas, se suelen identificar en los espacios públicos. Es decir, es fácil identificar quiénes son o no los amigos de una tercera persona porque suelen exteriorizarse. Desde la posición de Bates (1964) en relación con lo que es privado (los sentimientos que solo pertenecen a esa persona y a los que no deben tener acceso otras), la amistad quedaría circunscrita a un tipo de relación limitada a las dos personas que se relacionan. Es decir, lo que compone la conducta de los amigos queda circunscrita a ellos, no pudiendo convertirse en una relación social con otro conjunto de personas. De esta forma, podría parecer como algo propio, único, exclusivo, aunque la amistad no quedará limitada a los amigos, sino que se relacionarán con redes de amigos. Esto supone que el entramado de amistades lleva a conocer a otras personas con las que establecer relaciones de amistad; relaciones que, sin duda, superan la dualidad de dos amigos conectados por lazos fuertes.

Aparece aquí una segunda cuestión, ¿cuáles son los factores que definen a una amistad? Si se pregunta a las personas qué es lo que valoran más de sus relaciones de amistad, qué es lo que define esa amistad concreta, lo normal es que centren sus discursos en destacar el vínculo y la proximidad emocional-afectiva con esas otras personas que consideran sus amigos, olvidando cuestiones de tipo estructural a la hora de definirlos (Requena, 2001). Es decir, es clave conocer la posición en la estructura social de los individuos porque, posiblemente, se encuentren importantes pistas de cómo son sus redes personales de amistad, perfiles y características sociales de aquellos con los que se están vinculados en razón a dicha amistad. Por tanto, es fácil concluir que la amistad no es solo algo emocional, sino que es, en parte, producto del entorno social en el que cada persona se ubica.

En este punto, conviene concretar cuáles son las características de la amistad. Como han señalado Allan Graham (1979) o Suttles (1970), la amistad se caracteriza, sobre todo, por su aspecto emocional más que instrumental. Sin embargo, aquí entendemos que, más que una contraposición de lo emocional

frente a instrumental, lo que resulta más operativo a la hora de definir qué caracteriza una amistad puede ser una conjunción de ambos. Así, ciertamente habrá relaciones de amistad cuya base sea expresiva, pero en otras, la característica clave será instrumental y, por supuesto, se cuenta con aquellas otras situaciones en las que se puede apreciar con claridad la presencia simultánea de elementos emocionales e instrumentales. Es decir, la relación de amistad es más o menos emocional y más o menos instrumental. En las primeras, las relaciones de tipo expresivo se podrán canalizar con acciones simbólicas, mientras que en las relaciones amistosas instrumentales esa canalización será por medio de acciones de tipo material.

Junto a esta dualidad (emocionalidad-instrumentalidad), Paine (1969) establecía que una relación de amistad deriva de dos elementos. Por un lado, las reglas de relevancia y, por otro, una base de equivalencia. En el primer caso, con reglas de relevancia se referiría a lo que se considere admisible o deseable en el contexto de una relación de amistad, como una suerte de acuerdos internos a la propia relación que depende más de lo que sucede dentro de dicha relación que de lo que ocurra en el mundo exterior. Y, por otra parte, con la base de equivalencia se refiere a la reciprocidad, casi como una especie de equilibrio de la conducta recíproca en la propia relación. Sin embargo, la existencia o materialización de la citada reciprocidad no resulta sencilla de evaluar en la medida en que los fundamentos propios de la relación de amistad no siempre se pueden percibir de forma evidente, tanto para los que están fuera de la relación como para los propios miembros de la relación amistosa (Requena, 2004). De esta forma, de la amistad se desprenden tres principios básicos: autonomía (como algo que se opone a la dependencia), impredecibilidad (que se presenta en oposición a la rutina) y, limitada a los propios amigos (lo que se entiende en oposición a la posible apertura de dicha relación a los que se denominarían como «no amigos»).

Asimismo, otras características serían la posibilidad de que la relación de amistad se rompa o el énfasis que se ponga en los valores o estatus comunes a los miembros de la relación de amistad (Requena, 2001). La ruptura del vínculo con un amigo o amiga goza de mayor grado de libertad, en la medida en que puede ser más sencillo romper ese lazo y tratar de crear nuevos (algo que puede ser más fácil cuando la relación de amistad se sustenta más en la virtualidad, en el contexto de las tecnologías de la información y la comunicación, que en la presencialidad). Frente a ello, el coste de romper una relación social con un compañero de trabajo, un familiar o un vecino, puede llegar a ser más alto. Es el caso de dejar el empleo, romper con la familia o mudarse.

La amistad es un tipo de relación que destaca por constituirse en torno a un elemento fundamental: la sociabilidad (Requena, 2001, 2004). Esta se describe como el espacio que se considera propio de una amistad, donde el tiempo se disfruta en la medida en que se pasa junto a la otra persona. Sin embargo, la sociabilidad no es exclusiva de la amistad: no todas las personas con las que se es sociable se convierten en amigos. Por eso, en el análisis de las relaciones sociales hay que diferenciar entre una relación de amistad y una relación cordial (Requena, 2004), pues habiendo sociabilidad en ambas, el nivel de esta no se puede tomar como indicador suficiente de la fuerza que

pueda tener la amistad. De esta forma, la sociabilidad serviría para entender tanto el entorno social como la propia relación, en la medida en que, siendo clave para el análisis de la amistad, no sirve para comprender su significado ni la relación de amistad en sí misma, sino el entorno donde se produce.

89.3. Amistad como espacio personal y homogeneidad de estatus

Como ya se ha indicado, la amistad está limitada por el entorno en el que las personas desarrollan su vida cotidiana. De esta forma, es importante conocer las convenciones sociales, los modelos de organización en torno a los que, como sujetos, no se suele tener mucho control, de tal forma que, frente a la voluntariedad-libertad de elección de la amistad aparece la importante constricción del entorno (Requena, 2004). Hablar del entorno en el que escoger nuestras amistades es hablar del espacio personal (Requena, 2001), que está contenido dentro de un conjunto de límites señalados a partir de las oportunidades que las personas tienen para poder desplegar su vida personal con las características que sean de su elección. El espacio personal es el entorno en el que se cuenta con cierta autonomía para hacer y deshacer. No es el mismo para cada individuo, y estará determinado por factores como la clase social, el sexo, la edad, etc. Además, en la medida en que el espacio personal es mayor, aumenta la posibilidad de desarrollar contactos de tipo informal o, lo que es lo mismo, a medida que aumentan los espacios en los que se desempeñan diferentes roles, aumenta la posibilidad de contar con más relaciones y que estas se conviertan en relaciones de amistad y, en consecuencia, aumente el capital relacional.

Un ejemplo de cómo se articula este espacio personal y el impacto que tiene en las relaciones sociales de los individuos lo encontramos en el entorno laboral. La posición social en el marco de la división social del trabajo es fundamental, junto con las circunstancias económicas o materiales que derivan precisamente de esa posición laboral. Por ello, la naturaleza de nuestras redes de amistad en entornos laborales, así como las características que tengan los empleos y los roles que se desempeñen en esos entornos, tienen un claro impacto en la integración social de las personas y en su capital relacional. Es decir, impactan en las oportunidades que se tengan de formar amistades y se constituye en un proceso de sociabilidad en el que son importantes los contactos, los recursos y la energía emocional disponibles (Requena, 2001).

Con este planteamiento es más sencillo entender otras cuestiones como es el caso de los mundos sociales en los que se mueven los individuos. En estos, la interacción se produce con personas a las que nos parecemos en términos de educación, posición social, personalidad o modo de vida. Así, se podrá elegir más o menos quién será nuestro amigo, pero es posible que se nos asemeje desde el punto de vista de su posición en la estructura social, pero también lo será desde el punto de vista de los valores, los gustos, las aspiraciones, etc.

(Requena, 2004). Si con el análisis identificamos la composición de una red social personal, es muy probable que se esté en condiciones de presentar características tales como la forma de vestir, los lugares que se frecuentan o las actividades que se realizan. Es decir, la red social que se vislumbra con el análisis de redes es una forma para definir las características culturales comunes que adoptan una forma de subcultura.

En las características culturales se encuentra la limitación para la ampliación de la red personal de amistad. En la medida en que son las propias redes que se poseen las que nos ponen en conexión con otras personas, es esa red social la que limita las capacidades para encontrar nuevos amigos. Los amigos de la red («viejos amigos»), presentan a otros que podrían ser «nuevos amigos», de tal forma que conseguir nuevos amigos es complicado si no se tiene red social, al tiempo, que es posible que la red, su propia identidad, actúe como freno a la incorporación de nuevos miembros no aceptados dentro de la red original fruto de la presión social. Así, la red condiciona las elecciones en términos de amistad (Requena, 2004) y podría determinar la forma en la que los vínculos en ella pueden actuar como canales de comunicación de información útil a esa red, especialmente, cuando son canales de presión para otros miembros en cuanto a la accesibilidad en entornos sociales más o menos cerrados (Requena, 1989).

La variable composición de la clase social es una constante en el análisis sociológico de la amistad. Así, en contextos laborales, las relaciones de amistad, a medida que aumenta la edad, se caracterizan en mayor medida por la homogeneidad de estatus (Requena, 1991). Esta homogeneidad de estatus no solo se debe al hecho de compartir espacios laborales, donde tiene lugar una parte importante de nuestras vidas, sino que en ámbitos donde exista una red social estable, sea red de apoyo en general, o de amistad en particular, hay estilos de vida dentro de posiciones sociales similares. Cuando devienen esas condiciones, es más probable que dos personas que son extrañas terminen concretando una amistad (Requena, 2004). Es decir, los encuentros son más posibles si hay cercanía física y se dan las oportunidades que facilitan las posiciones similares en la estructura social, a lo que hay que añadir un tercer elemento: que exista un cierto grado de entendimiento. Todo ello, tiene más probabilidad de ocurrir si se comparte tanto la clase social objetiva (nivel educativo, edad, etc.) como subjetiva (identidad de estatus social y prestigio similares).

89.4. El apoyo social y su importancia en las sociedades actuales

El objetivo de este trabajo es analizar hasta qué punto siguen siendo o no importantes las redes de apoyo personal y de amistad en España, entendidas estas como sistemas de ayuda a los que se puede acudir en situaciones de necesidad. Los familiares, los amigos, los conocidos, ese capital social que se va labrando a lo largo de la vida son un apoyo fundamental en cualquier sociedad en general, y en la española lo es, sin duda, en particular.

El apoyo social se puede analizar tomando como referencia la fase del ciclo vital en el que nos encontremos. Es fundamental en la infancia: para el desarrollo de una sana socialización primaria. De tal manera que una falta de apoyo social en estas primeras etapas de la vida puede tener importantes consecuencias negativas futuras (Requena, 2004). Pero también lo es en el momento de la jubilación, donde una parte importante de la red de apoyo social que proporciona el trabajo puede debilitarse o, incluso, desaparecer. Está demostrado que las redes de apoyo que se basan en la amistad en el caso de personas jubiladas disminuyen significativamente respecto a las mismas redes si la persona trabaja (Requena, 2013).

Las relaciones sociales que tienen la forma de apoyo social son fuente de recompensa. Es frecuente que las personas busquen la obtención de beneficios como consecuencia de sus relaciones sociales. Los favores que se hacen a amigos y familiares pueden suponer la búsqueda de reciprocidad futura. Junto a esto, la red de apoyo proporciona la seguridad de estar al lado de alguien conocido, así como la integración social con quienes estamos comprometidos (Requena, 2004). En este sentido, la perspectiva del intercambio social de Peter Blau (1982) es útil para comprender qué aportan las relaciones sociales entendidas como aquí se están presentando. Desde este punto de vista, las relaciones sociales pueden ser gratificantes (encontrar placer en el simple hecho de relacionarse con amigos o disfrutar de la realización de actividades conjuntas) no con base en el contenido de la acción que se realice, sino por el mero hecho de realizarlas de manera conjunta con determinadas personas. Sin embargo, esa suerte de experiencia personal que son las relaciones sociales también tiene su riesgo, especialmente, cuando la expectativa puesta en el resultado de la interacción con otros no está al mismo nivel en todos los casos, de tal forma que quien espera mucho de una relación social puede llegar antes a la desilusión que quien espera menos de esa misma relación.

En sociedades como la española actual, en la que se habla de un progresivo aumento de la individualidad, es importante analizar las provisiones sociales que aportan las relaciones sociales y, en sentido negativo, qué se pierde cuando estas no existen o, simplemente, se debilitan, especialmente desde el punto de vista afectivo. Weis (1974), en un trabajo clásico pero de tremenda actualidad, vino a demostrar la clara asociación que hay entre las relaciones sociales y un conjunto de necesidades, así como la confianza que la red puede tener en que los miembros de estas ayuden en caso de presentarse dichas necesidades. Por ejemplo, las relaciones sociales cubrirían la necesidad de unión con otros porque eso aporta seguridad, pero también nos ofrece la posibilidad de obtener determinados servicios que, de otra forma, no se podrían lograr. Además, las redes sociales de apoyo son redes que funcionan como alianzas seguras. Es el caso de amigos íntimos y especialmente familiares que pueden estar disponibles para asistencias alargadas en el tiempo, algo de lo que no dispone quien carece de este tipo de red social de apoyo, de estas redes de amistad. Sin duda, la red puede actuar como guía de comportamientos, así como guía para la solución de problemas. De ahí, como se verá en los datos que se presentan más adelante, el alto grado de confianza que muestran los españoles con la capacidad de respuesta de sus redes de apoyo en caso de necesidad personal, especialmente en el caso de familiares y amigos.

89.5. Redes sociales de apoyo y de amistad en España

89.5.1. Datos

Para observar la situación de las redes sociales de apoyo y de amistad en España, con la brevedad y profundidad que permite este libro, se ha trabajado con diferentes estudios realizados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) a lo largo de algo más de una década (2014-2024). En concreto, en este capítulo se van a presentar datos de los siguientes ocho estudios:

- Los Estudios CIS 3038 y 3128, que se han fundido en una única matriz, ya que se trata del mismo cuestionario realizado en septiembre de 2014 y replicado en febrero de 2016. Ambos son dos barómetros centrados en familia y redes sociales (N = 4932).
- Los Estudios CIS 3057 y 3131, al igual que en el caso anterior, se han fundido en una única matriz de datos por ser el mismo cuestionario replicado. El primero es el Barómetro de marzo de 2015 y se repitió en marzo de 2016. Se trata de un estudio en el que se trabajan las relaciones interpersonales y las tecnologías de la información y la comunicación (N = 4943).
- Se ha trabajado con el E studio CIS 3194, que se corresponde con el ISSP (*International Social Survey Programme*) de 2017 sobre Redes sociales y religión (N = 1733).
- Asimismo, se presentan datos del Estudio CIS 3178 (2017) sobre Desigualdad y movilidad social (N = 2482).
- Además, se han analizado datos de la Encuesta Social General Española (ESGE) y que corresponde al Estudio CIS 3201 de 2017-2018 (N = 5365).
- Finalmente, se ha contado con datos del Estudio CIS 3479 (octubre 2024) sobre Redes de apoyo (N = 4003).

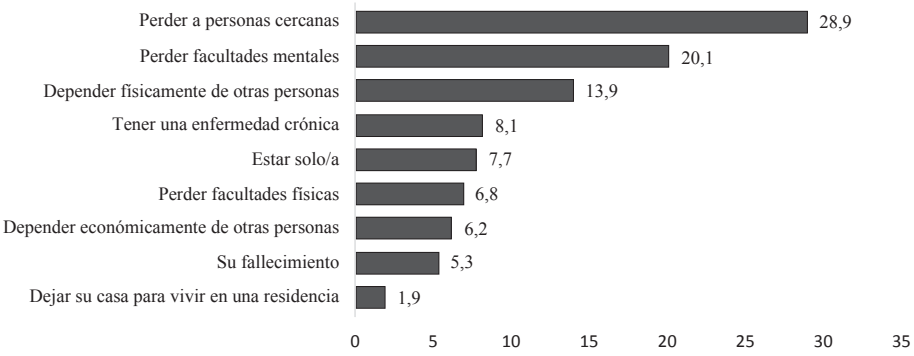
Esta diversidad de fuentes de datos del CIS nos permite ofrecer una panorámica profunda sobre cómo se configuran las redes de apoyo y amistad en nuestro país. A continuación, se presentan los resultados del análisis realizado a partir de los estudios que se han señalado.

89.5.2. La importancia de la sociabilidad para la red

El valor individual (para cada español/a) que puede llegar a tener la red social de apoyo podría medirse de diferentes formas. Una de ellas pasa por conocer hasta qué punto a los/as españoles/as les preocupan determinadas contingencias que se puede producir a lo largo del ciclo normal de vida, y si estas justifican la presencia de terceras personas de su entorno personal. El CIS, en la Encuesta Social General Española (ESGE) de 2018 (Estudio CIS 3201), precisamente, propone a la ciudadanía encuestada que reflexionen sobre cuáles serían algunas situaciones que se pueden presentar a lo largo de la vida y si estas les preocupan o no. En el gráfico 89.1, se puede comprobar cómo todo aquello que tenga que ver con hechos que se puedan producir en

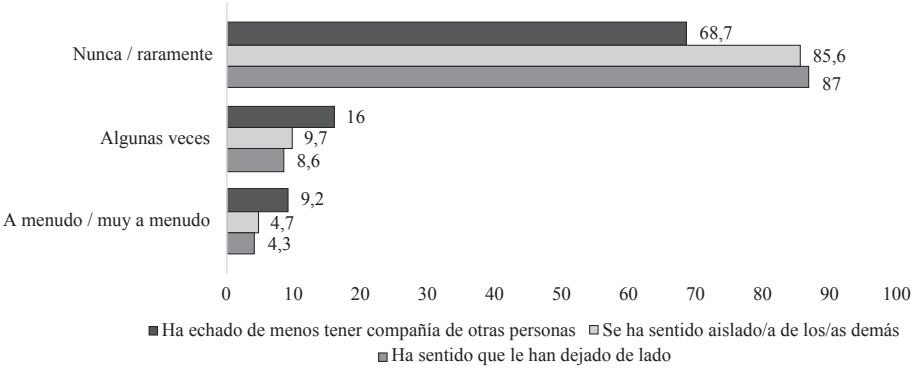
el entorno social más cercano son aspectos que preocupan por encima de otros que, en principio, pudiesen parecer más de corte personal [2]. Así, por ejemplo, perder a personas cercanas (28,9 %), depender de otras personas, ya sea físicamente (14 %) o económicamente (6,2 %) o estar solo (7,8 %), indican

GRÁFICO 89.1. *Posibles situaciones que más preocupan (2018, %)*



Pregunta: P. 20 A continuación, voy a mostrarle una serie de situaciones que pueden sucederle en algún momento de su vida y me gustaría que me dijera cuál de ellas es la que más le preocupa en primer lugar. ¿Y en segundo lugar?
Nota: Se presentan datos sobre el total de menciones (primer y segundo lugar).
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3201 (febrero 2018).

GRÁFICO 89.2. *Frecuencia con la que se han experimentado situaciones de soledad-aislamiento (2017, %)*



Pregunta: P.9 Durante las últimas cuatro semanas, ¿con qué frecuencia […]?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3194 (octubre 2017).

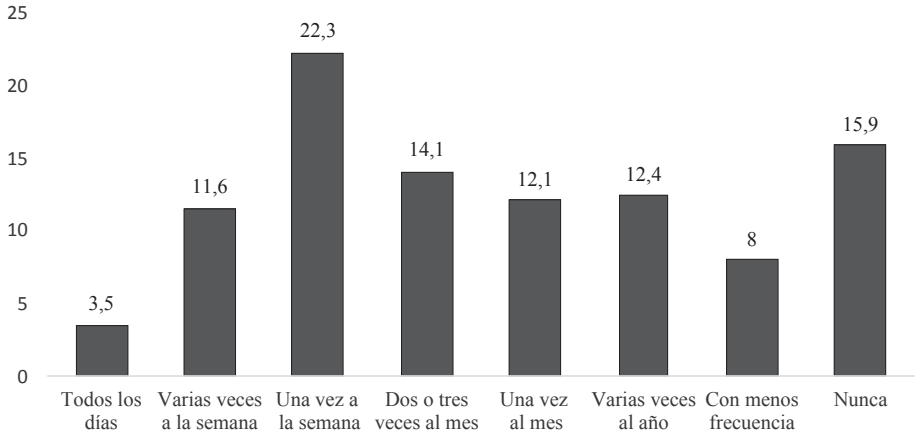
[2] Decimos «de corte personal» porque, de manera directa, no se trata de una preocupación que se refiera a la red de apoyo, pero es evidente que cuestiones como perder facultades mentales, tener una enfermedad crónica, dejar la casa para irse a vivir en una residencia o, incluso, el fallecimiento, de manera indirecta, afectarán a la red social de la persona y se afrontarán mejor dependiendo de cómo sea esa red.

que todo aquello que tenga que ver con perder o depender de la red de apoyo, sentir que se tiene en menor grado o, simplemente, no se tiene, preocupa a los españoles. Todas esas personas que nos rodean son, sin duda, importantes, y dicha importancia se entiende en su profundidad cuando estas se ven afectadas por acontecimiento vitales.

Sentirse aislado, solo, apartado respecto al entorno social en el que nos desenvolvemos, puede ser síntoma de fallas en la red de social de apoyo. Dentro del *International Social Survey Programme*, en 2017 (Estudio CIS 3194), se preguntó a los españoles la frecuencia en que habían experimentado en el último mes determinadas situaciones que aluden a echar de menos a alguien, sentirse aislado o quedar apartado/dejado de lado. Si bien los datos (gráfico 89.2) no son negativos para el caso español, sí hemos de apuntar que, con relativa alta frecuencia, el español echa menos tener la compañía de otras personas (9,2 %), se siente aislado/a de los demás (4,7 %) o ha sentido que lo han dejado de lado (4,3 %). En el sentido contrario, los datos positivos (suma de nunca o raramente sucede lo que se está midiendo) muestran la fortaleza de los lazos fuertes en el contexto de la sociedad española.

Al analizar cómo se generan esos lazos, más allá de los de consanguinidad (familia), resulta clave conocer el potencial para generar capital relacional que tienen los espacios de sociabilidad en una realidad como es la española. Encontrarse con otras personas que no sean familiares alrededor de una comida o bebida es muy frecuente en una sociedad como la nuestra. En el gráfico 89.3 se observa la frecuencia con la que los españoles se reúnen comiendo o bebiendo con personas que no son su familia. El 37,4 % de las personas encuestadas en el Estudio CIS 3194 comentaron que realizaban ese tipo

Gráfico 89.3. *Frecuencia con la que sale a comer o tomar algo con personas que no son familiares (2017, %)*



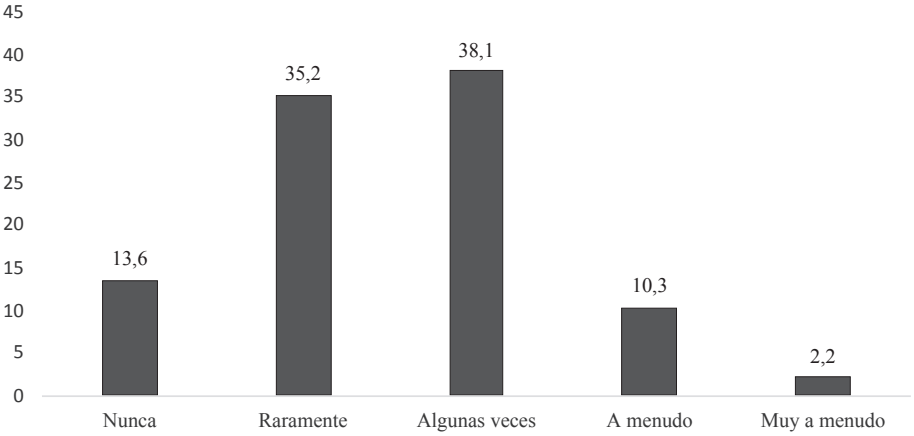
Pregunta: ¿Con qué frecuencia sale a comer o a tomar algo con tres o más amigos/as o conocidos/as, que no sean de su familia?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3194 (octubre 2017).

de actividad con una frecuencia de, al menos, un día a la semana y llegaban al 26,2 % los que decían que lo hacían una o varias veces al mes, frente al 15,9 % que afirmó que nunca.

Por tanto, en España vivimos en una sociedad donde compartir con amigos, conocidos u otras personas que no son familiares, mantel y bebida es relativamente frecuente y determinante para medir la fortaleza de la red social de apoyo basada en la amistad.

Como se puede ver en el gráfico 89.4, salir con amigos, conocidos, etc., es una situación en la que nuestra propia red, en este caso de amistad, se puede ver ampliada. Para el 38,1 % de los españoles esas salidas se convertían, algunas veces, en los escenarios propicios para conocer gente nueva o hacer nuevos amigos/as, hecho que podría suceder a menudo o muy a menudo en el 12,5 % de los casos. Por el contrario, el 35,2 % afirmó que raramente conocían a personas nuevas y un 13,6 %, nunca. Por tanto, la red de amigos o conocidos con los que se comparten espacios son redes que pueden dar lugar a la posibilidad de ampliar dicha red, si bien, también se aprecia cómo una parte importante de esas redes podrían ser muy cerradas, limitadas a los propios miembros del grupo. Por ello, es analíticamente interesante conocer cómo se articulan los procesos de acceso y salida de dichas redes.

Gráfico 89.4. *Frecuencia con la que se amplía la red social de amistad (2017)*



Pregunta: (A los que salen, véase gráfico 89.3) Y, en esas ocasiones, ¿con qué frecuencia conoce a gente nueva o hace nuevos/as amigos/as?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3194 (octubre 2017).

En nuestro país, estas redes abiertas que regulan cómo han de ser las relaciones entre sus miembros son redes básicas para la formación de parejas y, por tanto, para la ampliación de la propia red familiar. En la ESGE de 2018, se preguntó a los españoles cuáles fueron los medios o lugares/espacios a través de los cuales habían conocido a sus parejas. Como se puede

ver (gráfico 89.5), cinco son los lugares-medios que son la base de la red social de apoyo y de amistad en nuestro país: la familia, los amigos, los vecinos, el ámbito laboral y de estudio, a lo que habría que unir un sexto, los espacios de ocio (bares y discotecas, en los que, como se intuye por lo que ya se ha explicado, se puede ampliar nuestra propia red). La red de familiares, amigos o vecinos fue el medio para conocer a la pareja para el 26,6 % de los encuestados, el trabajo para el 11,6 %, el lugar de estudio para el 9,2 % y saliendo de bares o discotecas para el 19,8 %.

GRÁFICO 89.5. *Medios-lugares a través de los cuales conoció a su pareja (2018, %)*



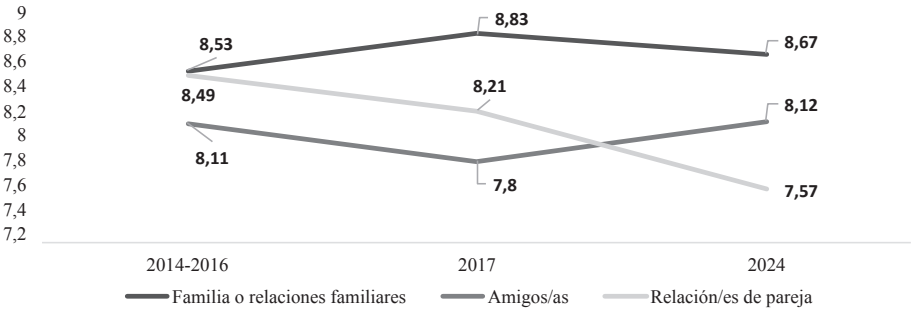
Pregunta: ¿Cómo conoció Ud. a su pareja?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3201 (febrero 2018).

En este sentido, parece evidente que los espacios de sociabilidad son fundamentales para conocer cómo nacen, se desarrollan, articulan y evolucionan, las redes de apoyo social en nuestro país. Es decir, cómo se materializa su reproducción social.

89.5.3. El valor de las relaciones interpersonales

Los españoles valoran de forma muy importante su entorno familiar, de pareja y de amigos (gráfico 89.6). En la última década, se observa que la familia sigue siendo el ámbito, de los tres analizados, que más satisfacción produce entre los españoles. Así, del 8,5 sobre 10 de 2014-2016, estamos en 2024 en un 8,7. Las relaciones de amistad se mantienen en el entorno del 8,1 sobre 10, mientras sí parece que se está produciendo cierta bajada en la satisfacción con las relaciones de pareja que han pasado del 8,5 al 7,6 sobre 10. En todo caso, siempre son valoraciones altas.

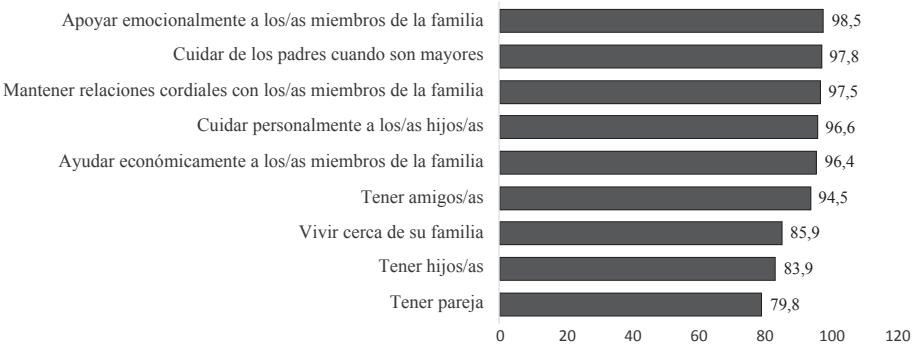
Gráfico 89.6. *Satisfacción con diferentes aspectos de la vida (media escala 0-10). Evolución 2014-2016 a 2024*



Pregunta: ¿En qué medida se siente Ud. satisfecho/a con cada uno de esos aspectos? Utilice para valorarlos una escala que va del 0 al 10, en la que 0 significa «completamente insatisfecho/a» y 10 significa «completamente satisfecho/a».
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3038 (septiembre 2014), 3128 (febrero 2016), 3201 (febrero 2018) y 3479 (octubre 2024).

Como se puede ver por los resultados mostrados en el gráfico 89.7, la fortaleza de la red personal de apoyo es fundamental para los españoles. Dicha fortaleza se materializa de forma simultánea en elementos tanto emocionales como instrumentales. Apoyar emocionalmente a los miembros de la familia; cuidar de los padres cuando sean mayores; mantener una relación cordial con la familia; cuidar de los hijos personalmente; ayudar económicamente a la familia o tener amigos, son aspectos importantes (muy o bastante) para más del 90 % de los españoles encuestados en los Estudios CIS 3057 y 3131. Estos aspectos son más importantes que el hecho de vivir cerca de la familia, tener hijos o tener pareja.

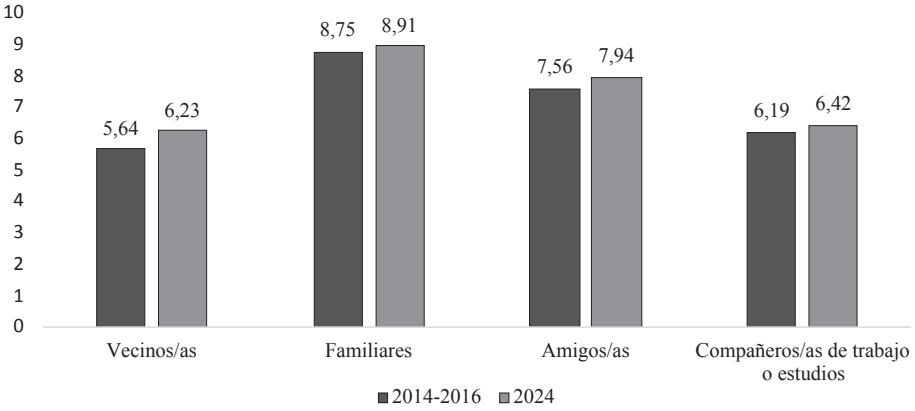
Gráfico 89.7. *Valoración de diferentes cuestiones relacionadas con la vida y las relaciones interpersonales (2015-2016, % de mucho-bastante)*



Pregunta: A lo largo de la vida, hay cosas que son muy importantes para una persona, mientras que otras pueden tener menos importancia. Para cada una de las cuestiones que voy a leerle a continuación, ¿podría decirme si representan para Ud. en la vida algo muy importante, bastante, poco o nada importante?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3057 (marzo 2015) y 3131 (marzo 2016).

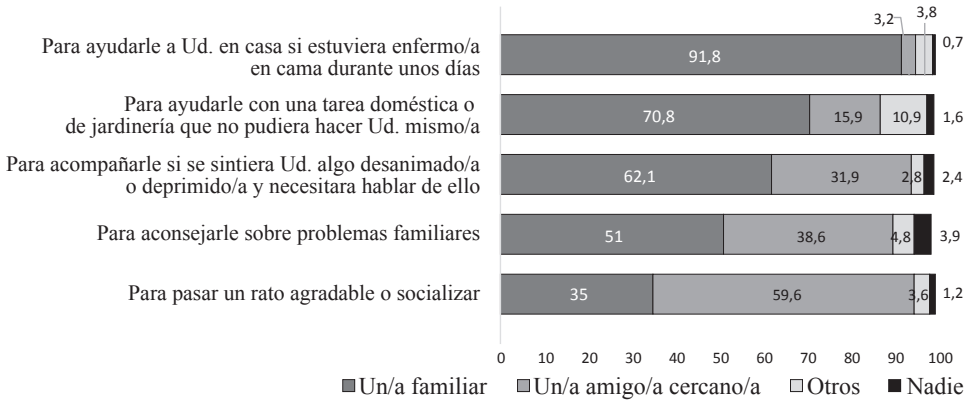
La red social se considera de forma importante y se tiene una gran confianza a la hora de poder acudir a ella en caso de necesidad. En una década (de 2014-2016 a 2024) ha mejorado la confianza en la red de apoyo en caso de necesidad (gráfico 89.8) y, por orden de mayor a menor grado de esa confianza la tenemos en la familia, los amigos, los compañeros de trabajo/estudios y los vecinos.

GRÁFICO 89.8. *Grado en el que se considera qué grupos de la red social lo ayudarían en caso de necesidad (media escala 0 a 10). Evolución 2014-2016 a 2024*



Pregunta: ¿En qué medida piensa Ud. que cada uno de los siguientes grupos le ayudaría en caso de que lo necesitase? Utilice una escala que va de 0 a 10, en la que el 0 significa «con toda seguridad no le ayudaría» y el 10 «con toda seguridad le ayudaría».
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3038 (septiembre 2014), 3128 (febrero 2016) y 3479 (octubre 2024).

GRÁFICO 89.9. *Personas más cercanas a las que se pediría ayuda ante determinadas situaciones de necesidad (2017, %)*



Pregunta: Ahora le voy a pedir que me diga a quién pediría ayuda en diferentes situaciones, si la necesitara. Si hay varias personas a las que podría acudir, mencione la que le resulte más cercana.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3194 (octubre 2017).

En la cuestión relativa a la solicitud de ayuda por necesidad (gráfico 89.9), la familia es fundamental en caso de enfermedad (más del 90 %). Sin embargo, en el caso de necesitar apoyo emocional, se acude más a los amigos cercanos (60 %).

En aquellas situaciones a las que acudir ante una necesidad más allá de la red (tabla 89.1) vemos que el 85,3 % señala a familiares y amigos cercanos como la opción preferida en caso de enfermedad (con datos del ISSP de 2017, Estudio CIS 3194), si bien, ante este hecho, un 9 % dice que acudiría a los servicios-Administración pública. En todo caso, la red personal de apoyo y de amistad, es la preferida tanto ante una necesidad económica como ante la necesidad de encontrar un lugar para vivir (en ambos casos así es para más del 60 %), también ante problemas administrativos o trámites oficiales (47,3 %) o en caso de necesitar encontrar un empleo (40,3 %). En estos dos últimos casos, gana peso tanto el servicio-Administración pública como las empresas privadas, como ámbitos a los que acudir si se necesita ese aspecto concreto. En el caso de necesitar empleo, casi el 9,1 % indica que no acudiría a nadie.

Tabla 89.1. *Personas, organizaciones o instituciones a las que acudiría si necesitase ayuda como primera opción (2017, %)*

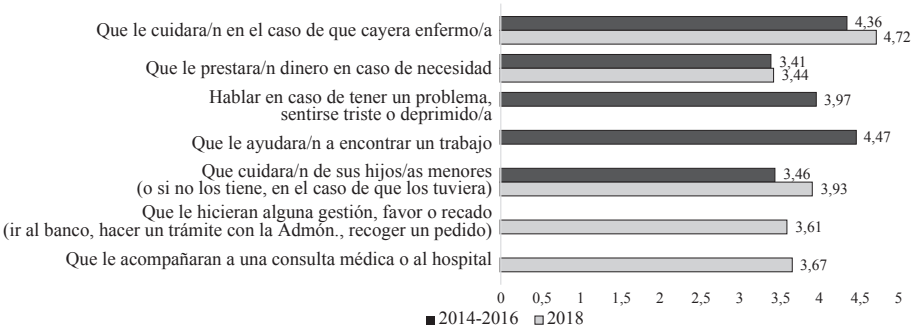
	Necesitara Ud. pedir prestada una cantidad de dinero considerable	*Necesitara encontrar un empleo*	*Ante problema administrativo o trámite oficial*	*Necesitara Ud. encontrar un lugar donde vivir*	*Cuidara si estuviera Ud. muy enfermo/a*
Familiar/es o amigos/as cercanos/as	65,6	40,3	47,3	63,0	85,3
Otras personas	2,3	12,1	8,7	5,3	1,8
Empresas privadas	22,8	15,4	10,9	12,1	1,9
Servicios públicos/ Administraciones públicas	2,2	20,3	28,6	11,8	9
Organizaciones sin ánimo de lucro o religiosas	0,5	0,6	1	1,2	0,5
Otras organizaciones	0,9	2,1	1,8	1,8	0,7
A nadie/ningún sitio	5,8	9,1	1,8	4,7	0,7
Total	100	100	100	100	100

Pregunta: Y, para cada una de las siguientes situaciones, por favor, dígame a quién o dónde acudiría si necesitara ayuda. Si hay varias opciones a las que acudiría, diga solo su primera opción.
Fuente: Elaboración propia a partir del Estudio CIS 3194 (octubre 2017).

Los datos de los Barómetros CIS 3038 (2014) y 3128 (2016) fusionados y del Estudio CIS 3201 (ESGE, 2018) que se presentan en el gráfico 89.10 muestran cómo es la amplitud de la red de apoyo: ese conjunto de personas a las que primero podemos acudir en caso de necesidad y ante determinada

cuestión. La red de apoyo más amplia se materializa en la necesidad de recibir cuidado ante la situación de caer enfermo y si se necesita encontrar trabajo (más de cuatro personas de media). En el extremo opuesto, la red más débil, es aquella que tiene que ver con el número de personas a las que acudir en caso de necesitar un préstamo de dinero (3,4 personas). Entre 3,6 y 3,7 personas serían a las que, de media, podríamos acudir para ser acompañados a una visita al médico o para gestiones diversas. En cualquier caso, la media de personas, para todas estas cuestiones del día a día, se sitúan, en España, por debajo de cinco.

GRÁFICO 89.10. *Tamaño de la red social de apoyo ante diferentes circunstancias (media 0 a 10)*[3]*. Evolución 2014-2016 a 2018*

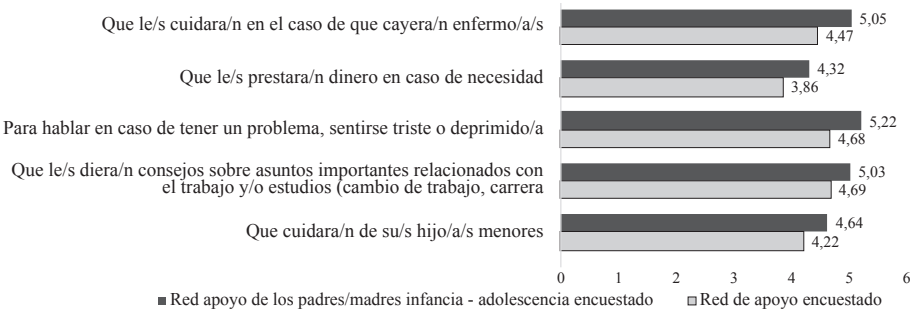


Pregunta: Ahora piense, en su círculo completo de familiares, amigos/as y conocidos/as. Aproximadamente, ¿a cuántas personas, podría acudir para […]?
Nota: Se calcula la media de personas entre uno y diez para reducir la dispersión de los datos que se presentan. Además, en el gráfico siguiente, la pregunta queda limitada por arriba a diez personas o más, como código.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3038 (septiembre 2014), 3128 (febrero 2016) y 3201 (febrero 2018).

Respecto a la variación intergeneracional del tamaño de la red, según los datos del Estudio CIS 3178 (2017), se observa (gráfico 89.11) que se está reduciendo el tamaño de la red de apoyo social de los españoles. En todos los casos (enfermedad, necesidad económica, poder hablar con alguien de nuestros problemas, recibir consejos o que cuiden de nuestros hijos) la red con la que contaban los encuestados de 2017 era menor que la que estos mismos encuestados atribuían a sus padres-madres durante su infancia y adolescencia.

[3] Para poder homogeneizar el tratamiento de los datos, y ante la enorme dispersión (desviación típica) que tenían los datos originales y que podrían interferir en las medias, así como dificultar la comparación entre estudios (las escalas no son siempre las mismas estudio tras estudio), hemos acotado el tamaño de la red a entre una y diez personas, lo que reduce ligeramente la muestra, pero también reduce ostensiblemente la citada dispersión.

GRÁFICO 89.11. *Comparación del tamaño de la red de apoyo de los padres-madres en la infancia-adolescencia de las personas encuestadas con el tamaño de la red[4] de apoyo de las personas encuestadas antes diferentes circunstancias (media 0 a 10, 2017)*



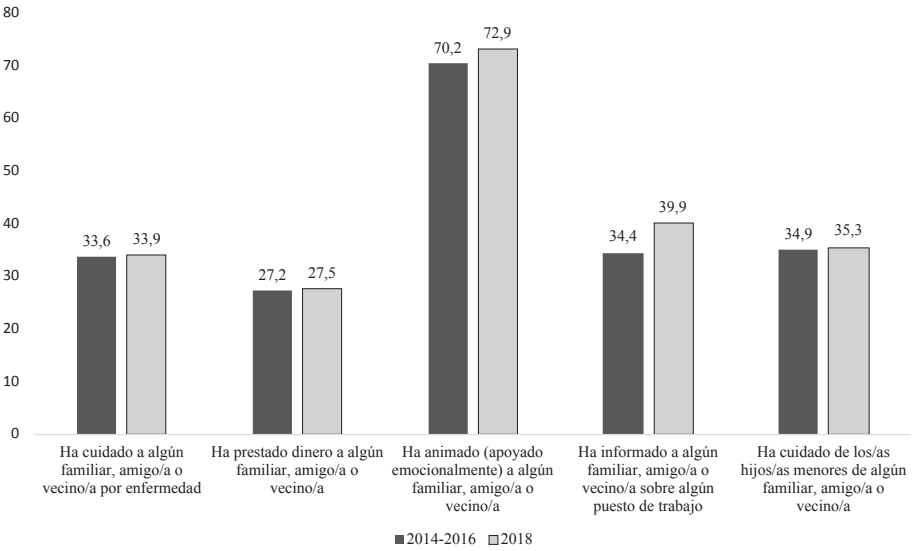
Preguntas: a) Piense ahora en el círculo completo de familiares, amigos/as, vecinos/as y otros/as conocidos/as de sus padres durante su infancia y adolescencia. ¿Recuerda, aproximadamente, a cuántas personas podían acudir sus padres en total para […]?
b) Piense ahora en su círculo completo de familiares, amigos/as, vecinos/as y otros/as conocidos/as. ¿Aproximadamente, a cuántas de esas personas podría acudir en total para […]?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3178 (noviembre 2017).

Hasta ahora se han presentado datos referidos a cómo es la red de apoyo y de amistad de los españoles, así como la posible fortaleza de esta. Ahora se presentarán datos sobre hasta qué punto realmente se podría estar usando dicho recurso relacional en nuestro país. Para eso, se han localizado en estudios del CIS preguntas en las que se sondea sobre si se ha prestado o recibido ayuda de su red social, así como a qué parte de esa red se ha ayudado o de la que se ha recibido la ayuda.

En el gráfico 89.12 se ve hasta qué punto la red de apoyo y de amistad ha sido apoyada por los españoles en los meses anteriores a los estudios; y en la tabla 89.2 a qué parte de la red ha ido destinada esa ayuda. El principal apoyo hacia la red es la de prestar apoyo emocional, animar (más de siete de cada diez encuestados así lo indican), ayuda que se da a la familia (54,2 %) y a los amigos (42,5 %). Cuidar a alguien enfermo del entorno, informar sobre algún puesto de trabajo o cuidar de hijos menores de dicho entorno social lo han hecho una tercera parte de las personas encuestadas. El cuidado de enfermos y el cuidado de hijos/as menores (no propios) tiene en los familiares el principal destinatario de la ayuda (91,1 % y 76,3 % respectivamente). Por el contrario, cuando se informa sobre empleo, el destinatario de esa información suele ser un amigo/a para el 64,5 % de las personas encuestadas. Ayudar con dinero, prestarlo, también se hace con la red cercana: de hecho, casi tres de cada diez encuestados así lo manifiesta; el 68,5 % presta ayuda a la familia y el 30,2 % a los amigos.

[4] Se puede ver que hay ligeras diferencias en el tamaño de la red de las personas encuestadas en algunas cuestiones entre los datos del gráfico 89.10 y el 89.11, pero son diferencias que entrarían dentro de los márgenes de error de los propios estudios. Lo importante aquí es comparar, en el gráfico 89.11, los diferentes tamaños de las respectivas redes de apoyo o amistad.

GRÁFICO 89.12. *Ha prestado ayuda a su red social más cercana ante diferentes circunstancias en los últimos seis meses (% de sí). Evolución 2014-2016 a 2018*



Pregunta: En los últimos seis meses, ¿ha prestado alguna de las siguientes ayudas a personas de su círculo social más próximo (familiar, amigo/a o vecino/a)?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3038 (septiembre 2014), 3128 (febrero 2016) y 3201 (febrero 2018).

TABLA 89.2. *Persona/s de la red social más cercana a la que le ha prestado ayuda ante diferentes circunstancias en los últimos seis meses (2018, %)*

	Ha cuidado por enfermedad	*Ha prestado ayuda económica*	*Ha animado (apoyado emocionalmente)*	*Ha informado sobre algún puesto de trabajo*	*Ha cuidado a los/as hijos/as menores*
Un/a familiar	91,1	68,5	54,2	32,6	76,3
Un/a amigo/a	6,6	30,2	42,5	64,5	20,3
Un/a vecino/a	2,3	1,2	3,2	2,9	3,3

Pregunta: ¿Y esa persona es o era […]?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3201 (febrero 2018).

Respecto a la ayuda que los españoles reciben de su red en caso de necesidad, en la tabla 89.3, se puede observar qu,e cuando lo necesitan, cuentan con la red de contactos, de apoyo social y de amistad. Además, los españoles reconocen ayudar más a su red que la cantidad de ayuda que ellos mismos reciben de esa red (en todas las situaciones el porcentaje de «ha ayudado» es mayor al de «ha recibido» esa ayuda). El apoyo emocional es el tipo de apoyo más destacado, aunque complementado con otras cuestiones de índole más instrumental

como cuidados, ayuda económica o información sobre puestos de trabajo. Asimismo, al igual que cuando se da la ayuda, cuando esta se recibe, procede sobre todo de la familia salvo para apoyo emocional e información sobre un puesto de trabajo, donde los amigos adquieren más protagonismo.

TABLA 89.3. *Ha recibido ayuda de su red social más cercana ante diferentes circunstancias en los últimos seis meses y persona/s de la red social más cercana que le ha prestado la ayuda (2018, %)*

	Ha recibido ayuda para su cuidado por enfermedad	*Ha recibido ayuda económica*	*Ha recibido ánimos (apoyo emocional)*	*Ha recibido información de algún puesto de trabajo*	*Sus hijos/as menores han recibido cuidados*
Sí	21,5	17,7	59,3	19,7	16
No	76,7	81,7	40,3	65,5	29,8
N. P.	1,8	0,6	0,5	14,8	54,2
Un/a familiar	92,2	90,1	68,7	33,0	89,3
Un/a amigo/a	6,3	9	29,9	64,3	7,8
Un/a vecino/a	1,5	0,9	1,4	2,7	2,8

Pregunta: Y, en los últimos seis meses, ¿ha recibido Ud. alguna de las siguientes ayudas procedente de personas de su círculo social más próximo (familiar, amigo/a o vecino/a)? ¿Y esa persona es […]?
Fuente: Elaboración propia a partir del Estudio CIS 3201 (febrero 2018).

Por tanto, la red social de apoyo funciona en términos de capital relacional en el contexto familiar, y se vuelve más propia de amigos cuando afecta al mundo del trabajo y, en concreto, en lo referente a facilitar información sobre puestos de trabajo. El peso de la red social de apoyo y de amistad se ha demostrado fundamental para el acceso al primer empleo, para el empleo en general y para la búsqueda de trabajo (Requena, 1991).

En las tablas 89.3 y 89.4 se presentan cuáles pueden ser las tendencias españolas respecto a la importancia que tienen tanto los mecanismos informales –las redes sociales personales– como formales a la hora de explicar cómo se consiguen los empleos en nuestro entorno en caso de estar en situación de desempleo y cuáles son las vías que se activan en el proceso de búsqueda de un nuevo empleo. Por ello, las redes de apoyo y de amistad son fundamentales en el proceso básico de inserción sociolaboral.

En la última década, hasta 2024, los mecanismos de acceso al empleo (tabla 89.4) parecen apuntar a una pérdida de influencia de red de contactos (familiares directos, otros familiares, amigos, conocidos y compañeros de trabajo) como vía por la que se encontró el empleo actual. Mientras que en 2014-2016 ese conjunto de vías informales suponía el mecanismo de acceso al mercado laboral para más del 40 % de las personas encuestadas, en 2024, con datos del estudio sobre Redes de apoyo 3479 del CIS, el peso de esos mecanismos se

TABLA 89.4. *Medio a través del cual encontró el empleo actual (%). Evolución 2014-2016 a 2024*

Medio	*%*	*Medio*	*%*
A través de un familiar directo	15,6	A través de un familiar directo	5,6
A través de otros/as parientes	2,1	A través de otros/as parientes	1,2
A través de amigos/as	13,6	A través de amigos/as	7,2
A través de conocidos/as	10,3	A través de conocidos/as	5,6
Por los servicios públicos de empleo	3,2	A través de compañeros o compañeras de otros trabajos	4,3
Por una agencia de trabajo temporal	1,4	Por los servicios públicos de empleo (el SEPE, el INEM)	1,9
Por oposición/concurso de traslado	13,5	Por una agencia de trabajo temporal	2,5
Enviando/presentando personalmente currículum en las empresas	9,7	Por oposición/concurso de traslado	14,4
Acudiendo a entrevistas en los centros de trabajo	3,5	Acudiendo personalmente a las empresas/ presentando directamente el currículum	18,2
Por un anuncio en la prensa	2,2		
Por una bolsa de trabajo	3,0	Por una bolsa de trabajo	4,9
A través del centro donde estudiaba	2,1	A través del centro donde estudiaba	3,2
Creó su propia empresa o se hizo autónomo/a	11,5	Creó su propia empresa o se hizo autónomo/a	13,6
La empresa es familiar	2,5	La empresa es familiar	1,2
A través de Internet	2,5	En páginas web de búsqueda de empleo o páginas profesionales (Infojobs, LinkedIn...)	11,2
Otra forma	0,8	Otra forma o personas	4,9

Pregunta: ¿Cómo consiguió Ud. su actual trabajo?
Fuente: Elaboración propia a partir de CIS, Estudio CIS 3038 (septiembre 2014), Estudio CIS 3128 (febrero 2016) y Estudio CIS 3479 (octubre 2024).

reduce hasta el 24 %. ¿Qué ha sucedido? Parece que el tamaño medio de la red social de los españoles se está reduciendo (lo que en toda lógica podría afectar disminuyendo las posibilidades de acceder a información de puestos de trabajo en una red más próxima que es cada vez más pequeña). Además, se da una segunda circunstancia, al tiempo que han aumentado las personas que han accedido a un empleo público, se ha multiplicado casi por cuatro el porcentaje de los que han usado Internet y páginas webs profesionales para acercarse, informarse o lograr el puesto de trabajo. Así, ante un probable mayor aislamiento social, se opta por mecanismos de acceso directo como puede ser la red Internet.

En el caso de los desempleados (tabla 89.5), la situación es similar a la descrita respecto al mecanismo de acceso al empleo actual. Preguntados por los medios que se utilizan en la búsqueda de empleo, se puede ver que el medio más utilizado para buscar empleo hace 8-10 años y en la actualidad, es

el mismo, y casi con la misma fuerza: Internet o a través de páginas webs especializadas. En su momento, la prensa era también un medio importante de búsqueda, que hoy ha desaparecido. Se sigue confiando, y más en 2024 que hace una década, en los servicios públicos de empleo. Enviar currículum directamente a empresas ha perdido peso como mecanismo entre los parados españoles y ha crecido el porcentaje de los que están preparando oposiciones. Sin embargo, el cambio más importante que se aprecia es el que tiene que ver con citar el uso de las redes sociales personales como medio para la búsqueda de empleo. Familiares directos, parientes, amigos y conocidos han perdido bastante peso como mecanismo usado para la búsqueda de empleo. Es más, con los datos de los años 2014-2016 se reflejaba un perfil de parado que diversificaba más los mecanismos de búsqueda, que creía más en el potencial de su red, frente al actual que, no descartando la red social, apuesta por centrar el esfuerzo de búsqueda en Internet (en páginas especializadas), en los servicios públicos de empleo o acudiendo directamente a las empresas, pero dando menos importancia a las redes personales de apoyo y de amistad.

TABLA 89.5. *Medio a través del cual está buscando empleo (% menciones sobre total de parados). Evolución 2014-2016 a 2024*

Medio (2014-2016)	*%*	*Medio (2024)*	*%*
A través de Internet	44,6	En páginas web de búsqueda de empleo o páginas profesionales (Infojobs, LinkedIn...)	45,6
A través de un familiar directo	28,5	A través de un/a familiar directo/a	13,3
A través de otros parientes	23,6	A través de otros/as parientes	10,5
A través de amigos/as	50,2	A través de amigos/as	17,1
A través de conocidos/as	42,1	A través de conocidos o conocidas	15,7
Mirando anuncios en la prensa	23,7	A través de compañeros o compañeras de otros trabajos	10,5
A través de los servicios públicos de empleo	39,2	A través de los servicios públicos de empleo (el SEPE, el INEM)	51,9
A través de una agencia de trabajo temporal	16,8	A través de una agencia de trabajo temporal	16,3
Está preparando una oposición	3,3	Está preparando una oposición	8,6
Está enviando el currículum a las empresas o presentándose personalmente/ entrevista en los centros de trabajo	37,7	Acudiendo personalmente a las empresas/Presentando directamente el currículum	28,2
Está creando su propia empresa (autónomo/a)	2,3	Está creando su propia empresa o su propio negocio	4,4
No está buscando empleo	11,4	No está buscando empleo	16,0
Otra forma	0,8	Otra forma u otras personas	3,9

Pregunta: ¿A través de qué medios está buscando empleo?
Nota: Porcentaje calculado sobre el total de parados. Pregunta multirrespuesta.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los Estudios CIS 3038 (septiembre 2014), 3128 (febrero 2016) y 3479 (octubre 2024).

89.6. Conclusiones

Como se ha demostrado, el análisis de redes sociales es fundamental para conocer cómo se articulan los entramados relacionales en la sociedad española. Dentro de sus múltiples aplicaciones se ha presentado una aproximación a la capacidad explicativa de las variables red de apoyo y de amistad, tanto desde el punto de vista teórico como desde la demostración de su importancia en una sociedad como la española.

La red social en España proporciona seguridad, bienes y servicios, y responde ante necesidades. Se trata de una red que se convierte en clave para comprender cómo se articulan los espacios personales de la ciudadanía española. Las relaciones interpersonales sirven tanto al objetivo de cubrir necesidades como a la propia ampliación de la misma red social. Una sociedad como la española es una sociedad en la que la red de apoyo más cercana, la de los familiares, no se entiende sin la presencia de los amigos, compañeros de trabajo o compañeros de estudio.

En este trabajo se ha demostrado que el apoyo, la ayuda que proporciona la red, no es solo emocional, que es fundamental, sino también instrumental y física. Saber que puedes acudir a tu red en caso de enfermedad, necesitar dinero, ayuda en el cuidado de los hijos, etc., son ejemplos claros de que cuando se ayuda o se recibe, la red proporciona una combinación de beneficio físico y emocional.

Todo el entramado de personas que se posicionan en el entorno más cercano de los españoles se constituye en los círculos de confianza a los que acudir en términos de reciprocidad. Es un entorno que se retroalimenta en ambas direcciones si bien, se han detectado dos aspectos que merecerían ser analizados en más profundidad. Se percibe: 1) que los españoles tienen la sensación de ayudar en mayor medida que la ayuda que ellos reciben y 2) que el tamaño de la red propia que definen los españoles es menos extenso que el de generaciones anteriores: al referirse a la de sus padres o madres. Estos síntomas de cierto desajuste y cambio deben seguir siendo estudiados, pues una sociedad como la española, donde las redes de apoyo y las redes de amistad son fundamentales, puede entrar en una suerte de crisis de sociabilidad si se consolida esa pérdida de influencia de la red que, por otro lado, se ha detectado en el caso del acceso al mundo laboral (véase como ejemplo de estas tendencias).

Por tanto, las redes de apoyo y de amistad son redes que, para el caso español, son fundamentales para describir cómo se configuran los vínculos sociales, los mecanismos de proximidad emocional y, todo ello, bajo la influencia de las propias características de la estructura social de nuestro país. En este trabajo se ha presentado una radiografía minuciosa de la última década, desde la perspectiva del análisis del apoyo social informal, tanto del que necesita ayuda de su entorno como del que la presta, que sirve de contexto para seguir avanzado en este prolífico campo de estudio.

Bibliografía

Aliaga Linares, Lisette (2002). «El capital activo de los comerciantes ambulantes: un análisis cualitativo de sus redes sociales». *Redes, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 2(3). doi: 105565/rev/redes.36

Allan, Graham A. (1979). *A Sociology of Friendship and Kinship*. London: George Allen and Unwin.

Barnes, John A. (1954). «Class and Committees in a Norwegian Island Parish». *Human Relations*, 7(1), pp. 39-58. doi: 10.1177/001872675400700102; [ed. cast.: Clase y comités en una comunidad isleña noruega. En: Requena Santos, Félix (coord.). *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones* (pp. 121-146). Madrid: CIS, 2003].

Bates, Alan P. (1964). «Privacy-A Useful Concept?». *Social Forces*, 42, pp. 429-434.

Blau, Peter M. (1977). «A Macrosociological Theory of Social Structure». *American Journal of Sociology*, 83(1), pp. 26-54. doi: 10.1086/226505

Blau, Peter M. (1982). *Intercambio y poder en la vida social*. Barcelona: Hora.

Bott, Elisabeth (1957). *Family and Social Network: Roles, Norms, and External Relationships in Ordinary Urban Families*. London: Tavistock Publications; [ed. cast.: *Familia y red social. Roles, normas y relaciones externas en las familias urbanas corrientes*. Madrid: Taurus, 1990].

Burt, Ronald S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Disponible en: http://www.jstor.org/stable/j.ctv1kz4h78, acceso 31 de julio de 2025; [ed. cast.: *Huecos estructurales. La estructura social de la competitividad*. Madrid: CIS, 2015].

Cartwright, Dorwin y Harary, Frank (1956). «Structural Balance: A generalization of Heider's theory». *Psychological Review*, 63(5), pp. 277-293. doi: 10.1037/h0046049; [ed. cast.: Equilibrio estructural: Generalización de la Teoría de Heider. En: Requena Santos, Félix (coord.). *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones* (pp. 21-48). Madrid: CIS, 2003].

Clyde Mitchell, James (1969). *Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns*. Manchester: Manchester University Press.

Coleman, James S. (1988). «Social capital in the creation of Human Capital». *American Journal of Sociology*, 94: S95-S120; [ed. cast.: «Capital social y la creación de capital humano». *Zona Abierta*, 94-95, pp. 47-81, 2001.

Coleman, James S. (2011). *Fundamentos de teoría social*. Madrid: CIS.

Domínguez, Silvia (2004). «Estrategias de movilidad laboral: el desarrollo de redes para el progreso personal». *Redes, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 7(9). doi: 10.5565/rev/redes.58

Gluckman, Max (1962). *Essays on the Ritual of Social Relations*. Manchester: Manchester University Press.

Gluckman, Max (1978). *Política, ley y ritual en la sociedad tribal*. Barcelona: Akal.

Granovetter, Mark S. (1985). «Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness». *American Journal of Sociology*, 91(3), pp. 481-510; [ed. cast.: Acción económica y estructura social: El problema de la incrustación. En: Requena

Santos, Félix (coord.). *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones* (pp. 231-269). Madrid: CIS, 2003].

Granovetter, Mark S. (2000). «La fuerza de los vínculos débiles». *Política y sociedad*, 33, pp. 41-56.

Herreros Vázquez, Francisco (2002). «¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos? Una definición de capital social». *Papers Revista de Sociología*, 67, pp. 129-148.

Kalmijn, Matthijs y Saraceno, Chiara (2008). «A comparative perspective on intergenerational support». *European Societies*, 10(3), pp. 479-508. doi: 10.1080/14616690701744364

Laumann, Eduard O. (1973). *Bonds of pluralism: The form and substance of urban social networks*. New York: John Wiley & Sons.

Moreno, Jacob (1934). *Who shall survice?* New York: Beacon Press.

Paine, Robert (1969). «In Search of Friendship: An Exploratory Analysis in 'Middle-Class' Culture». *Man*, 4(4), pp. 505-524. doi: 10.2307/2798192

Putnam, Robert (2003). *El declive del capital social. Un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario* (pp. 7-34). Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Requena, Félix (1989). «El concepto de red social». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 48, pp. 137-152.

Requena, Félix (1991). *Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional*. Madrid: CIS.

Requena, Félix (2001). *Amigos y redes sociales. Elementos para una sociología de la amistad*. Madrid: CIS.

Requena, Félix (2004). «La amistad como sistema de apoyo social». *Crítica*, 54(918), pp. 22-26.

Requena, Félix (2008). *Redes sociales y sociedad civil*. Madrid: CIS.

Requena, Félix (coord.) (2011). *Las redes de apoyo social*. Madrid: Civitas – Thomson Reuters.

Requena, Félix (2013). «Family and friendship support networks among retirees: A comparative study of welfare systems». *International Journal of Sociology and Social Policy*, 33(3/4), pp. 167-185. doi: 10.1108/01443331311308221

Requena, Félix y Ayuso, Luis (2016). *Teoría Sociológica Aplicada*. Barcelona: Anthropos.

Suttles, Gerald (1970). Friendship as a Social Institution. En: McCall, Michal M.; Suttles, Gerald D. y B. Kurth; Suzanne (comps.). *Social Relationship* (pp. 95-135). Chicago: Aldine.

Teves, Laura (2005). «Análisis de redes sociales y actividades económicas en las comunidades de Molinos». *Redes, Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 9(2). Disponible en: https://raco.cat/index.php/Redes/article/view/38543, acceso 30 de julio de 2025.

Weis, Robert S. (1974). The provision of social relations. En: Rubin, Zick (ed.). *Doing unto Others* (pp. 17-26). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

White, Harrison (2008). *Identity and Control: How Social Formations Emerge*. Princeton: Princeton University Press. (2.ª ed.).

Willmott, Peter (1986). *Social Networks, Informal Care and Public Policy*. London: Polity Studies Institute.

90. Tendencias en ocio y cultura

Javier Callejo
Catedrático de Sociología
Universidad Nacional de Educación a Distancia

90.1. Introducción: el ocio es cada vez algo más

Lejos de las condenas que sufría en las sociedades tradicionales y de la primera modernidad, el ocio está en el centro de los valores en la actualidad, y de lo que los ciudadanos consideran vida buena. Se desea su extensión. De hecho, como plantean la mayor parte de los debates sobre políticas públicas de conciliación, se demanda más ocio, al contrario que esa restricción, con bases morales y especialmente orientada a las clases trabajadoras, que se exigía anteriormente (Best, 2009). Pero tampoco parece que estemos en esos momentos en los que se empezaba a hablar, entre las ilusiones y los temores, de la sociedad del ocio (Dumazedier, 1988).

La extensión temporal del ocio en la sociedad española parece indiscutible, tanto en cantidad como en demanda de la misma. Teniendo en cuenta todas las categorías relacionadas con el ocio distinguidas por la Encuesta de Empleo del Tiempo (2009-2010[1]: comidas y bebidas; vida social y diversión; deportes y actividades al aire libre; aficiones y medios de comunicación), en un día promedio, los españoles de más de quince años dedican seis horas y cincuenta y seis minutos al ocio. Si descontamos el tiempo (ocho horas y cuarenta y un minutos de media) dedicado a dormir, significa que casi la mitad de ese día promedio, el 45,2 %, está vinculado a actividades de ocio. Esta cifra está bastante por encima del tiempo dedicado de promedio al trabajo doméstico y de cuidados (tres horas y dos minutos) o al trabajo remunerado (dos horas y veintiocho minutos). En la edición 2002-2003 de la propia Encuesta de Empleo del Tiempo, la cantidad de tiempo dedicada a actividades englobables en la categoría de ocio fue algo menor: seis horas y treinta y nueve minutos. El tiempo dedicado al ocio, por tanto, va creciendo.

Hablar de un día promedio con una específica cantidad de tiempo de ocio puede ser una abstracción casi estratosférica para algunos, especialmente para las personas que trabajan. Por ello, manteniendo nuestra aproximación a los resultados de la Encuesta de Empleo del Tiempo de 2009-2010, se han

[1] Última disponible, aunque el Instituto Nacional de Estadística ha iniciado el campo de una nueva edición en los momentos en que se redacta este capítulo.

diferenciado seis patrones de uso del tiempo. Para ello, se ha realizado un análisis multivariante de conglomerados que ha partido de los tiempos dedicados a las categorías de actividades más relevantes[2]: a) cuidados personales, que incluye dormir; b) tareas relacionadas con el hogar; c) cuidados a otras personas; d) trabajo remunerado; e) estudio; f) trayectos, y, por supuesto, g) ocio. Pues bien, estos son los seis patrones observados, con las respectivas cantidades de tiempo dedicadas a cada grupo de actividades.

TABLA 90.1. *Patrones temporales (horas:minutos)*

Ámbito actividades	*Estudio (2,7 %)*	*Ocio (23,8 %)*	*Hogar (22,9 %)*	*Laboral (26,2 %)*	*Cuidado personal (17,9 %)*	*Cuidar a otros (6,6 %)*
Cuidado personal	10:52	11:29	11:28	9:52	15:02	10:53
Hogar	0:58	1:42	6:19	1:23	1:50	3:34
Cuidado de otros	0:05	0:06	0:12	0:21	0:11	3:55
Trabajo remunerado	0:06	0:05	0:08	8:11	0:08	0:36
Estudio	6:39	0:04	0:03	0:04	0:05	0:04
Trayectos	1:27	0:53	0:51	1:23	0:58	1:38
Ocio	3:43	9:34	4:53	2:40	5:39	3:07

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2009-2010), Encuesta Empleo del Tiempo.

Cada uno de los patrones temporales destacados se encuentra especialmente vinculado a una agrupación de actividades, que es la que le da un sentido diferencial frente a otros patrones. En el orden de este capítulo, interesa resaltar, en primer lugar, la relevancia que tiene el tiempo de ocio en los seis patrones. Incluso en el patrón laboral, vertebrado por la especial dedicación al trabajo remunerado, el tiempo de ocio diario sobrepasa las dos horas y media. En segundo lugar, el patrón específicamente ocioso, donde el tiempo de ocio alcanza las nueve horas y treinta y cuatro minutos, y el patrón de los cuidados personales, donde sobrepasa las cinco horas y media. Este último patrón es el que cuenta con una mayor proporción de personas con más edad.

Teniendo en cuenta significativas variables sociodemográficas –sexo, actividad, ingresos y edad– se obtiene un mínimo perfil de cada uno de estos patrones. Vemos que hay patrones temporales masculinizados –ocio y laboral–, mientras que otros se encuentran manifiestamente feminizados: hogar y cuidado de los otros. Focalizados en el patrón con más tiempo de ocio, representa el 23,8 % del total de la muestra de mayores de quince años, y está especialmente conformado por varones, en hogares unipersonales o donde vive la pareja sin menores, municipios entre cincuenta mil y cien mil habitantes, preferentemente personas jubiladas, pensionistas o viudas, y con dos polos en

[2] Se ha excluido el tiempo colectivo dedicado a trabajo voluntario y asociaciones, así como a búsqueda de empleo.

cuanto a la edad, por un lado, los que se encuentran entre dieciséis y veinticuatro años y, por otro lado, los que tienen más de cincuenta y cinco años, con especial relevancia entre los que están entre esta edad y los sesenta y cuatro años[3].

El ocio es más que una extensión temporal, formada por unidades como horas, minutos o segundos. Tiene una significativa proyección simbólica, configurándose también como un derecho. Como extensión temporal, cabe señalar los perfiles sociodemográficos que se encuentran más alejados de ese perfil ocioso. Los que tienen, en términos cuantitativos, mayor déficit de ocio son mujeres ocupadas, entre treinta y cinco y cuarenta y cuatro años, en hogares monomarentales en los que están presentes menores de diez años. Otra cuestión es la referente a las distintas concreciones en actividades de esos tiempos ociosos, tanto de quienes disponen de muchas horas como quienes disponen de pocas. Pero, aunque es muy importante la cantidad de tiempo del que se dispone para él, el ocio es tan relevante que apenas puede dudarse de su carácter fundamental para estructurar nuestra vida cotidiana, tanto la de los que disponen de mucho tiempo como la de los que disponen de poca cantidad. Vamos ahora con las proyecciones cualitativas del ocio.

90.2. Salud, dinero, amor y tiempo libre

Es en el ocio donde se concreta uno de los conceptos sociológicos que mayor reflejo ha tenido en el habla de la sociedad, como es el concepto de «estilo de vida», el esfuerzo por dar estilo a la propia vida, en cuanto, fundamentalmente, a la articulación de experiencias con valor estético con una relevante proyección de presentación de los propios sujetos a los otros, ya sea como movimiento de aproximación a los mismos (compartir experiencias y estilos), ya sea con la expectativa de tomar distancia social con respecto a ellos (distinción). Cuando el concepto en este sentido accede a la Sociología, especialmente a través de autores tan relevantes como Simmel (2013), es porque el concepto ya circulaba por la propia sociedad, con lo que ello tiene de admisión, como meta para una creciente proporción de ciudadanos, de la relevancia de la estilización de la vida, entendida como la proyección de un horizonte de forma de vida a partir de las aficiones y de lo que gusta. Es un concepto que articula, por un lado, lo que se hace –y se muestra a los demás– y las expectativas de lo que gustaría hacer, que también se muestran a los demás; por otro lado, supone la diferenciación en un contexto social de relativa homogeneidad y peso relevante de las clases medias.

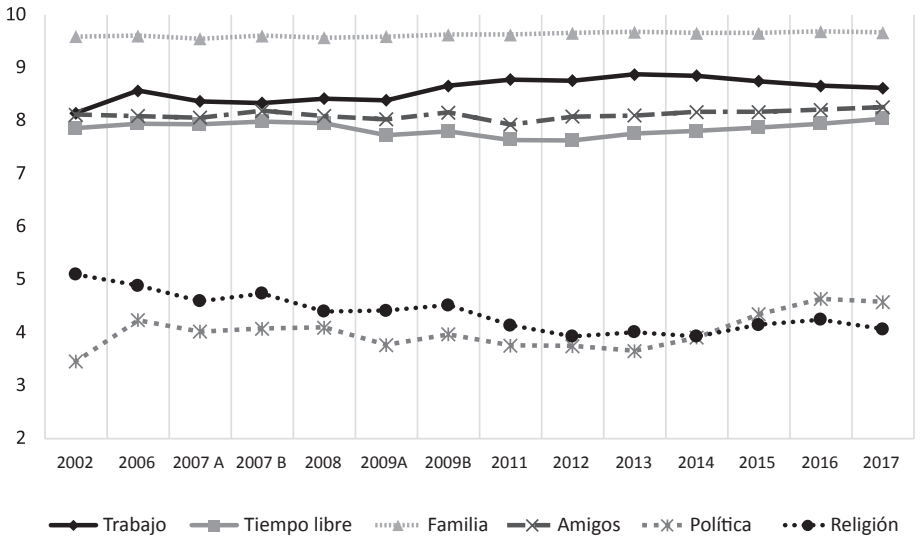
Es a partir de esa creciente estilización de la vida que el ocio se encuentra fuertemente legitimado. Aun cuando no todas las experiencias de ocio inyectan estilización a la vida de la misma manera, es actualmente la principal fuente de estilo para la vida de los sujetos, por delante del trabajo, arrastrando

[3] Categorías de variables estadísticamente significativas en modelo de regresión logística, que toma la pertenencia a este patrón ocioso como variable dependiente.

al propio sentido de la vida (Bauman, 2007). Además, está legitimado desde la perspectiva económica, estando las industrias del ocio, con la del turismo y la de la creatividad, entre las que más aportan al PIB de los países más desarrollados y entre las que más perspectivas –para tal desarrollo económico– despiertan en los países menos desarrollados. Pero, sobre todo, el ocio está legitimado socialmente.

Antes de que llegase la fatídica pandemia del COVID-19 en 2020, el conjunto de los españoles valoraba altamente el tiempo libre, estando entre los aspectos de la vida que mayores puntuaciones recibían y, además, al alza, como muestra el gráfico 90.1.

GRÁFICO 90.1. *Evolución de la valoración de distintos aspectos de la vida (entre 0 y 10) desde 2002 a 2017*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CIS.

El gráfico 90.1, aunque de forma poco marcada, señala cómo las valoraciones de trabajo y tiempo libre se acercan o distancian en función del momento histórico. En los años de crisis económica –entre 2009 y 2014– se alejan las valoraciones de tiempo libre y trabajo para irse acercando a partir de entonces[4]. Pero incluso en contextos de crisis, en categorías sociales que estaban experimentando directamente tal contexto, eran las prácticas de tiempo libre, como salir y cenar con los amigos, las que más costaba aparcar, incluso más que la reducción en la adquisición de alimentos o bienes vestimentarios. Esto

[4] Ha de destacarse como, en esta serie de años observados, la puntuación del tiempo libre correlaciona negativamente con la del trabajo (-0,42 coef. Pearson); mientras que lo hace positiva y notablemente con la valoración de los amigos (0,66).

era lo que reflejaban nuestros grupos de discusión, realizados entre sectores de las clases medias españolas, en los que algún miembro de la pareja se encuentra en situación de desempleo[5]. En estos casos se aprecia un esfuerzo por mantener las actividades de ocio anteriores al desempleo, como una manera de mantener la estructura vital (Jahoda, 1979), de mantenerse en la estructura social.

Tras la pandemia, todo apunta a que, lejos de disminuir la legitimidad social del ocio, esta ha aumentado. En el Estudio CIS 3471 (julio 2024), el 90,8 % de las personas consultadas mantiene que disponer de vacaciones, tiempo libre y ocio recreativo es muy o bastante importante, con una distribución bastante homogénea de esta posición entre las distintas variables sociodemográficas y socioeconómicas, repuntando hasta el 98,6 % entre los que desempeñan empleos como directivos o gerentes, y con la diferencia entre el 99,6 % de los que se consideran de clase alta o media-alta, y el 87,1 % de los que se consideran de clase baja o pobre. Aun cuando las diferencias son estadísticamente pequeñas, son significativas y apuntan a que los que tienen trabajos, en principio, relevantes son los que más aprecian el tiempo de ocio.

El proceso social de individualización y estilización, así como el valor que adquiere ese tiempo que en la muy superada tradición quedaba caracterizado en negativo, como aquel no dedicado a los trabajos –remunerado o no remunerado–, hace que se conforme de una manera heterogénea, dando lugar a distintos tipos de tiempo libre o de ocio, más allá del debate (Cross, 1993; Schor, 1991) sobre si se extiende o se reduce. Estamos hablando de las distintas calidades o valoraciones del tiempo, según es socialmente percibido y, sobre todo, según se valoran las actividades que se llevan a cabo durante este que, como se ha señalado, estructura buena parte de las rutinas diarias y los ciclos semanales, mensuales y anuales. Se observa que, frente a un tiempo libre, más o menos obligado, dedicado principalmente a lo que se consideran obligaciones sociales o derivadas del rol social que se ocupa (familiar, laboral), se asiste a la presencia de un tipo de tiempo considerado propio –«mi tiempo», es como lo denominan los sujetos– netamente individualizado y que goza de la máxima valoración por parte de los sujetos, con una fuerte proyección expresiva. Un tiempo vinculado a la identidad vivida individualmente. El ocio entendido como el tiempo y conjunto de prácticas del *self-making*, de hacerse a uno mismo, del tiempo personal y la autorrealización (Rojek, 1993, p. 6). Mi tiempo, mi estilo, mi yo, como capital entre mis capitales.

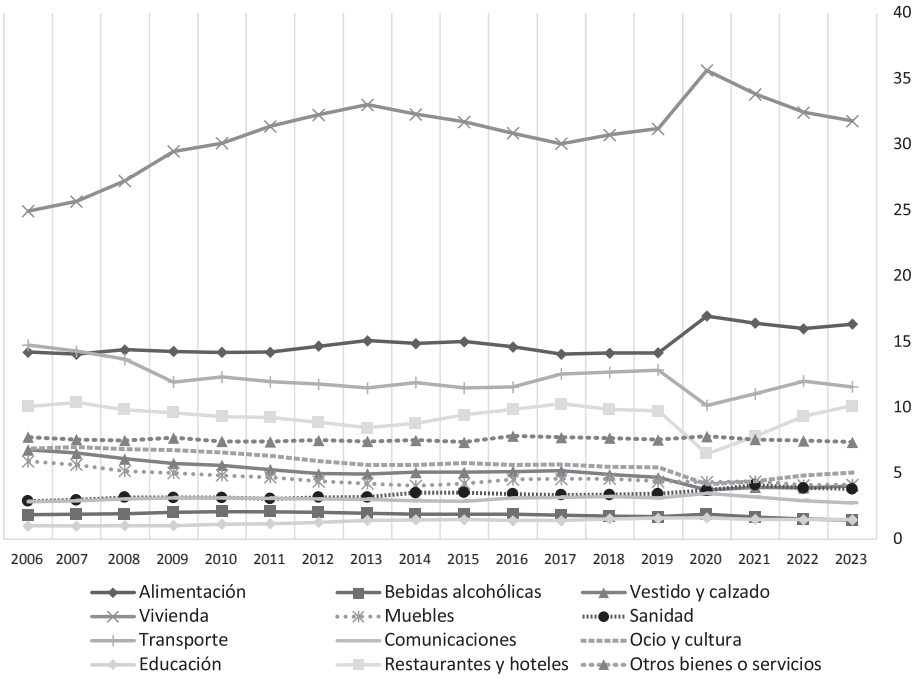
El tiempo individualizado es vivido como expresión de la personalidad, de un «sí mismo», y, como apunta Bauman (2005), es el tiempo en el que los individuos de nuestras sociedades avanzadas sitúan la construcción de su *ego*, con preferencia a otros tiempos, como el laboral o incluso el familiar. Estos últimos, atravesados de precariedad, impiden la relativa coherencia identitaria que parecen facilitar los gustos practicados durante el ocio. Una construcción

[5] Esta cuestión se presentó en la ponencia «Estilos de vida en crisis», presentada el 30 de enero de 2015 en el I Seminario Intercongresual de Sociología del Consumo de la Federación Española de Sociología, celebrado en Madrid.

del ego en tiempo de ocio puede requerir notables esfuerzos, tanto económicos como directamente físicos, como ocurre con el deporte, una práctica que, como aquí nos limitaremos a señalar, se extiende en nuestras sociedades. Habría que añadir que se extiende más allá de la justificación de su necesidad por motivos de salud.

Si bien no todas las prácticas de ocio y consumo cultural requieren pago dinerario directo por parte de los ciudadanos –pasear o leer un libro prestado, por ejemplo–, la parte que ocupan en el presupuesto de los hogares nos ofrece otra aproximación de su relevancia. Eso sí, se debe tener en cuenta, una vez más, la ruptura que supuso el extraordinario momento del COVID-19. Como puede observarse, en la Encuesta de Presupuestos Familiares hay dos grupos de gasto que interpelan directamente al tiempo libre, como es el grupo de gasto de ocio y cultura, y el grupo de gasto de restaurantes y hoteles, dos grupos con una evolución bastante distinta. Mientras el primero ha venido experimentando un continuo descenso, que se acelera el año de la pandemia (2020), el segundo, que se vio muy afectado por tal acontecimiento, se ha recuperado a los niveles previos al mismo, mostrando una gran fortaleza, constituyéndose en el cuarto gasto por el volumen que tiene en los presupuestos familiares, tras vivienda, alimentación y transporte.

GRÁFICO 90.2. *Evolución peso relativo de gastos del hogar entre 2006 y 2023 (%)*



Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

La evolución registrada del peso del gasto en ocio y cultura ha de tomarse con cierta prudencia. Como se ha señalado, algunas de las prácticas de ocio se encuentran al margen de desembolsos directos de dinero: pasear, ver la televisión, escuchar música, visitar una exposición de entrada gratuita, etc. Pero, además, algunas de sus prácticas se encuentran articuladas con otras recogidas en otros grupos de gastos. Así, según los resultados de preguntas de los Barómetros CIS (2015, 2017 y 2018) una de estas actividades, realizadas entre el 22 % y el 30 % de los españoles mayores de dieciocho años, es ir a los bares. Pues bien, el mero hecho de ir a un bar tal vez repercuta muy escasamente en el presupuesto familiar, pero el consumo dentro del mismo, por ejemplo, en bebidas alcohólicas o no alcohólicas, se registra en otros grupos del presupuesto. Algo parecido puede aplicarse con respecto al grupo de gasto de transporte, de las prácticas que se encuentran bajo el epígrafe del gasto en restaurantes y hoteles.

Si los productos más simbólicos en la emergencia de la sociedad de consumo son los bienes duraderos (Galbraith, 1984), especialmente los insertos en el ocio como bienes ociosos masivos (Ortí, 1994) –representados por el automóvil o los electrodomésticos–, teniendo en cuenta el importante peso del gasto en hoteles, habría que generar una denominación paralela, como la de servicios efímeros o volátiles ociosos. Efímeros en cuanto al tiempo que puede durar la estancia en un hotel, aun cuando sean muy duraderos en su presencia en los discursos de los que llevan a cabo la experiencia. La estancia en un hotel se ha erigido en uno de los consumos simbólicos de nuestros días para los españoles. Síntoma de ello es, por ejemplo, esa repetida elección del «viaje» por parte de los concursantes televisivos, al ser preguntados por el destino del potencial dinero a ganar en el concurso. La sociedad de consumo parece haber pasado de tener por referencial el espacio doméstico (Alonso y Conde, 1994; Castillo, 1987), a tenerlo en el movimiento en su exterior, en la distancia que se toma con respecto al hogar en distintas actividades o, más aún, con un viaje a otra localidad.

Tabla 90.2. *Evolución media de viajes por persona (2015-2023)*

Año	*Viajes por persona*
2015	3,420
2016	3,572
2017	3,745
2018	3,320
2019	3,638
2020	2,020
2021	2,866
2022	3,262
2023	3,398

Fuente: INE, Encuesta de Turismo de Residentes.

Los españoles tenemos en el viaje uno de los centros simbólicos de nuestro ocio. Algo que explica que, tras el golpe de la pandemia, hayamos vuelto a viajar igual que antes. La media de viajes por persona se encuentra en 3,4 en 2023, poco por debajo de la media de 3,6 registrada en 2019, año que precede a la pandemia.

La relevancia del ocio en la construcción del ego o la percepción del tiempo de ocio como reflejo de la identidad personal, hace que este se llene de actividades, sobre todo, si la disposición económica y cognitiva lo permite. El tiempo libre se completa a base de planes. La representación del ocio como ese tiempo pasivo, acuñándose incluso el concepto de «ocio pasivo», parece aplicable a pocas de sus concreciones y categorías sociales. Se trataba de un ocio pasivo en una doble concepción: por un lado, como tiempo para recuperarse de los sudores del trabajo, la actividad estaba en el desarrollo del trabajo; por otro lado, especialmente a partir de la crítica elaborada por la escuela de Frankfurt (Adorno, 1962; Adorno y Horkheimer 1994, 1998; Marcuse, 1993), como ocio tan alienado como el propio tiempo de trabajo. Era un tiempo en el que se producía pasividad social, política, ideológica. Un tiempo que concentraba toda la pasividad del mundo, desde algunas perspectivas, que se consideraban críticas y abogaban por ocios «más ricos»; aun cuando fuese porque estos ocios «más ricos» eran los de las clases sociales más enriquecidas económica y culturalmente.

Además, la relevancia del ocio para los ciudadanos parte, sobre todo, de que es una de sus principales fuentes de satisfacción con la vida. Para el 57,6 % de los consultados en el Estudio CIS 3476 (octubre 2024), hay una fuerte asociación –estadísticamente significativa (chi cuadrado)– entre estar muy o bastante satisfecho con la vida y estarlo con el tiempo libre disponible: están simultáneamente (muy o bastante) satisfechos en cuanto a su tiempo disponible y con respecto a la vida. Una satisfacción con el tiempo libre disponible que es mayoritaria entre los españoles, pues el 65,6 % se muestra muy o bastante satisfecho (Estudio CIS 3476).

90.3. Participación en el ocio

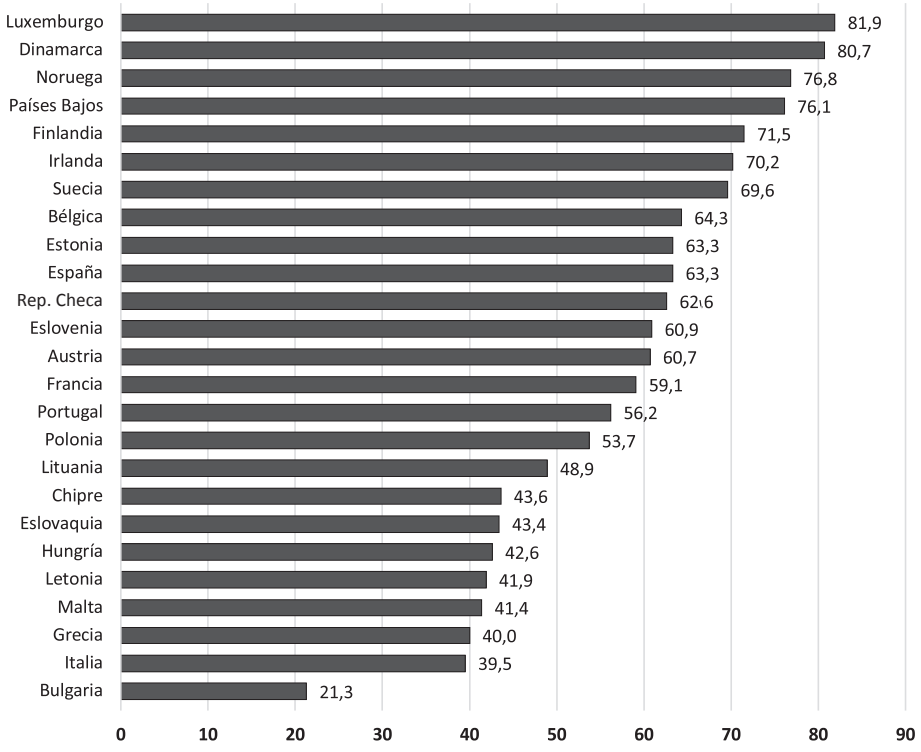
Dejados en un ya muy lejano pasado los términos que connotaban negativamente el tiempo de ocio, el porcentaje de población que participa en actividades culturales o deportivas, inscritas ambas en esta categoría, puede asumirse como un indicador más o menos indirecto de calidad de vida. Sobre todo si, como podemos observar en la tabla 90.3, los países europeos considerados con una mayor calidad de vida son los que presentan porcentajes más altos de participación en estas actividades.

El concepto «participación» en el ocio tiene varios sentidos. El observado como un ocio en el que la participación en una actividad o acontecimiento considerados de ocio es lo relevante, y, por otro lado, en el que hay que constituirse como parte de algo. Desde el turismo de acontecimientos y celebraciones, que va desde los fastos del entierro de un personaje popular a

unas olimpiadas o un campeonato deportivo, a la participación en acontecimientos culturales en los que se muestra el fuerte vínculo con un tipo de consumo. Esta segunda acepción es la analizada por Jenkins (2010), centrándose en fenómenos como el de los fans, llamandos a la participación en redes *online*, blogs y periódicas reuniones. Los fans entendidos como fuerza de trabajo, que dedican abundante tiempo y energía en el seguimiento al producto cultural admirado. Tal vez habría que denominarlo fuerza de ocio, en lugar de fuerza de trabajo, concepto más vinculado al contexto industrial.

Dada la relación con la satisfacción en la vida, la participación de los ciudadanos en actividades vinculadas al ocio, como las culturales o deportivas, puede tomarse como un indicador de bienestar. De hecho, como aparece en el gráfico 90.3, los países a los que se atribuye en mayor medida tal bienestar son los que presentan registros de mayor participación en actividades culturales o deportivas. España se sitúa en la parte media-alta del cuadro, con un 63,3 % de participación, a cierta distancia de los países que superan el 80 %, como son Luxemburgo y Dinamarca.

Gráfico 90.3. *Porcentaje de personas participando en actividades culturales o deportivas en los últimos doce meses (2022) en países UE*



Fuente: Eurostat (mayores de dieciséis años).

Si para la observación de la participación en actividades culturales o deportivas por parte de los españoles tomamos el conjunto de las mismas que se encuentran en la batería de la pregunta 10 del cuestionario del Estudio CIS 3476, vemos que este es ínfimo –no llega al 1 %– la proporción de españoles mayores de dieciocho años que no ha realizado durante los últimos doce meses alguna de las actividades cuestionadas. Es decir, prácticamente todos han participado en alguna actividad deportiva o cultural. Incluso hay un 7,6 % que ha participado en las nueve actividades cuestionadas. En todo caso, esta es la distribución de la participación de los españoles en las nueve actividades cuestionadas.

TABLA 90.3. *Frecuencia de realización de actividades socioculturales en los últimos doce meses (porcentaje realizado)*

Actividad realizada	*Nunca*	*1 o 2 veces*	*De 3 a 5 veces*	*Más de 5 veces*
Visto una serie	12,6 %	16,1 %	17,6 %	53,7 %
Prog. cultural radio/TV	11,9 %	15,1 %	20,1 %	52,9 %
Visitar monumentos	17,1 %	19,3 %	24,7 %	38,8 %
Ido al cine	28,6 %	22,7 %	19,4 %	29,3 %
Ido evento deportivo	41,7 %	23,5 %	13,6 %	21,3 %
Jugado videojuegos	62,9 %	11,2 %	5,7 %	20,2 %
Concierto música actual	40,4 %	30,7 %	17,5 %	11,4 %
Ido al teatro	47,3 %	31,1 %	13,8 %	7,8 %
Visto espectáculo danza	58,2 %	27,5 %	8,2 %	6,2 %

Fuente: Estudio CIS 3476.

Las actividades socioculturales que tienden a realizarse en el espacio doméstico –ver una serie o seguir un programa cultural en radio, televisión o *podcast*– son las que se realizan con mayor frecuencia por una mayor parte de la población. Actividades realizadas más de cinco veces durante los doce meses anteriores, por más de la mitad de la población mayor de dieciocho años. Es decir, las que tienen una mayor participación. Las actividades que menor frecuencia de realización muestran son las relacionadas con acudir a representaciones desarrolladas en un escenario, como es la asistencia al teatro o ver un espectáculo de danza. Menos de una décima parte de la población ha participado en estas actividades más de cinco veces al año y, en el caso de la danza, apenas un 41,9 % ha visto un espectáculo de danza al menos una vez durante los últimos doce meses.

Interesa resaltar la distribución de una actividad como jugar a los videojuegos. Por un lado, es, entre las cuestionadas, la que se realiza en menor medida al menos una vez. El 62,9 % de quienes responden señalan que no la han realizado nunca durante los últimos doce meses. Sin embargo, hay un relevante 20,2 % que la han realizado más de cinco veces durante el último año. Una proporción que asciende al 47,5 % entre los jóvenes entre los dieciocho y

los veinticuatro años y el 36,2 % entre los que tienen entre veinticinco y treinta y cuatro años. Dato que parece indicarnos que la relación con los videojuegos se asienta bastante más allá de la adolescencia, y habrá que esperar a ver si la elevada proporción de practicantes se mantiene en estas generaciones según aumenta su edad, como confían muchos analistas y, especialmente, la industria de videojuegos.

Si pasamos de esta participación activa, como espectador o jugador, en distintas actividades culturales o deportivas a una actividad más implicada, como la recepción de clases de especialidades culturales, lógicamente desciende la proporción de población que la lleva a cabo, aun cuando sigue siendo relevante. Así, el 58,3 % del total de la población mayor de dieciocho años ha participado en clases en alguna de las actividades cuestionadas durante los últimos doce meses. La mayor proporción, con un 24,2 % del total de la población (27,6 % de los que han tomado alguna clase durante los últimos doce meses), es la de quienes han participado en clases de fotografía, vídeo o cine. Siguen las clases de baile, con un 23,6 % (26,6 %). Es decir, alrededor de un cuarto de la población mayor de dieciocho años dice haber tomado clases de fotografía, vídeo o cine, o de baile durante los últimos doce meses, con una especial relevancia de la participación de las mujeres en la última, ya que el 28,6 % del total de estas lo señala. Al respecto, hay que subrayar que asciende al 62,9 %, del total de mujeres consultadas, las que han tomado clase en alguna de estas dos actividades referidas o en otras como: tocar un instrumento musical, tocar en un coro, hacer teatro, escribir (poemas, novelas, cuentos, cómics, etc.), pintar, dibujar o esculpir, o artes manuales (cerámica, alfarería, encuadernación).

Si hay un 34,8 % del total de la población que ha tomado clases en más de dos de las actividades socioculturales cuestionadas, tal proporción asciende al 39,2 % entre las mujeres. Aparecen algo más interesadas en la implicación en actividades socioculturales.

Se desarrolla ahora una escala de participación sociocultural en los últimos doce meses, entre cero y diez como respectivos marcadores de inexistencia de participación o de la máxima participación en actividades socioculturales, que tiene en cuenta la asistencia a eventos o espectáculos socioculturales (cine, teatro, espectáculo de danza, evento deportivo, concierto de música actual), el disfrute de productos culturales (programa cultural en radio o televisión, series, videojuegos), la visita de monumentos históricos o la toma de clases de algunas de las actividades socioculturales recibidas. Ahora bien, esta escala tiene en cuenta la frecuencia con la que se han realizado las actividades mencionadas. De esta manera, la máxima puntuación se consigue por alguien que ha realizado más de cinco veces, durante los últimos doce meses, alguna de las actividades cuestionadas y, además, ha tomado clases en cinco de las otras actividades presentes en el cuestionario. Teniendo en cuenta tan exigente escala de actividad cultural, la media de los españoles se encuentra en 4,18. Ahora bien y esto es lo más interesante, se observan relevantes diferencias según distintas variables. Desciende al 3,66 en los municipios de menos de dos mil habitantes, llegando al 4,62 en los de más de un millón de habitantes. Diferencias

como el 3,08 de personas viudas y el 4,68 de solteros o solteras. Entre el 3,4 de quienes tienen estudios y el 4,8 de quienes tienen estudios superiores. Entre el 2,43 de los pensionistas que no han trabajado antes y el 5,27 de los estudiantes. Entre el 3,65 de la clase trabajadora y el 4,95 de la clase alta y media-alta. Entre el 2,64 de los que tienen ingresos mensuales netos en el hogar por debajo de los trescientos euros y el 4,92 de los que tienen ingresos entre 4500 y 6000 euros. Todas estas diferencias, con una significativa –social y estadísticamente– correlación negativa entre este indicador de participación cultural y edad, de manera que desciende según aumenta la edad. Ahora bien, si se articula edad con máximo nivel de estudios alcanzado, nos encontramos que las mayores diferencias en participación sociocultural se encuentran a partir de los cincuenta y cinco años, entre quienes tienen título de estudios superiores y quienes carecen del mismo. Es decir, con la edad desciende la participación en actividades socioculturales, pero lo hace en mayor medida entre quienes no tienen estudios superiores; mientras que se mantiene entre quienes los tienen.

La actividad en general y las actividades con las que se completa el tiempo de ocio son bien diferentes en función de la posición que se ocupa en la estructura social. Ahora bien, ¿constituye el consumo cultural un campo de lucha o conflicto, más o menos manifiesto o soterrado, en la estructura social? Faltan pistas para observarlo en clave de conflicto, aun cuando existen señales cualitativas de competencia en el ocio en general y en el consumo cultural en particular: competencia para acceder a concreciones del ocio y el consumo cultural; competencia entre posiciones sociales; competencia por mostrar el estilo, el capital de estilo disponible.

La participación sociocultural deriva, en buena parte, en la importancia que los sujetos den a la cultura en su vida. Algo que se constata en la siguiente tabla, donde quienes dan mucha importancia a la cultura en su vida muestran los mayores valores en la escala de participación cultural, 4,33, frente al 2,25 de quienes dicen dar ninguna importancia a la cultura en su vida.

Tabla 90.4. *Relación grado de importancia de la cultura en la vida de la persona y participación en actividades socioculturales últimos doce meses*

Grado de importancia de la cultura en la vida de la persona entrevistada	*Participación escala (media entre 0 y 10)*
Muy importante	4,33
Bastante importante	4,15
Poco importante	3,73
Nada importante	2,25
N. S.	4,38
Total	4,18

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

90.4. La cultura en el centro simbólico del ocio

El significado fuerte del concepto de participación en el ocio se encuentra especialmente en relación con la cultura. Situar las prácticas culturales, incluso como consumo cultural, en medio de la referencia al tiempo de ocio es desactivar la connotación de ocio pasivo, como negativa proyección de la concepción de este.

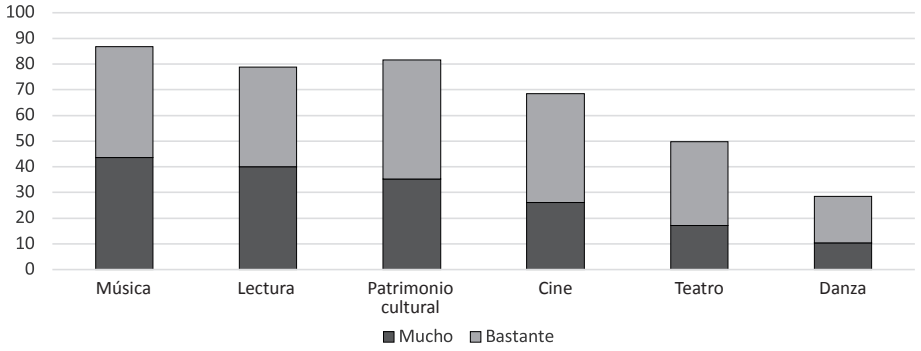
En el reciente Estudio CIS 3476 de octubre de 2024, se pone de relieve que el 69,1 % de los españoles considera que tener cultura y cultivarse es muy importante. Por encima de otros aspectos relevantes de la vida sobre los que se pregunta: seguridad económica (58,2 %), disfrutar de la naturaleza (55,7 %), realizarse en el trabajo (48,8 %), las relaciones sociales (46,8 %) y otros aspectos. Asimismo, el 46,2 % mantiene que la cultura es muy importante en su vida y el 45,2 % que es bastante importante. Es decir, nueve de cada diez residentes en España dan una gran importancia a la cultura: el 97,5 % consideran tener cultura y cultivarse como muy o bastante importante.

Desde la obra de Bourdieu, especialmente en *La distinción* (Bourdieu, 1988), se nos señala la relevancia del denominado capital cultural en la configuración del mapa de la estructura social. Los consultados en la referida encuesta del CIS parecen conscientes de la cuestión. Otra explicación puede darse en clave de una especie de intrínseca satisfacción derivada de la posesión de ese capital cultural. No es fácil la búsqueda de razones de tal ascenso de la cultura y el cultivarse al primer lugar de las cosas importantes y, por lo tanto, como la más importante. El primer paso es buscar relaciones con otras variables utilizadas en el estudio empírico. Al menos, se señalan inicialmente las categorías sociales que, en mayor o menor medida, reconocen la relevancia de tal capital cultural, señalando en mayor proporción el tener cultura y cultivarse como muy importante.

Así, desciende al 65,2 % la proporción de jóvenes entre dieciocho y veinticinco años que asumen que tener cultura y culturizarse es muy importante. Llega al 83 % de los que señalan que la cultura es muy importante en su vida personal y al 81,2 % de los que se muestran nada satisfechos con su vida personal. Desciende al 23,5 % los que dicen que la cultura no es nada importante en su vida personal. Sin embargo, no hay significativas diferencias entre las clases sociales, entre los mínimos y máximos marcados respectivamente por el 66,6 % de la clase baja o pobre y el 71,9 % de la clase trabajadora.

Interesa la cultura en, al menos, el doble sentido que puede atribuirse al concepto de interés. Ya sea como capital cultural del que pueden obtenerse rendimientos en la estructura social, ya sea porque sea algo que, en definitiva, genera bienestar. Así, el 76,3 % de los residentes en España con más de dieciocho años manifiestan, a la vez, sentirse muy o bastante satisfechos con su vida, y que la cultura tiene mucha o bastante importancia en esa vida. Pero ¿qué aspectos o manifestaciones culturales interesan en mayor medida? Es lo que se ofrece en el gráfico 90.4.

Gráfico 90.4. *Interesados (mucho o bastante) en diversos campos culturales (porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (octubre 2024).

De todas las actividades cuestionadas, la «más cultural» es la visita a museos y exposiciones. La mitad, el 50,4 %, lo considera una actividad principalmente cultural, y un 45,4 % la considera tanto una actividad principalmente cultural como de ocio. Sigue la lectura de libros, con un 41,9 % y 51,6 %, y la asistencia a conciertos de música clásica, 38,8 % y 44,6 %. Completa el cuadro de las actividades principalmente artísticas, con un 32,5 % y un 48,7 % respectivamente, el teatro.

Tabla 90.5. *Clasificación como cultura u ocio de diversas actividades (porcentajes en horizontal)*

	Cultura	*Ocio*	*Ambos*	*N. S. / N. C.*
Visitar museo o exposición	50,4	4,1	45,4	0,1
Leer libros	41,9	6,1	51,6	0,4
Concierto de música clásica	38,8	15,8	44,6	0,8
Ir al teatro	32,5	18,4	48,7	0,3
Visitar un parque natural	19,0	31,6	49,2	0,2
Fiesta localidad	17,4	39,1	41,9	1,5
Viajar	12,8	20,2	66,4	0,6
Experiencia gastronómica	12,5	42,2	44,2	1,2
Ir al cine	10,6	46,8	41,8	0,8
Concierto de música actual	9,4	57,3	31,7	1,6
Ver televisión	4,2	69,6	23,4	2,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

Realizando un simple índice, que da un peso doble a la consideración de la actividad como principalmente cultural y un cero si se considera principalmente como actividad de ocio, se obtienen tres grandes grupos de actividad.

Las actividades que, estableciéndose los polos de la escala entre cero y diez, obtienen una puntuación por encima del cinco. Se trata de las ya referidas: visitar museo o exposición, leer libros, ir a un concierto de música clásica e ir al teatro. Otro grupo estaría formado por las actividades que se encuentran por debajo del cinco, pero por encima del tres. Por este orden: visitar parques naturales, participar en la fiesta mayor de su pueblo o ciudad, viajar, una experiencia gastronómica e ir al cine. Por último, las actividades que se encuentran por debajo de una puntuación de tres: ir a un concierto de música actual y ver la televisión.

La consideración de una actividad como principalmente cultural muestra importantes distancias generacionales. Según aumenta la edad, crece la posibilidad de considerar la actividad como principalmente cultural. Así, el 11,5 % de los mayores de setenta y cinco años consideran el ver la televisión como principalmente cultural. Algo que desciende a un minúsculo 0,1 % entre los jóvenes entre dieciocho y veinticuatro años. De manera semejante, solo el 2,6 % de estos jóvenes califica la asistencia a un concierto de música actual como una actividad cultural, frente al 70,8 % que la caracteriza como una actividad de ocio, cifra que desciende al 57,3 % entre la población general. Pero, sobre todo, la diferencia entre los dos grupos de edad extremos se encuentra con respecto a la asistencia a un concierto de música clásica. Para el 67,2 % de los mayores de setenta y cinco años es una actividad principalmente cultural; mientras que solo lo es para el 26,8 % de los jóvenes entre dieciocho y veinticuatro años, y la lectura de libros, respectivamente, el 59,8 % y el 31,9 %. Indicadores que posiblemente apunten a una muy distinta relación, en su experiencia vital, con la cultura y sus manifestaciones. Es decir, para la mayor parte de los jóvenes, por distantes que se encuentren socialmente de, por ejemplo, un libro, la lectura es una actividad que tienen a mano en su entorno y en su socialización, pero está menos idealizada de lo que lo está para los más mayores. Por supuesto, también puede explicarse desde el rechazo generacional al significado de lo clásico, como concreción de lo cultural, de algo con lo que no se identifican.

En todo caso, aun cuando conceptualmente nos pueden parecer opuestos, es difícil la separación entre cultura y ocio cuando se trata de las prácticas y actividades concretas. Más allá de que unas prácticas y actividades sean puestas más de un lado que del otro, cultura y ocio se superponen, pues el consumo cultural se realiza en el tiempo de ocio. Otra cuestión bien distinta es que hay actividades que, por su ubicación social en el ámbito de la cultura, inyectan un relevante valor simbólico en el tiempo de ocio. Pero para los ciudadanos es difícil establecer la separación entre cultura y ocio, más allá del necesario esfuerzo analítico. De hecho, la respuesta de que la actividad pertenece a ambos ámbitos es la más generalizada. Un promedio del 44,4 % entre las once actividades preguntadas (Estudio CIS 3476), frente al 31,9 % de promedio que lo ubican como actividad principalmente de ocio y un 22,7 % como actividad principalmente cultural. Hay actividades ubicadas en su totalidad en el «ambas», es decir, que la actividad es situada de forma simultánea en ambos campos. Es el caso de la participación en la fiesta mayor del pueblo o ciudad, visitar un parque natural, viajar, ir al teatro, leer un libro, ir a un concierto de música clásica o disfrutar de una experiencia gastronómica.

Es a partir de tal marco de superposición de lo cultural y lo ocioso, donde cabe la comparación generacional. Para ello, en lugar de centrarnos en las agrupaciones de edad extremas (de catorce a veintiocho y más de setenta y cinco años), lo hacemos en la edad de jóvenes entre veinticinco y treinta y cuatro años y los que se encuentran entre los sesenta y cinco y los setenta y cuatro años. Cuarenta años les separan y, además, se trata de grupos de edad a los que cabe asignar una suficiente capacidad de actuación autónoma. Parecen bastantes años para intentar observar si hay dos visiones del mundo, pues sus experiencias con la cultura y el ocio parecen distintas, teniendo en cuenta sus respectivas trayectorias vitales en distintos contextos históricos. Pues bien, los más mayores tienden a situar las actividades del lado de la cultura en mayor medida que los jóvenes. Puede decirse que integran el ocio en la cultura. Sin embargo, los jóvenes entre veinticinco y treinta y cuatro años están más inclinados a situar la actividad como perteneciente a ambos campos o al ocio. Algo que está especialmente acentuado con respecto a la lectura de libros, la asistencia al teatro y viajar. Tal vez porque los jóvenes tienen menos prejuicio a la hora de digerir el concepto de ocio, teniéndolo en mayor medida legitimado, sin requerir la legitimación de la etiqueta de práctica cultural. Porque consideran el ocio como valor en sí mismo, sin necesidad de tener superpuesto el concepto de cultura o, quizá, porque consideran la cultura, como concepto, como algo relativamente distante, de costosa aplicación a prácticas que realizan cotidianamente. El ocio, como el ámbito en el que se capitaliza y despliega el estilo, concepto que creemos esencial y que parece imponerse, entre los jóvenes, al propio de cultura. Para ellos, el estilo no requiere de un ocio centrado en la cultura o del exclusivo peso de lo claramente identificado como cultural.

Tabla 90.6. *Clasificación como cultura u ocio de diversas actividades, comparando edades entre 25-34 y 65-74 años*

	Cultura (25-34)	*Cultura (65-74)*	*Ocio (25-34)*	*Ocio (65-74)*	*Ambos (25-34)*	*Ambos (65-74)*
Visitar museo o exposiciones	46,7	55,3	2,1	7,2	37,0	51,2
Leer libros	32,5	53,5	5,7	5,3	61,8	39,6
Concierto de música clásica	26,7	43,0	18,4	13,7	54,9	41,1
Ir al teatro	21,9	38,1	16,6	20,7	61,5	40,7
Visitar un parque natural	19,5	25,1	26,3	25,4	54,2	48,5
Fiesta localidad	16,7	24,3	34,1	39,7	49,0	33,1
Viajar	7,5	20,3	15,8	20,3	76,6	58
Experiencia gastronómica	14,3	10,9	37,2	42,6	48,5	43,7
Ir al cine	6,8	16,7	45,8	43,5	47,4	38,5
Concierto de música actual	5,7	16,8	63,7	45,6	30,5	35,7
Ver televisión	4,0	6,8	72,7	60,5	23	25,9
PORCENTAJE PROMEDIO	18,4	28,3	30,8	29,5	49,5	41,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

La cultura es fundamentalmente lo clásico. Está principalmente en los museos, las exposiciones, los libros o la música clásica. Y que algo sea clásico es un valor para tener en cuenta. Por ello, es enormemente mayoritario el poco acuerdo a la frase: «Se da demasiada importancia a la literatura clásica, lo que no tiene mucho sentido en el mundo actual». Frase incluida en el cuestionario del Estudio CIS 3476. El 39,7 % se ha mostrado poco de acuerdo y el 35,2 % nada de acuerdo. Tiene un rechazo de tres de cada cuatro personas consultadas.

90.5. Salir

Bajo el epígrafe de prácticas de ocio y consumo cultural, cabe incluir una variada gama de actividades. De hecho, cabe casi toda actividad que está fuera del trabajo, sea remunerado o de cuidados. Variedad que también se encuentra en lo que podemos denominar patrones de ocio. El ocio, como apuntó originalmente Veblen (1974) y después han seguido muchos otros, destacando la gran monografía de Pierre Bourdieu (1988), nos distingue. Valga una primera aproximación a tal variedad partiendo de la edad, donde se evidencia que el orden de prioridades en este tiempo libre o de ocio es especialmente heterogéneo, incluso habiendo dejado fuera actividades que están bien presentes en otros países, como la jardinería, que únicamente ha entrado en los estudios del CIS, de la mano del estudio sobre las condiciones de vida de las personas mayores (2647) y del contexto generado durante el COVID-19.

Si bien el estar con la familia parece ser la actividad dominante para dedicar el tiempo libre por lo que podría considerarse el «español medio» y, en general, es reconocida por porcentajes altos de todos los grupos de edad, para los jóvenes tiene mayor prioridad estar con los amigos o escuchar música. El tiempo libre de los más mayores se dedica preferentemente a la televisión. Así, teniendo en cuenta los resultados de esta pregunta y su distribución por grupos de edad, las actividades en las que se emplea el tiempo libre que en mayor medida diferencian a los jóvenes –menores de treinta y cuatro años y que, en cierta medida, pueden apuntar tendencias– y el resto de grupos de edad son, por este orden: ir a bares o discotecas, escuchar música y hacer deporte, navegar por Internet o usar redes sociales.

Salir es más un movimiento que una actividad. Es el movimiento que caracteriza el tiempo de ocio. Y el ocio es el tiempo que, a su vez, caracteriza nuestra sociedad. Salir se ha convertido en el movimiento de nuestra sociedad. En un reciente estudio cuyo trabajo de campo se realizó en octubre de 2023, se solicitaba a una muestra estadísticamente representativa de residentes españoles que seleccionara –hasta un máximo de tres– las actividades cotidianas que considera más importante (tabla 90.8). Pues bien, el 42,7 % ha seleccionado salir con los amigos o con la familia. Solo detrás de actividades tan humanamente básicas como dormir y comer. Salir por encima –y esto es importante subrayarlo– de trabajar o hacer ejercicio o deporte. Y muy por

encima de otras actividades, como las de relación con los medios de comunicación (televisión, radio o teléfonos móviles) o cocinar y otras tareas domésticas. Salir se considera más importante que trabajar.

Dada su amplitud semántica, salir es un concepto de compleja operacionalización. Contiene, en sí mismo múltiples actividades y, sin embargo, su concreción es uno de los indicadores más definitivos de diferenciación de los estilos de vida y, por lo tanto, de formas distintas de estilización de la vida. Es decir, muestra maneras distintas de constituir lo que podríamos denominar el

TABLA 90.7. *Actividades en las que se emplea el tiempo libre, días de diario o fines de semana, según grupo de edad (porcentajes dedicados a esa actividad)*

Actividad	*18-24*	*25-34*	*35-44*	*45-54*	*55-64*	*65 y +*	*Total*
Estar con la familia	57,7	69,3	77,0	74,6	71	68,6	71,0
Ir a dar una vuelta, un paseo	61,9	64,9	64,7	64,6	68,7	71,5	66,8
Ver la televisión	58,2	58,7	58,1	64	67,4	76,3	65,3
Estar con los/as amigos/as	79,9	72,3	53,0	50,4	47,3	39,6	53,0
Escuchar música	75,3	60,8	43,8	39,6	32,4	22,2	40,6
Leer libros, revistas, cómics	42,3	42,2	39,1	44,6	39,7	36,6	40,3
Navegar por Internet, redes sociales, chats, etc.	73,2	60,5	48,5	36,7	25,3	8,5	36,2
Salir al campo, ir de excursión	35,1	38,3	43,0	36,0	34,7	21,3	33,7
Hacer deporte	60,8	49,6	38,1	30,2	23,2	13,0	31,4
Oír la radio	21,1	24,8	28,1	30,4	32,4	38,5	30,8
Ir a bares y discotecas	63,4	46,6	23	23,3	21,7	11,0	26,2
Ir de compras	29,4	30,4	30,4	26,7	22,5	19,3	25,6
Realizar algún viaje	33,0	31,0	25,1	24,6	24,3	22,4	25,6
Ir al cine o al teatro	38,7	30,7	24,5	21,9	15,9	9,0	20,7
Visitar museos, lugares de interés o artísticos	14,9	15,6	14,9	12,1	12,8	11,1	13,2
Hacer trabajos manuales	11,3	8,6	13,6	10,8	14,4	15,8	12,9
Acudir a un concierto o espectáculo musical	27,8	20,4	16,4	9,2	6,3	6,3	12,3
Jugar a algo	24,7	21,8	15,7	8,1	5,5	6,0	11,8
Estudiar	37,6	20,1	12,6	9,6	2,3	3,2	11,1
Acudir a un espectáculo deportivo	26,3	15,9	8,3	9,8	5,7	4,3	9,7
Ir a alguna asociación o club	9,8	7,4	6,8	7,5	6,5	13,8	9,0
Otra respuesta	3,6	2,9	4,3	5,0	7,0	7,4	5,4
N. C.	0	0	0,2	0,2	0,8	0,3	0,3
(N)	194	339	470	480	383	621	2487

Fuente: Estudio CIS 3217 (junio 2018).

Tabla 90.8. *Actividades cotidianas que se consideran más importantes (porcentaje que menciona la actividad)*

Dormir	58,0 %
Comer	55,5 %
Salir con los amigos o con la familia	42,7 %
Trabajar	33,3 %
Hacer ejercicio o deporte	29,3 %
Actividades culturales: leer, ir al cine, al teatro o similar	21,0 %
Ver la televisión, escuchar radio, ver programas-series o jugar en dispositivos móviles	15,1 %
Cocinar	14,7 %
Realizar las tareas domésticas	11,3 %
Estudiar	7,2 %
Realizar trabajo de voluntariado	2,4 %
(N)	1500

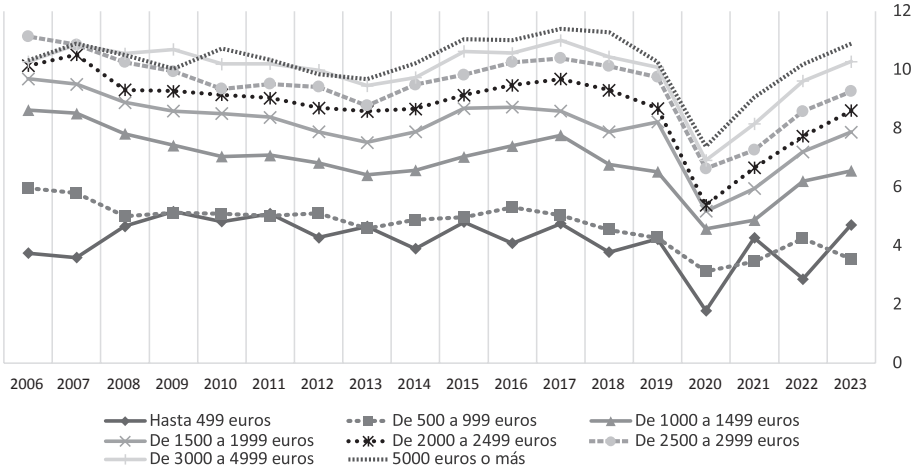
Fuente: Estudio sobre Malestar en la alimentación. Elaboración propia.

capital estilo, en cuanto que muestra «nuestro estilo» o, tal vez con mayor precisión, «nuestra capacidad de estilo» a los demás del entorno social. Aun admitiendo su complejidad, en nuestra cultura, el concepto salir está muy vinculado a ir a bares o restaurantes. Pues bien, la proporción de gasto familiar en restaurantes y comedores aumenta según mejora el nivel de vida y se asciende en la estructura social. Según aumentan los ingresos en el hogar, mayor proporción de estos se dedica a restaurantes. Se percibe un aumento del peso de este gasto en épocas de relativa bonanza económica general (2015-2018), y una disminución en periodos de crisis (2011-2013), como muestran los gráficos 90.5 y 90.6.

El consumo vinculado al salir diferencia según ingresos y gastos. Existen salidas que tiene distancias cortas, en el entorno espacial cotidiano, y otras de distancias largas, relacionadas ya con el viaje y que diferencian aún más entre posiciones en la estructura social. Según el Informe de Consumo de Alimentación Fuera del Hogar, en los registros para el segundo trimestre de 2023, el 48,6 % de los hogares lo hace en bares o cafeterías, el 16,1 % en restaurantes y el 8,8 % en restaurantes *fast food*. La mayoría, el 25,4 %, lo hace para una celebración. El grupo y sus celebraciones se muestra en la salida al restaurante.

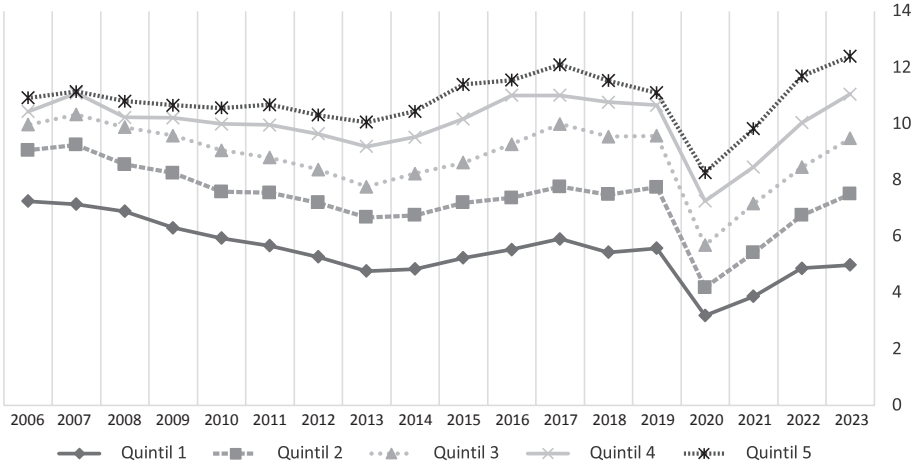
El consumo extradoméstico tiene un componente social, siendo el 33,4 % de las ocasiones generadas, vinculadas al consumo con familia y el 25,3 % vinculado al consumo con amigos, aunque en la actualidad se está notando un retroceso de un 9,7 % y 4,2 %, respectivamente. En contraste, crece el consumo extradoméstico en solitario en un 6,1 %, representando el 16 %. Cabe destacar también el aumento del consumo extradoméstico con compañeros de trabajo, que representa un 5,9 % del total, fruto de la vuelta a la normalidad de la asistencia al trabajo diario tras el COVID-19.

Gráfico 90.5. *Evolución de la valoración de distintos aspectos de la vida (entre cero y diez) desde 2006-2023*



Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

Gráfico 90.6. *Evolución (2006-2023) porcentaje de gasto en restaurantes y hoteles según quintil de gasto*



Fuente: INE, Encuesta de Presupuestos Familiares.

La denominada *sociedad de consumo de masas* tuvo un origen con protagonismo del espacio doméstico. Lo muestra, por ejemplo, el diseño de metodologías que clasificaban a los hogares, tanto en la estructura social como en su misma inserción en la sociedad de consumo, según las características del espacio doméstico, como hacían los instrumentos de Chapin (1928) o Warner (1960). Sin embargo, los escenarios principales de la actual sociedad de consumo son extradomésticos, teniendo el viaje un especial protagonismo.

90.6. Vacaciones y viajes

Si hay un periodo anual marcado por el tiempo libre son las vacaciones. Incluso aunque se trate de vacaciones repletas de actividades, algunas no tan libres. En España, el 78,4 % de los españoles mayores de dieciocho años ha disfrutado o disfrutará de vacaciones a lo largo de 2024. Pues bien, el 92,5 % de los mismos ha viajado o viajará durante esas vacaciones, lo que supone que el 72,5 % habrá viajado al final de 2024. Nótese que el propio término «disfrutar de vacaciones» se ha desvinculado de su otra cara, la laboral. Estar de vacaciones significa algo más que estar dispensado de la realización de tareas productivas. Cobra especial sentido como periodo temporal de ruptura con la rutina, sea laboral o de cualquier otro tipo; pero una ruptura que parece exigir en la actualidad el movimiento de un viaje. Irse de vacaciones es irse de la rutina. Es, por lo tanto, una ruptura temporal –con la rutina– y espacial –con el lugar de residencia habitual–. Es fundamentalmente irse, salir a larga distancia. Una larga distancia que se ha extendido especialmente a partir del abaratamiento del coste del avión a partir de finales del siglo pasado.

Tal desvinculación de las vacaciones de la actividad directamente laboral hace que el 64,8 % de los jubilados y pensionistas, el 54,2 % de quienes realizan el trabajo doméstico no remunerado, el 46,8 % de los que están en otra situación de inactividad y, por supuesto, el 92,9 % de los estudiantes mayores de dieciocho años señalen que han disfrutado, están disfrutando o disfrutarán de vacaciones durante 2024 (Estudio CIS 3471).

Las vacaciones son un «irse» que la mayor parte de los españoles ponen en el propio país como destino: el 67 % de quienes tienen vacaciones en 2024 ponen por destino alguna localidad española, el 6,4 % el extranjero y el 20,2 % ambos lugares. Solo el 3,4 % se quedará en su localidad de residencia. Unos registros que se encuentran acentuados en el caso de los menores de treinta y cinco años, ya que el 89,3 % de los mismos habrá viajado durante 2024 y un 29,9 % lo habrá hecho al extranjero.

Entre las preferencias se encuentra buscar el mar, pues el 62,9 % ubica sus vacaciones en una localidad de la costa. El 20,3 % lo hace en una localidad del campo o la montaña, mientras que el 12,9 % lo hace en una ciudad del interior y el 16,7 % dibuja unas vacaciones sin localidad fija, de manera itinerante.

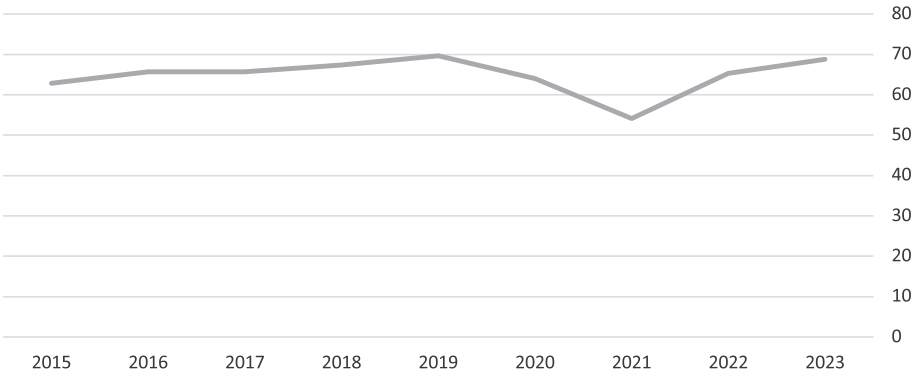
En las vacaciones cada vez tiene menos peso la segunda residencia o la vivienda de familiares. Es decir, irse al pueblo parece tener menos peso. La mayoría de los que se van habitualmente de vacaciones –el 45,2 %– señala que utiliza un hotel para alojarse. Otro 12,5 % alquila un apartamento o similar, a lo que habría que añadir el 4,2 %, que alquila una casa rural.

Aun cuando las vacaciones están vinculadas al viaje, una cosa es viajar y otra irse de vacaciones. Seguramente, pernoctar dos o tres noches fuera de casa no alcanza para muchos el concepto de irse de vacaciones o viaje vacacional, aun cuando sí el de viaje. De hecho, cambian bastante las circunstancias de ese tiempo de ocio pasado fuera de la residencia habitual. El 40,6 % de las pernoctaciones fuera del hogar habitual de 2023 las realizaron los

españoles en casas de familiares o amigos, 15,5 % en una segunda residencia propia y solo el 24,5 % en hoteles y el 9,9 % en vivienda en alquiler (INE, Encuesta de Turismo de Residentes).

El viaje por motivos personales se ha erigido como elemento estructurador del campo anual del ocio de los españoles y configurador de su estilo de vida. Además de hacer una media de más de tres viajes al año, como se apuntaba más arriba, ha de señalarse cómo casi el 70 % de los residentes de más de quince años realiza, al menos, un viaje al año. En 2023 se recuperó la tasa de viajeros que se había conseguido el año que precedió a la pandemia, el 2019.

Gráfico 90.7. *Residentes que han realizado algún viaje durante el año (%)*



Fuente: INE, Encuesta de Turismo de Residentes.

Sea en clave del tradicional «mi pueblo» o en clave de la funcional categoría de segunda residencia, la probabilidad de haber realizado un viaje durante el año es mayor entre los que disponen de una segunda residencia. Llega al 83,82 % en 2023, quedándose en el 65,76 % entre los que carecen de segunda residencia. La segunda residencia se entiende como espacio de ocio, de ruptura habitual con el espacio y el tiempo de las rutinas, de la primera residencia. Seguramente, por esta segunda residencia el porcentaje de españoles viajeros durante el año no bajó del 50 % ni en los años más duros de la pandemia, 2020 y 2021.

Se ha normalizado de tal manera el viajar por razones personales que lo que se cuestiona es por qué no viajan los que no lo hacen. El principal motivo para no viajar es, en el año 2023, la situación económica, los motivos financieros, con un 39,3 % de las respuestas. La respuesta de la preferencia por quedarse en casa es seleccionada por el 24,1 % y los motivos de salud alcanzan al 22,1 % de los no viajeros. Le sigue la falta de tiempo, ya sea por compromisos laborales (15,2 %) o familiares (12,41 %). Ahora bien, no hacer un viaje por preferir quedarse en casa solo es elegido por el 3,5 % de los jóvenes entre quince y treinta y cuatro años. Ha de tenerse en cuenta que, según la Encuesta de Condiciones de Vida (2023), el 32,5 % de los hogares españoles señala que no puede permitirse irse al menos una semana de vacaciones.

Viajar es una actividad socialmente relevante en España, más allá de que nos la podamos permitir. Para el 30,9 % de los españoles es algo muy importante (Estudio CIS 3476 [octubre 2024]) y para el 42,7 % algo bastante importante. La consideración de muy importante alcanza el 40,3 % entre los estudiantes y el 33,7 % entre las mujeres pues, como ya apuntara Rojek (1993, pp. 56 y ss.), son las más inclinadas a favor del viaje. De hecho, entre los diversos aspectos sobre los que se cuestiona, viajar es, junto con realizarse en el trabajo, el que más diferencia a hombres y mujeres al considerarlos como muy importantes.

Más que la diferencia entre los altos grados de importancia dada al viajar, pues se encuentra generalizada la aceptación de su importancia, ha de resaltarse su consideración en el eje que va entre su acepción como algo cultural a, en el otro polo, concebirse como una actividad de ocio. Pues aquí se encuentran notables diferencias, incluso teniendo en cuenta que dos de cada tres consultados (Estudio CIS 3476) sitúan viajar como algo perteneciente simultáneamente a la cultura y al ocio. La consideración de viajar como una actividad cultural alcanza el 36,5 % entre los sin estudios y el 33,8 % entre los que tienen setenta y cinco o más años. Indicadores que, indirectamente, parecen estar mostrando la distancia con el viaje y el relevante valor simbólico que adquiere, especialmente por quienes tienen más difícil el acceso al mismo.

Lo llamativo es que viajar no parece exigir de la exclusiva etiqueta de «cultural» para considerarse importante. El 13 % de los que consideran muy o bastante importante viajar, la consideran una actividad cultural, frente al 71,3 % que la considera una actividad tanto cultural como de ocio. El ocio es importante. Una proporción que, además, apenas se diferencia del 11 % obtenido entre quienes califican viajar de algo poco o nada importante. Es decir, lo cultural añade poco a viajar, para seguir siendo concebido como algo importante.

La consideración de viajar como muy o bastante importante alcanza sus máximas proporciones, del 80,9 % y el 80,3 %, respectivamente entre quienes consideran muy importante las relaciones sociales y las cosas bonitas en la vida. Por supuesto, entre quienes se muestran muy de acuerdo con la frase «me interesa conocer las costumbres, la cultura y las artes de otros países» (81,6 %). Entre quienes dicen que les gusta mucho el cine (80,6 %) y entre los que han ido al teatro, un concierto de música actual o el propio cine más de tres veces al año, superando el 80 % en todas estas variables. Porcentajes que nos hacen pensar en la relación del viaje con el capital social y la estilización; con otra especie de capital, el capital estilo. En este, siendo importante el capital cultural, se extiende sobre el conjunto de actividades que se realizan durante el tiempo de ocio. Un capital especialmente apreciado por quienes se encuentran en hogares con ingresos entre 2400 y 6000 euros, alcanzando el reconocimiento de la importancia que tiene viajar 85,8 % entre quienes viven en un hogar entre los 4500 y los 6000 euros de ingresos netos, y entre las clases alta y media-alta, donde alcanza el 83,6 % el porcentaje de quienes consideran viajar muy o bastante importante.

Salir, tanto a corta distancia (restaurantes) como a más larga distancia (viajar), está más vinculado a las categorías supraordinales de la estructura social. A quienes sobresalen socialmente. Salir es sobresalir socialmente.

90.7. En vivo y en directo

Asistir a un espectáculo también es una de las concreciones del salir. Como se observaba anteriormente (tabla 90.3), el 59,6 % había asistido al menos una vez –y un 11,4 % cinco o más veces– a un concierto de música actual durante los doce meses anteriores. Porcentajes que, respectivamente, quedan en 52,3 % y 7,8 % para la asistencia al teatro y en 41,8 % y 6,2 % para la danza. Salir para asistir a alguna de estas expresiones escenográficas no puede considerarse como cuestión menor. Junto a la salida de corta distancia del bar o restaurante y la salida de larga distancia del viaje, está la salida de media distancia de asistencia a una de estas expresiones artísticas. Nos centramos en la mayormente realizada, la asistencia a conciertos de música actual. Una actividad claramente situada por la sociedad (Estudio CIS 3476) como actividad de ocio. Solo el 9,4 % la consideran una actividad exclusivamente cultural.

Según el anuario de la Sociedad General de Autores de España (SGAE) (2023), el año 2022, donde todavía podía percibirse la resaca de la pandemia, registró la mayor recaudación por conciertos y macrofestivales de música popular en España. El número de espectadores se acercó a los veinticinco millones, estimándose que se superaría ampliamente esta cantidad en 2023 por parte de la propia SGAE y la Asociación de Promotores Musicales (APM, 2024). Aún algo lejos de los 28,24 millones del 2019, siendo lo importante la tendencia al alza de asistencia a la música popular en vivo a partir de 2016. De hecho, España es considerada un primer destino turístico de festivales de música por el Anuario Música en Vivo 2024 (APM, 2024). Incluso se ha llegado a hablar de la «burbuja» de los festivales.

Nos centramos en el 28,9 % que ha asistido tres o más veces, durante los anteriores doce meses, a un concierto de música actual (Estudio CIS 3476). La probabilidad –estadísticamente significativa– de tal frecuencia de asistencia disminuye con la edad y, muy ligeramente, con la tenencia de hijos menores. Quienes dan poca o ninguna importancia a viajar tienen la mitad de probabilidad de haber ido tres o más veces a un concierto de música actual. Ahora bien, se cuatriplica tal probabilidad entre los que viven en un hogar con unos ingresos netos mensuales por encima de los 2400 euros y los que viven en hogares con menos de novecientos euros al mes. Es decir, este salir a media distancia de la música en vivo muestra relevantes diferencias según edad e ingresos, marcando un elemento distintivo y, en cierta forma, de valorización del capital estilo.

90.8. La imparable digitalización y la otra sociedad de las pantallas

Como el resto de los ámbitos de la sociedad y sus prácticas, las relacionadas con el ocio y el consumo cultural se han digitalizado extensa y profundamente. En mayor o menor grado, las prácticas de ocio y consumo cultural que se hacían antes pasan ahora en parte o en la totalidad de su conformación a

realizarse digitalmente. Por otro lado, para algunas de ellas, su digitalización ha conllevado una profunda transformación de las mismas.

El ordenador o Internet se han convertido en herramientas que procuran el disfrute del ocio en sí mismos. Así, tres de cada cuatro consultados por la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales (EHPC a partir de aquí) de 2018-2019 y 2021-2022 dice utilizar Internet por ocio o tiempo libre, y dos de cada tres, el ordenador o una *tablet*.

El proceso de digitalización más extendido es el relacionado con la adquisición de productos y servicios culturales o de ocio. El 7,6 % de los mayores de quince años compró al menos un libro por Internet durante el último trimestre, lo que supone el 31,7 % de todos los que adquirieron un libro.

En el mismo sentido, el 33,8 % de los que pagaron por una entrada a un museo, el 63,4 % a un teatro y el 32,6 % a una sala de cine, lo hicieron adquiriéndola a través de Internet. Con un aumento considerable de, respectivamente, diecisiete, veintidós y diecisiete puntos porcentuales entre el registro de la EHPC de 2018-2019 y el de 2021-2022.

La extensión es evidente en algunas prácticas, relegando la práctica en físico a un segundo plano. Es el caso de la lectura de la prensa de información general, pues el 45,3 % de la población mayor de quince años lo hace en Internet, frente al 30,9 % que lo sigue haciendo en papel (EHPC 2021-22). El 66,7 % de la población suele escuchar música directamente en Internet y el 62,8 % en su móvil. Del mismo modo, el 22,6 % de los que suelen ver la televisión, la ha visto en el último mes directamente por Internet, cuando en la edición anterior de la encuesta apenas se alcanzaba el 12 %.

Como apunta la tabla 90.9, aproximadamente se ha triplicado el consumo cultural y de ocio en soporte digital durante los últimos tres lustros.

Tabla 90.9. *Evolución consumo cultural en soporte digital (2010/2011 a 2021/2022) (porcentaje que realiza la actividad)*

	2010/2011	*2014/2015*	*2018/2019*	*2021/2022*
Suelen leer libros en formato digital	6,5	17,7	20,2	24,4
Escuchan música en ordenador o directamente en Internet	17,3	26,2	40,8	43,1
Leen publicaciones periódicas directamente en Internet	14,4	26,8	42,9	49
Ven televisión directamente en Internet	5,9	8,9	13,5	22,6
Escuchan radio directamente en Internet	8,4	10,4	13,3	18,4

Fuente: Ministerio de Cultura, Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales.

Más relevante es el radical cambio de prácticas de consumo cultural por la digitalización. El 7,4 % realizó visitas a museos por Internet. Supone algo más que acceder a los contenidos. Se trata de realizar digitalmente la práctica cultural.

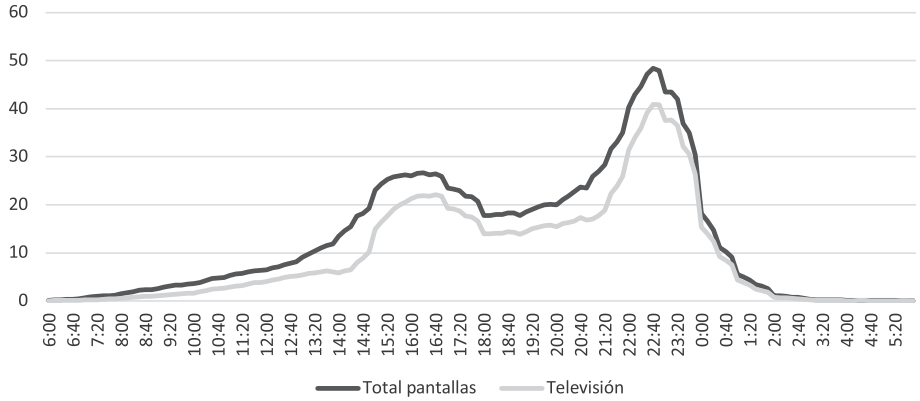
Desde la EHPC de 2010/2011, el porcentaje de la población que usa habitualmente, al menos una vez al mes, videojuegos se encontraba alrededor del 13,7 %. Se esperaba que este porcentaje hubiera aumentado progresivamente a lo largo de los años. Entre otras cosas, por el carácter simbólico que alcanzaron algunas marcas de consolas, aparatos necesarios para el uso de buena parte de estos juegos. Ha sido en la última edición de la EHPC, 2021-2022, cuando el porcentaje se ha elevado al 14,8 %; pero con el relevante hecho de que la consola de videojuegos ya no es el exclusivo y simbólico aparato en el que se jugaba. Si entre la EHPC de 2006-2007 y la de 2010-2011 se pasaba de un 22,7 % a un 39,7 % de individuos que tenían en su hogar una consola para videojuegos, a partir de aquí se fue pasando sucesivamente al 38,1 % (2014/15), 35 % (2018-2019) y 32,1 % (2021-2022).

Es decir, la tendencia que se apuntaba de una extensión de la presencia de consolas y una mayor dedicación a los videojuegos aparece con evidencias escasas según las principales fuentes estadísticas oficiales. No obstante, el mercado de videojuegos parece en constante crecimiento, según la AEVI (Asociación Española de Videojuegos) y con las expectativas puestas en la evolución de las nuevas concreciones de los videojuegos, como es la realidad virtual y la realidad aumentada. De hecho, según las estimaciones de esta asociación, el número de videojugadores en España superó los veinte millones en 2023, mientras que en 2022 se estimaban en 18,2 millones (AEVI, 2024), subrayándose la mayor variedad de los perfiles sociodemográficos de los jugadores.

Otra de las tendencias apreciadas es la que podemos denominar como «pantallización», especialmente en el campo del ocio y el consumo cultural, aunque extensible a otras actividades. Esto hace referencia a que esas actividades pasan por la mediación de una pantalla, ya sea de un ordenador, de la televisión, de una *tablet*, de un teléfono móvil o de cualquier otro de los aparatos que nos rodean. Nótese que, en la actualidad, incluso cuando conducimos, tenemos el apoyo de pantallas con un tamaño cada vez mayor, que compiten con la gran pantalla del parabrisas. A espera de los resultados que arroje la Encuesta de Empleo del Tiempo puesta en marcha cuando se redacta este trabajo, la última edición de la misma (2009-2010) nos dice que, de media, la población española –esté ocupada o no– mayor de dieciocho años pasa casi 156 minutos diarios delante de una pantalla (televisión, DVD, vídeo, ordenador, *tablet*) como actividad principal. Teniendo en cuenta el recurso a la pantalla, ya sea como actividad principal o como actividad secundaria, a lo largo del día (gráfico 90.8), se apunta que es especialmente en el periodo de la tarde-noche, fundamentalmente dedicado al ocio, cuando más proporción de la población española está delante de una pantalla, en buena parte delante de la pantalla del televisor, incluso ahora con otras pantallas compitiendo por atraer la atención. De hecho, el máximo se alcanza en ese punto del *prime time*, alrededor de las diez y media de la noche.

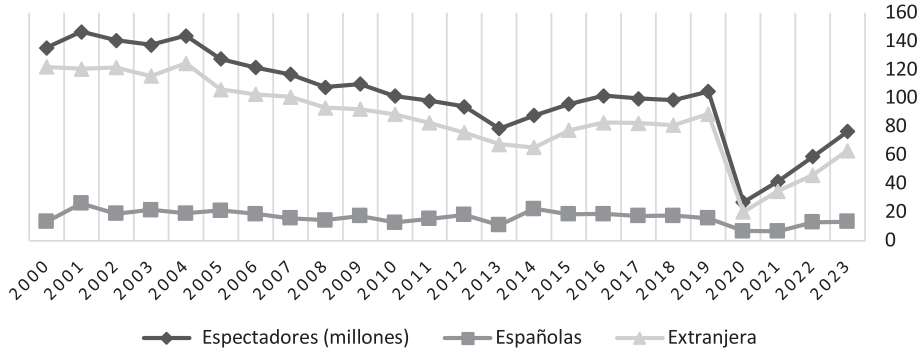
La primera pantalla, el cine, viene registrando en España una continua caída de espectadores durante lo que llevamos de siglo XXI, rota a partir de 2015. Punto de inflexión este que, como en el caso de la música en vivo, tal vez haya que atribuirlo al significativo lugar que toma la salida por razones de

Gráfico 90.8. *Personas que están delante de una pantalla a lo largo de un día medio, como actividad principal o secundaria (%)*



Fuente: INE (2009/2010), Encuesta de Empleo del Tiempo.

Gráfico 90.9. *Evolución (2000-2023) número de espectadores de cine, por nacionalidad de película*



Fuente: Ministerio de Cultura, Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento.

ocio en la configuración del estilo de los espacios públicos. También puede atribuirse al atractivo de las películas estrenadas, teniendo relevante peso en esta fase de recuperación de las películas españolas, a las que se mantiene cierta fidelidad, y las familiares (*La Bella y la bestia*, *Los Increíbles*) o las de saga (*Star Wars*), teniendo en cuenta los registros de recaudación en taquilla.

Ir al cine es considerada una actividad preferentemente de ocio. Así lo mantiene el 46,8 % de los españoles (Estudio CIS 3476). Solo un 10,6 % la asume como más cultural que de ocio. El 71,4 % manifiesta haber ido al menos una vez durante los doce meses anteriores. Un 29,3 % lo ha hecho más de cinco veces. Es más, salvo por razones de edad, disminuyendo ligeramente la probabilidad de esta alta frecuencia de asistencia en función del

cumplimiento de años, y género, con leve mayor probabilidad entre las mujeres, se trata de una actividad bastante distribuida entre las categorías de las variables que intentan reflejar la estructura social.

Las pantallas se han multiplicado en nuestra vida cotidiana, pero, ¿cuál es el papel que desempeña en el consumo de ocio la que ha sido la pantalla soberana por antonomasia durante los últimos decenios, la de la televisión? En el gráfico 90.8, el peso de la televisión entre las pantallas domésticas sigue siendo muy relevante. Pero se trata de un gráfico que emerge de un estudio que cuenta con casi quince años.

La tendencia señala una menor relevancia social de la televisión, aun cuando su inserción en nuestras vidas cotidianas siga siendo indiscutible. Una menor fuerza de socialización en términos comparativos, como muestra que solo el 18,5 % de los españoles apunta a la televisión como ámbito de socialización política, frente al 22,4 % que apunta a las redes sociales o Internet (Estudio CIS 3424 [2023]), dejando a un lado de tal contabilidad el entorno social cercano o la propia actuación de los políticos.

Se señala con la idea de menor relevancia social también el resultado de distintas observaciones que registran el paulatino aumento de los que, en la EHPC, dicen que no han visto la televisión en el último mes. Parece bastante difícil que nuestra mirada escape, durante un mes, a la atracción de la televisión. Pero, al menos, señala algo que puede entenderse como cierto declive en la relación de la sociedad con la misma. Casi desde sus inicios, la televisión ha contado con cierta deslegitimación por parte de las clases sociales altas y las que se presentaban con cierto distanciamiento intelectual de un medio poco considerado. Pero, al mismo tiempo, se reconocía la dificultad de escapar a su centralidad en la sociedad. Sin embargo, ahora nos encontramos con que cada vez son más los que dicen no haber visto televisión durante el último mes. Desde el mínimo registro de 1,8 % de los mayores de quince años en 2006-2007, a los sucesivos: 3,3 % (2010-2011), 4,5 % (2014-2015), 9,1 % (2018-2019) y, sobre todo, 15 % (2021-2022). Registros que se ven refrendados por otras fuentes. Así, el tiempo medio por día que pasaba un español mayor de cuatro años delante de la televisión en 2012 era de 246 minutos, marcándose uno de los máximos históricos desde que se tienen registros de audiencia en España. En el año 2023, ese tiempo se había reducido hasta los 183 minutos diarios (medición de empresa Kantar[6]). Una tendencia a la baja solo rota por el extraño año 2020, donde se alcanzaron los 231 minutos. También la proporción de residentes en España mayores de cuatro años que no ha visto la televisión tradicional diariamente, al menos un minuto, asciende en 2023 al 39 % (Barlovento Comunicación, 2024, p. 89). Es más, la propia pantalla del aparato de televisión se comparte con usos distintos a la recepción de flujos de contenidos televisivos emitidos por los distintos canales o plataformas de televisión. La pantalla de televisión se dedica a otros contenidos que no son televisión, entendida como medio-institución de comunicación.

[6] Según su web: https://www.kantar.com/es/expertise, acceso 30 de julio de 2025.

La pantalla de televisión emite menos flujo televisivo tradicional programado; pero sigue concitando a su alrededor a los miembros del hogar. Y lo hace especialmente a partir del seguimiento de películas y series. Según la EHPC, mientras el 38,9 % de los hogares estaba suscrito a una plataforma de películas o series en 2018/2019, se pasa a un 52,6 % en 2021/2022. Otras fuentes, como el Estudio General de Medios (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación-AIMC), apuntan a una mayor introducción de la sociedad española en el consumo de plataformas audiovisuales de pago. En 2022, el 51,6 % de los hogares estaba suscrito a Netflix, el 34 % a Amazon Prime, el 19,2 % a Movistar o el 18,8 % a HBO. Es decir, la pantalla pasa a ser un dispositivo a la carta, en el que los consumidores eligen su contenido de un catálogo y no de las programaciones ofrecidas por los distintos canales televisivos.

La televisión sigue siendo importante; pero ha de reconocerse que, ni como medio de comunicación, ni como objeto, representa ese lugar totémico que llegara a ocupar hace cincuenta años, cuando empezaba a consolidarse la sociedad española como sociedad de consumo (Castillo, 1987). Es una pantalla más, entre otras pantallas que, además, sirve para otras muchas cosas. Preguntados los españoles sobre el objeto que consideran más representativo de la época actual, en los recientes Estudios CIS 3343, 3383 y 3424, la proporción de los que señalan la televisión apenas alcanza el 7 %, muy lejos del teléfono móvil (57,6 %) o el ordenador (38,3 %).

La convergencia de digitalización y «pantallización» de las actividades socioculturales es un fenómeno indudable. Seguramente se encuentre en sus primeros pasos. Como se ha apuntado en otros lugares, la lógica del consumo cultural, participativa e interactiva, de nuestra sociedad planetaria se dirige al dominio de la realidad virtual sostenida por el metaverso. Una realidad que ha posibilitado experiencias tan aparentemente imposibles como un concierto «en directo» de estrellas del pop fallecidas.

90.9. El cuerpo

En la tabla 90.8, se exponía como el 29,3 % selecciona hacer ejercicio como una de las tres actividades de la vida cotidiana más importantes. El cuerpo ha pasado al centro del tiempo libre y, sobre todo, de la identidad, hasta el punto de que parecen sobreponerse cuerpo e identidad.

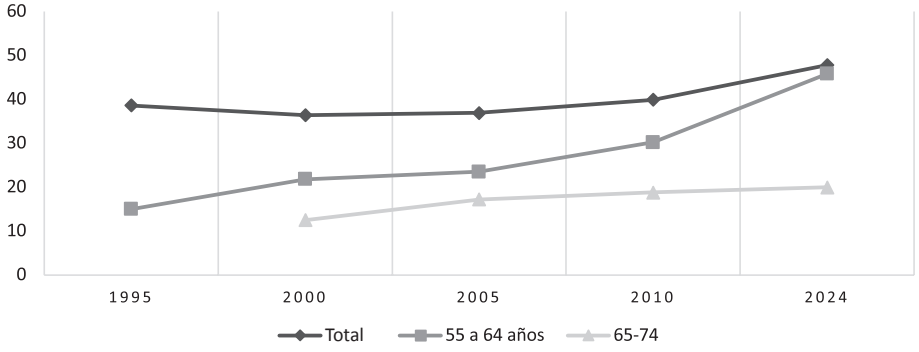
El cuerpo nos expresa, de aquí que haya que cuidar lo que dice. Así, se encuentra entre el estricto mantenimiento –dietas, ejercicio– la modificación quirúrgica y, sobre todo, su papel como soporte de significación, como muestra la extensión de la práctica del tatuaje o del *piercing*. El trabajo sobre el cuerpo (Featherstone, 2002, p. 7) se extiende y alcanza intensos grados de esfuerzo y sofisticación, como muestra el desarrollo de nuevos campos y tecnologías para estas prácticas. Este trabajo sobre el cuerpo se realiza fundamentalmente en tiempo de ocio, aunque algunas empresas lo fomentan favoreciendo que sus empleados acudan a gimnasios u otros centros deportivos. La dedicación al cuerpo tal vez todavía no se ha convertido en punto

clave en las negociaciones laborales colectivas, pero ya es un aspecto importante de las condiciones del trabajo para atraer empleados. Paradójicamente, en el trabajo sobre el cuerpo parece más fácil encontrar la ética del trabajo –del logro– en el consumo del tiempo de ocio, invitándose a no ver tal ética del trabajo y consumo como siempre opuestas (Cross, 1993, p. 36).

Se invierte tiempo y dinero en la conformación del cuerpo, pues el creciente protagonismo de la imagen corporal en la sociedad de consumo se convierte en una exigente demanda para los sujetos (Featherstone, 1991). Se exige más en la presentación del cuerpo en la vida cotidiana, algo que va bastante más allá de lograr un buen estado de salud y que tiene que ver con la presentación, con el cuerpo como imagen. Pero, a diferencia de los orígenes de la sociedad de consumo, donde el cuerpo aparecía en la publicidad como el más bello objeto de consumo (Baudrillard, 1986, p. 229), ahora es el propio cuerpo de los consumidores, trabajado en el gimnasio, el que se proyecta en imágenes. Imagen de una posición social, de unos valores (disciplina, belleza, etc.). El capital corporal, como el propio capital cultural, se configura especialmente en el tiempo de ocio. La vebleniana ostentación del ocio parece reposar más en el cuerpo que en el bagaje cultural o incluso en las refinadas formas de comportamiento y decoro. El cuerpo es más evidente y accesible.

Cada vez hacemos más ejercicio. En un principio, esto quiere decir que más españoles hacen ejercicio y, además, más se extiende por nuestra vida, como muestra el gráfico 90.10. Si en 1995, el 38,6 % de los residentes en España, consultados por el CIS, practicaban algún deporte, esta proporción llega al 47,8 % en 2024. Ahora bien, hay que subrayar que son los grupos de edad más mayores los que más han colaborado a este aumento general, especialmente el grupo entre cincuenta y cinco y sesenta y cuatro años. Una prolongación de la práctica deportiva en busca de la prolongación de la vida en forma y de la forma en vida. Tanto es así que los diseñadores del Estudio CIS 2198 (1995) no incluyeron a mayores de sesenta y cinco años, realizándolo solo entre quienes tenían entre dieciséis y sesenta y cinco años.

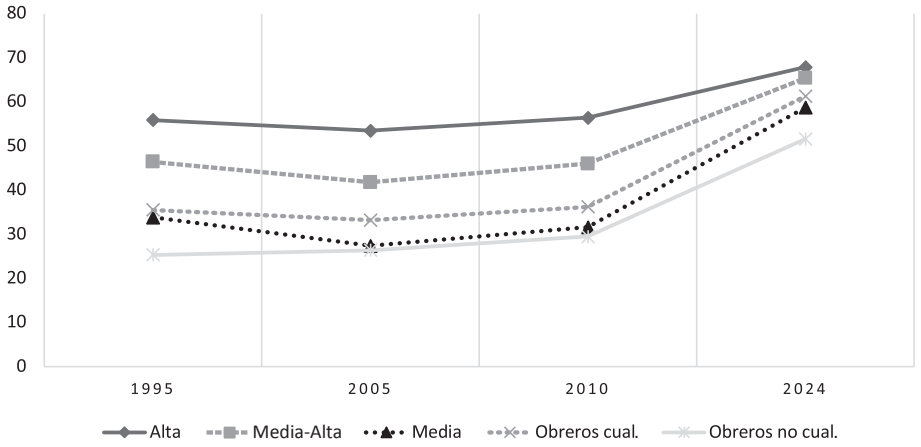
Gráfico 90.10. *Evolución (1995-2024) práctica de deporte, con referencia a edades mayores*



Fuente: Estudios CIS 2198, 2397, 2599, 2833 y 3447.

Se observa una prolongación de la actividad deportiva en la edad y una expansión en la estructura social, si tenemos en cuenta las identificaciones subjetivas de clase social. En el gráfico 90.11 se aprecia la evolución hacia una especie de convergencia entre las distintas clases en pro de una práctica generalizada del deporte.

Gráfico 90.11. *Evolución (1995-2024) práctica deporte, según clase social subjetiva*



Fuente: Estudios CIS 2198, 2599, 2833 y 3447.

Si en 1999 la diferencia entre el porcentaje de practicantes de quienes se identificaban como clase alta y los que se identificaban como obreros no cualificados era de 30,6 puntos porcentuales, en 2024 desciende a casi la mitad, a 16,3 puntos porcentuales. Este dato es indicador de, entre otras cosas, la extensión de la práctica deportiva en nuestra sociedad.

Dentro de la práctica del deporte hay un espacio que cobra especial relevancia en nuestras ciudades, como es el del gimnasio privado. En 2024, el 39,7 % de los consultados que hace habitualmente ejercicio utiliza el gimnasio como espacio de su práctica deportiva. En 1995, el porcentaje de los que usaban gimnasios o clubs privados era del 26,8 %, y en el año 2000, menos aún, el 25,5 %. Volviendo a 2024, casi uno de cada cinco adultos, el 19 %, es usuario de un gimnasio.

El mantenimiento es el significante dominante en este espacio, según los resultados de la encuesta con cuestionario estandarizado. Para el 79,2 %, se usa el gimnasio para mantener o mejorar la salud y para el 39,9 %, por mantener la línea. Divertirse es seleccionado por el 27,4 %. Cuando todo cambia tan deprisa, hay un esfuerzo por mantener la identidad en el cuerpo y el vínculo entre identidad y cuerpo es más fuerte.

Los divorciados y separados son los que tienen mayor probabilidad de ir al gimnasio, controlando variables –mediante análisis multivariante de regresión logística– como sexo, edad, tamaño de localidad de residencia, nivel de

estudios, ingresos, actividad y clase social subjetiva. Este perfil dominante nos habla de que, con el mantenimiento de la salud y el cuerpo, la asistencia al gimnasio también parece conducida por el horizonte de mantenerse en el mercado de las relaciones sociales en general, y las relaciones de pareja en particular. El gimnasio ha sustituido a la discoteca, especialmente en este mercado de segundas oportunidades afectivas. Del sudor de la pista de baile al sudor de la cinta del gimnasio.

El gimnasio es el espacio de práctica deportiva, entre los mayoritarios (propio domicilio, parques públicos, instalaciones públicas, medios naturales), que muestra una media de edad más joven entre sus practicantes: 40,8 años. En los demás espacios, esta edad media supera ampliamente los cuarenta y cinco años. Una edad media de usuarios de gimnasio que tal vez nos esté indicando que no es un espacio de los más jóvenes, preferentemente usuarios de las instalaciones de centros de enseñanza; pero, sobre todo, indica que no es un espacio para viejos. Puede verse a los más mayores paseando, en bicicleta, jugando al tenis o al pádel o nadando; pero difícilmente en el gimnasio, siendo este un espacio en el que se desarrollan una gran variedad de actividades centradas en el cuerpo. Y estos cuerpos son vigilados y vigilantes (de los otros, de la evolución de los otros cuerpos vecinos), y se acaba produciendo un seguimiento del movimiento de los «vecinos de gym» (Sassatelli, 2000, p. 196), mientras que el propio cuerpo se expone a la mirada de los demás. El cuerpo se escenifica en la gran cristalera del gimnasio.

La inversión en el cuerpo va más allá del gimnasio. El 42,1 % va a la peluquería o barbería al menos una vez al mes (Estudio CIS 3142 [2016]), una frecuencia bastante mayor que a la iglesia o a la anteriormente referida discoteca, una librería, un museo, una biblioteca o una sala de cine. La sociedad española frecuenta la peluquería sin apenas diferencias por género, solo se registran distancias por la mayor frecuencia (varias veces) dentro del mes por parte de las mujeres, frente a la preferente reducción a una visita mensual en el caso de los varones.

90.10. Perfiles según la participación en actividades socioculturales

Según el referido Estudio CIS 3476, el 46,2 % mantiene que la cultura es muy importante en su vida y el 45,2 % que es bastante importante. Es decir, nueve de cada diez residentes en España dan una gran importancia a la cultura. La cultura es importante y el atributo de socialmente importante requiere del consumo cultural: cuanto más y mejor consumo cultural, más importancia se adquiere ante los demás, participándose así del valor simbólico del campo que se consume. En cierta forma, se consume cultura porque es importante desde el punto de vista social y, también en cierta forma, la cultura importante es la que consumen los socialmente importantes.

Ahora bien, parece difícil la construcción de una especie de *única escala lineal* que nos permita realizar una radiografía de la sociedad a través de la

cultura. Existen distintas formas de aproximarnos. Una de ellas es con la observación, basándonos en prácticas generales de consumo cultural, de cuáles son las que, en mayor medida, marcan la diferencia con los que no consumen tanto. Atención a las prácticas generales de consumo que exige dejar a un lado el contenido concreto de la práctica. Es decir, por ejemplo, adquiere el mismo valor ir al teatro para ver un musical que ir al teatro para ver una obra de Esquilo, Sófocles, Shakespeare o Calderón de la Barca. La práctica que se recoge es «ir al teatro». En este sentido, se ha realizado un análisis multivariante de conglomerados, tomando como base la batería de preguntas del Estudio CIS 3476 sobre realización de actividades de ocio y cultura durante los últimos doce meses. Se trata de una metodología especialmente afincada en el análisis de estilos de vida (Cathelat, 1990). El objetivo es buscar patrones de comportamiento sociocultural teniendo en cuenta una variedad de actividades socioculturales generales y, por otra, la frecuencia de sus respectivas realizaciones. Pues bien, la solución con cinco patrones aparece como la más satisfactoria. Patrones a los que hemos denominado estilos de ocio, en la medida en que concretan la relación con actividades que asumimos como referenciales y marcadores del tiempo disponible de ocio. Estilos de los que se destacan sus principales perfiles diferenciadores:

a) Estilo diversificado y moderadamente activo. Presenta una variada relación de intereses socioculturales a los que corresponden con una práctica de los mismos de relativa baja frecuencia, habiendo asistido entre una y cuatro veces durante los últimos doce meses, salvo en lo que respecta a la asistencia a eventos deportivos, que presentan una frecuencia menor, pues el 57 % no ha ido nunca durante los últimos doce meses, y con respecto al mismo el 38 % presenta poco o ningún interés, siendo el estilo de consumo cultural con menor interés por el consumo de deporte. No obstante, es el estilo que en mayor proporción presenta interés por teatro, danza y patrimonio histórico. Constituyen el 24,1 % de los encuestados. Dos de cada tres de sus componentes son mujeres, siendo un estilo bastante feminizado. El 34 % tiene estudios superiores y el 37 % vive en hogares formados con dos personas, de manera que el 76,4 % no tiene hijos menores a su cargo, residiendo el 20,1 % en municipios con más de cuatrocientos mil habitantes. Su edad media está en los 50,71 años. Características sociodemográficas que sitúan este estilo sobre los patrones temporales (tabla 90.1) «laboral» y «hogar». El 77,1 % de los que participan en este estilo considera muy importante la cultura y cultivarse. Puede decirse que este grupo invierte de manera diversificada y relativamente moderada en capital estilo. Una forma de inversión que se presume de poco riesgo y, sobre todo, destinada a mantenerse culturalmente activo.
b) Estilo deportivo. Centrado en los acontecimientos deportivos, pues el 66,1 % ha ido más de cinco veces durante el año anterior y prácticamente el 33,7 % ha asistido más de dos veces. El 85,5 % de los mismos dice estar muy interesado por el deporte. Sin embargo, con respecto al resto de consumos y actividades cuestionados, presenta una actividad e interés bastante moderados, no siendo el estilo que más destaca en su interés. Constituyen el 18,6 % de la muestra. El 55,1 %

vive en hogares con entre tres y cinco personas, de forma que el 40,7 % tiene hijos menores a su cargo. El 31,3 % tiene estudios superiores y el 35,1 % tiene ingresos netos mensuales en el hogar por encima de los tres mil euros. Características sociodemográficas que lo sitúan preferentemente próximo al patrón temporal que hemos denominado laboral (tabla 90.1). Su edad media está en los 49,11 años. El 54,1 % considera muy importante las relaciones sociales. Su capital de estilo está muy focalizado en el deporte.

c) El estilo centrado en la pantalla doméstica en general y en la que ofrece videojuegos en particular. El 82,7 % de los mismos han jugado a videojuegos más de cinco veces durante el último año. También se destaca que el 71,7 % haya seguido una serie también por encima de esa frecuencia. Son el 16,8 % de la muestra. Es el estilo más masculinizado, ya que el 64,8 % de sus componentes son varones. El 22,5 % tiene estudios superiores. Hay un 10,3 % de estudiantes y un 14,2 % en situación de desempleo. Su edad media está en los 41,23 años, aun cuando el 28,5 % de sus componentes tiene menos de treinta años. Características sociodemográficas que colocan este estilo próximo a los patrones temporales centrados en el estudio y el ocio. El 64,4 % opina que es muy importante la seguridad económica. También se trata de un capital de estilo bastante focalizado, marcando diferencias bastante nítidas con los demás tipos de capital de estilo.

d) El estilo pasivo, puesto que es en la categoría de no haber realizado ninguna vez durante los últimos doce meses en las distintas actividades donde se concentran. Solo en haber visto una serie o seguido un programa cultural en televisión, radio o *podcast,* la proporción de los que lo ha realizado al menos alguna vez durante los últimos doce meses supera el 70 %. Es el estilo más numeroso, con el 28,3 % de la muestra. Un 23,5 % vive solo y un 36,8 % en hogares de dos personas. El 80,3 % no tiene menores a su cargo y el 32,2 % reside en municipios de menos de diez mil habitantes. Tan solo el 13 % tiene estudios universitarios y el 34,4 % tiene ingresos netos en el hogar por debajo de los mil doscientos euros, mientras que el 19,4 % tiene ingresos por encima de los dos mil cuatrocientos euros. El 38,4 % son jubilados o pensionistas. Su edad media está en los 58,69 años, siendo el estilo de más edad, de manera que el 33 % de sus miembros tiene setenta o más años. Características sociodemográficas que le sitúan cercano a los patrones temporales relacionados con el cuidado, tanto «cuidado personal» como «cuidado de otros», y la amplia disponibilidad de tiempo de ocio, apuntados en la tabla 90.1. El 14,8 % de sus componentes vivieron una adolescencia en el que ni madre ni padre, asistía a acontecimiento sociocultural alguno. El 60,6 % mantiene que es muy importante disfrutar de la naturaleza. No obstante, es el estilo en el que, en consonancia con su pasividad, solo el 67 % considera viajar como bastante o muy importante. Su inversión en capital estilo, entendida como el esfuerzo dedicado a actividades de ocio y consumo cultural, es considerablemente baja.

e) El estilo activo se caracteriza por una alta frecuencia de asistencia y seguimiento de todos los acontecimientos socioculturales cuestionados.

Salvo en la asistencia a eventos deportivos –superado por el estilo centrado en el deporte– y el haber jugado a videojuegos –superado por el estilo de las pantallas–, este estilo activo es el que mayor porcentaje de sus miembros ha realizado la actividad cuestionada más de cinco veces durante los últimos doce meses. Además, es el estilo que ha tendido a presentar mayor interés –mucho o bastante– en buena parte de los campos cuestionados, siendo solo superado por el estilo doméstico en el interés por la lectura, el teatro, la danza y el patrimonio histórico-cultural. Son el 12,2 % de los residentes en España mayores de dieciocho años. Un 38,6 % reside en municipios entre cien mil y cuatrocientos mil habitantes. Un 52,5 % vive en hogares de tres o cuatro personas. Un 36 % vive en un hogar con ingresos netos mensuales por encima de los tres mil euros. El 70 % de los mismos tiene un trabajo remunerado en la actualidad. Es el estilo sociocultural más joven, ya que su edad media se sitúa en los 40,87 años y el 28,6 % de sus componentes tiene menos de treinta años. Características sociodemográficas que lo sitúan preferentemente en el patrón temporal (tabla 90.1) «laboral». El 85 % considera que viajar es muy o bastante importante. La probabilidad de llevar a cabo este estilo se multiplica casi por cuatro si la madre asistía a acontecimientos socioculturales durante la adolescencia del entrevistado y por 3,5 si los ingresos en el hogar superan los 4500 euros sobre los que residen en hogares con ingresos iguales o inferiores a novecientos euros. Es el grupo con mayor inversión y más variada en capital estilo, los buscadores de un «patrimonio» de estilo.

El grado y forma de participación actual en actividades socioculturales, conformando los distintos estilos de actividad sociocultural, ha aparecido relacionada con la participación en las mismas realizada durante la adolescencia, tanto por parte del propio entrevistado como por parte de madre o padre. De hecho, existe una estadísticamente significativa y fuerte correlación entre la frecuencia de realización de actividades durante la adolescencia por la persona entrevistada y esa frecuencia por parte de la madre (coef. correlación Pearson: 0,505) y por parte del padre (0,449), durante esa misma adolescencia, siendo aún mayor la correlación entre frecuencia de madre y padre (0,634). Pero, a su vez, no pueden perderse de vista los condicionamientos materiales, tanto en la conformación de los diversos estilos de actividades socioculturales como en la propia constitución de las bases para esos estilos socioculturales durante la adolescencia.

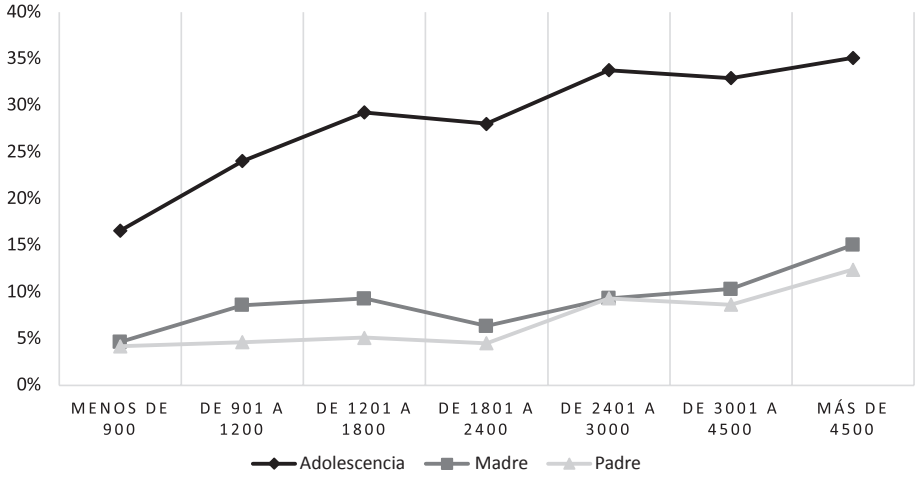
El gráfico 90.12 parte de los porcentajes de entrevistados que, durante su adolescencia, realizaban al menos alguna vez seis o más de las actividades socioculturales sobre las que se preguntaba, cuestionándose por un total de ocho actividades distintas. Pues bien, se observan las notables diferencias en función de los ingresos mensuales netos en el hogar. En los hogares que cuentan con ingresos por encima de los cuatro mil quinientos euros, el porcentaje de haber realizado seis o más actividades asciende al 35,1 %, quedándose en el 16,6 % en los hogares con novecientos euros o menos de ingresos. Si se tiene en cuenta la realización de ese número de actividades por parte de padres o madres, se observa que prácticamente se triplican los porcentajes.

TABLA 90.10. *Estilos socioculturales y frecuencia de realización de actividades en los últimos doce meses (porcentaje vertical en cada actividad)*

		Estilos socioculturales				
		Diversificado	*Deportivo*	*Pantalla*	*Pasivo*	*Activo*
		(24,1 %)	*(18,6 %)*	*(16,8 %)*	*(28,3 %)*	*(12,2 %)*
Ido al cine	Nunca	11,4 %	16,8 %	23,2 %	63,6 %	1,7 %
	1 o 2 veces	21,8 %	26,7 %	26,4 %	26,7 %	5,6 %
	De 3 a 5 veces	27,4 %	27,4 %	21,7 %	6,4 %	19,8 %
	Más de 5 veces	39,3 %	29,1 %	28,8 %	3,3 %	72,9 %
Ido al teatro	Nunca	27,8 %	43,7 %	61,7 %	73,5 %	8,0 %
	1 o 2 veces	38,2 %	37,5 %	30,9 %	22,5 %	29,6 %
	De 3 a 5 veces	20,5 %	14,5 %	5,7 %	2,9 %	37,1 %
	Más de 5 veces	13,5 %	4,3 %	1,7 %	1,2 %	25,4 %
Ido a un evento deportivo	Nunca	57,0 %	0,0 %	46,2 %	66,5 %	9,3 %
	1 o 2 veces	41,8 %	0,3 %	27,5 %	23,8 %	16,4 %
	De 3 a 5 veces	1,2 %	33,7 %	15,0 %	7,2 %	21,6 %
	Más de 5 veces	0,0 %	66,1 %	11,4 %	2,5 %	52,8 %
Visto un espectáculo de danza	Nunca	50,0 %	59,0 %	70,6 %	75,0 %	15,7 %
	1 o 2 veces	35,2 %	30,5 %	23,5 %	19,4 %	32,4 %
	De 3 a 5 veces	10,2 %	6,9 %	4,5 %	3,4 %	22,8 %
	Más de 5 veces	4,6 %	3,6 %	1,3 %	2,3 %	29,1 %
Ido a un concierto de música actual	Nunca	27,3 %	22,3 %	44,8 %	74,6 %	5,3 %
	1 o 2 veces	38,1 %	43,0 %	32,6 %	22,0 %	16,5 %
	De 3 a 5 veces	23,0 %	23,6 %	16,5 %	3,1 %	32,9 %
	Más de 5 veces	11,6 %	11,0 %	6,1 %	0,3 %	45,3 %
Visitado monumentos históricos	Nunca	1,8 %	4,8 %	12,9 %	45,6 %	0,6 %
	1 o 2 veces	15,2 %	18,1 %	21,5 %	29,6 %	3,0 %
	De 3 a 5 veces	29,6 %	34,8 %	24,5 %	18,8 %	15,8 %
	Más de 5 veces	53,4 %	42,3 %	41,0 %	6,0 %	80,6 %
Jugado a videojuegos	Nunca	83,1 %	82,4 %	0,0 %	87,7 %	19,9 %
	1 o 2 veces	16,5 %	15,9 %	1,0 %	8,9 %	13,5 %
	De 3 a 5 veces	0,4 %	1,7 %	16,3 %	2,8 %	14,8 %
	Más de 5 veces	0,0 %	0,0 %	82,7 %	0,6 %	51,8 %
Visto una serie	Nunca	7,1 %	10,8 %	3,6 %	28,8 %	1,8 %
	1 o 2 veces	13,9 %	14,2 %	11,1 %	26,7 %	6,0 %
	De 3 a 5 veces	20,6 %	19,9 %	13,6 %	17,3 %	12,7 %
	Más de 5 veces	58,4 %	55,1 %	71,7 %	27,2 %	79,5 %
Visto o escuchado un programa cultural	Nunca	2,4 %	9,4 %	13,9 %	24,7 %	1,1 %
	1 o 2 veces	9,5 %	16,0 %	17,4 %	21,4 %	7,1 %
	De 3 a 5 veces	17,9 %	22,2 %	23,4 %	23,2 %	10,2 %
	Más de 5 veces	70,2 %	52,4 %	45,3 %	30,7 %	81,6 %

Fuente: Estudio CIS 3476.

Gráfico 90.12. *Personas que realizaban ellos mismos, padre o madre seis o más actividades socioculturales durante la adolescencia según nivel de ingresos netos mensuales del hogar (%)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

Aparentemente, el peso de la formación en prácticas socioculturales tiene distinta representación, ya sea propia o a través del ejemplo de los padres, durante la adolescencia de los sujetos en los diferentes estilos socioculturales construidos. Observando el gráfico 90.13, que vuelve a tomar por base el porcentaje de individuos en cuya adolescencia participaron directa o indirectamente (madres y padres realizando las actividades) en seis o más de las actividades cuestionadas se ponen en evidencia ciertas diferencias y similitudes de origen de los estilos socioculturales construidos.

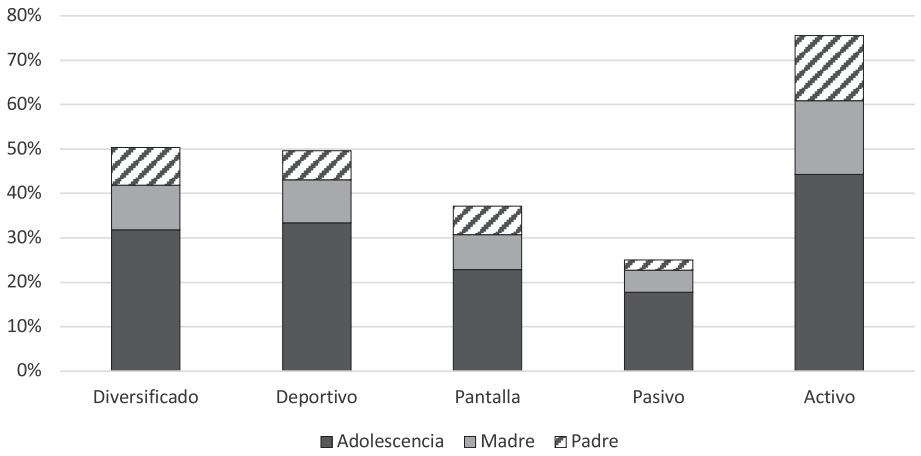
Destaca la actividad sociocultural propia y de madres y padres durante la adolescencia de los que ahora conforman el estilo cultural que se ha bautizado como activo. De alguna manera, la actividad y, por lo tanto, la propensión a participar en acontecimientos socioculturales viene de los primeros años de formación, de esa adolescencia observada desde la realización de actividades. Quienes ahora son activos en la práctica de la cultura y el entretenimiento, eran también bastante activos durante la adolescencia.

En el polo opuesto se encuentra el estilo sociocultural pasivo. Un estilo que parece arrastrar la poca actividad sociocultural realizada de manera directa y, sobre todo, por madres y padres durante la adolescencia. Solo el 4,9 % de los que llevan a cabo este estilo pasivo tuvieron madres que realizaban seis o más actividades socioculturales durante su adolescencia. Un porcentaje que desciende aún más, al 2,3 % con respecto a los padres. Adolescencia transcurrida en otro contexto histórico por una fracción importante de los mismos, teniendo en cuenta que la tercera parte tiene actualmente setenta o más años. Un contexto histórico español poco inclinado al fomento de la cultura.

El estilo vinculado especialmente al consumo de productos bajo la mediación de una pantalla, sea de un aparato televisivo o un ordenador, presenta también un grado de realización de actividades durante la adolescencia relativamente bajo. Algo por encima del estilo pasivo, pero distante de los otros estilos y, en cierta forma, sorprendente, si se tiene en cuenta que es, tras el estilo activo, el más joven y en el que mayor presencia tienen los estudiantes.

La composición de la estructura de realización de prácticas socioculturales durante la adolescencia de quienes componen los estilos diversificado y deportivo son bastante semejantes. Algo que puede explicarse por sus semejantes edades medias, en la medida en que la edad refleja trayectorias colectivas similares.

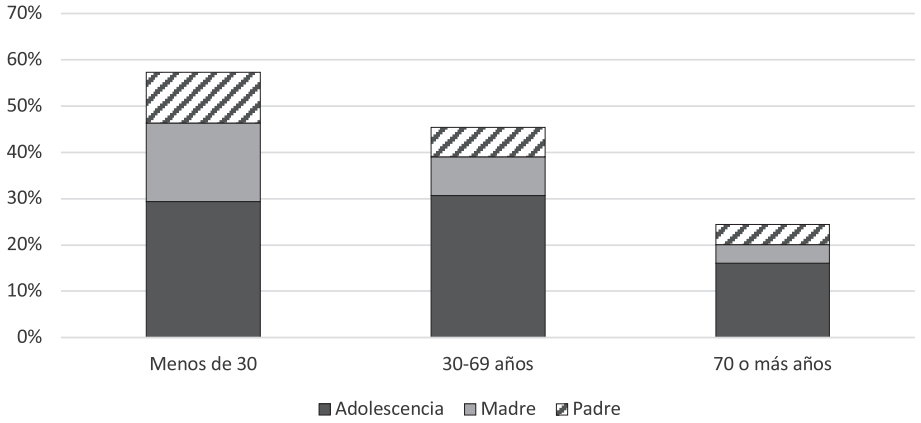
GRÁFICO 90.13. *Personas que realizaban ellos mismos, padre o madre seis o más actividades socioculturales durante la adolescencia según estilo sociocultural (%)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

Hay un reflejo en la edad de distintos contextos históricos, con distinto grado de interés por la realización de actividades socioculturales que, *grosso modo,* puede percibirse en el gráfico 90.14, que sigue la línea del anterior. Lo relevante es la muestra de un creciente interés por la realización de tales actividades, sobre todo por parte de padres y madres, como por el hecho de que los propios adolescentes las lleven a cabo. Cabe destacar así que, siendo adolescentes, el grado de actividad sociocultural desarrollado por quienes tienen entre treinta y sesenta y nueve años y quienes tienen entre dieciocho y veintinueve años es semejante. Ambos grupos de edad han desarrollado su adolescencia durante el periodo democrático. Sin embargo, la diferencia se encuentra en la actividad sociocultural que, durante esa misma adolescencia, llevaban a cabo padres y, sobre todo, madres. Una actividad de madres y padres más extendida entre quienes tienen menos de treinta años. Es decir, entre quienes tenían madres y padres que ya habían crecido durante la democracia.

Gráfico 90.14. *Personas que realizaban ellos mismos, padre o madre seis o más actividades socioculturales durante la adolescencia según grupos de edad (%)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476.

90.11. Conclusiones

El ocio ocupa un lugar socialmente relevante en nuestras vidas, tanto cuantitativa como cualitativamente. Desde ambas perspectivas, su importancia crece hasta dejar ver cierta independización del trabajo, ya sea remunerado o de cuidados, constituyéndose en base fundamental de los estilos de vida. Parece lógico que los españoles valoren altamente el ocio, prácticamente igual de valorado que el trabajo y los amigos, si bien los tres aspectos están por debajo de la alta valoración que encuentra la familia. Pero, sobre todo, quienes se sienten satisfechos con su tiempo libre, se sienten satisfechos con su vida. Pues bien, el 65,6 % de los consultados en el Estudio CIS 3476 se muestra muy o bastante satisfecho con el tiempo libre del que dispone. Una satisfacción que va de la mano de las actividades que dan contenido y sentido a ese tiempo libre disponible, de manera que, analizado el grado de participación en actividades de ocio en países europeos, tiende a estar correlacionado con un mayor nivel de vida.

Disponer de tiempo de ocio se ha revalorizado incluso con la experiencia del COVID-19, tomando la forma de un capital individualizado –bajo la concepción de «mi tiempo»– como algo que hay que cuidar y en lo que hay que invertir. Sí, invertir esfuerzos en forma de actividades. Esfuerzos económicos, como refleja la fortaleza del gasto en viajes –hoteles y restaurantes–, y esfuerzos físicos, como refleja la expansión del uso de los gimnasios.

El ocio disfrutado en el hogar sigue siendo cuantitativamente importante. Es el que realiza mayor proporción de la población de forma más frecuente. Un ocio que se encuentra proyectado en actividades socioculturales como el seguimiento de series o de programas culturales en los medios de comunicación.

En cierta forma, la participación en actividades socioculturales puede considerarse la más accesible. Sin embargo, si se tienen en cuenta las proyecciones simbólicas, y siguiendo una sólida tradición de estudios (Bourdieu, 1988; Veblen, 1974), la consideración del consumo en el tiempo de ocio como ámbito en el que se expone la posición en la estructura social, la que se ocupa y la que se desea ocupar, parece que el marcador socialmente relevante se establece alrededor del término «salir», adquiriendo el lugar de foco simbólico del ocio. Salir, pues, tiene múltiples concreciones. Salir a tomar algo –bar o restaurante–, salir de viaje, salir a disfrutar de un espectáculo en vivo. Estas salidas concretan el ocio y las expectativas de reproducción de la posición dominante en la estructura social.

El consumo cultural ha sido tradicionalmente marcador de posición en la estructura social (Bourdieu, 1988). Si se atiende a la relevancia que adquiere en el conjunto de la sociedad, ha de admitirse que, al menos indirectamente, lo sigue siendo: el 69,1 % de los españoles considera que tener cultura y cultivarse es muy importante, por encima de otros aspectos de la vida. Ahora bien, tal consideración desciende algo entre los jóvenes, sin embargo, son los más activos. Detrás de esa ligera menor consideración por lo cultural podría estar una distinta consideración de lo que es cultura y de cómo se valora el ocio. Hay que señalar que las actividades que principalmente se consideran de ocio son: visitar museo o exposición, leer libros, ir a un concierto de música clásica e ir al teatro. No así tanto una actividad como ir a un concierto de música actual, considerada generalmente más de ocio. Así, frente al 57,3 % del conjunto de la muestra, el 70,8 % de los jóvenes entre dieciocho y veinticuatro años considera la asistencia a un concierto de música actual como una actividad de ocio. Indicio que apunta en distintas direcciones. Una de ellas es la concepción del estilo y la estilización de la vida sin el peso que tiene el concepto de cultura entre las generaciones mayores.

Si salir es el término que domina simbólicamente el ocio cotidiano de los españoles, especialmente entre los jóvenes, el viaje aparece como uno de los centros simbólicos de tal ocio. Al menos un 72,5 % de los residentes en España mayores de dieciocho años terminará 2024 habiendo realizado algún viaje vacacional o de ocio. Pues bien, un 21,3 % viajará al extranjero. Viajar cada vez está menos vinculado al tradicional «irse al pueblo». Para el 73,6 % de los residentes en España viajar es bastante o muy importante. La sociedad de consumo española se mueve especialmente a través del viaje, más allá del centro comercial.

La participación sociocultural en España muestra diferencias. La implicación en actividades socioculturales es mayor por parte de las mujeres. Hay diferencia en la participación en actividades socioculturales por género, pero también por tamaño del hábitat en el que se reside; por el estado civil; entre clase social alta/media-alta y clase trabajadora; entre ingresos bajos e ingresos mensuales entre 4500 y 6000 euros, y, las más grandes, por nivel de estudios y entre quienes son pensionistas y quienes son estudiantes, puesto que la edad también tiene relación con la actividad sociocultural: desciende a medida que aumenta la edad. Para observar los distintos estilos de comportamiento sociocultural, se ha realizado un análisis multivariante de conglomerados. A partir

del mismo se han diferenciado cinco líneas o patrones: a) estilo diversificado y moderadamente activo (24,1 % de los residentes en España mayores de dieciocho años), b) estilo deportivo (18,6 %), c) estilo centrado en las pantallas (16,8 %), d) estilo pasivo (18,3 %) y e) estilo activo (12,2 %). El ocio, especialmente concretado en actividades culturales, no es esa especie de campo-fuga para recuperarse del trabajo. Es donde se desarrollan las expectativas vitales, donde los sujetos, en función de sus disponibilidades temporales, cognitivas o económicas, constituyen lo que quieren ser y, sobre todo, cómo ser ante los demás. Una proyección a futuro que convierte el tiempo de ocio en una especie de inversión, constituyéndose en capital estilo cuyo valor deriva de las actividades que se realizan. Un capital estilo para cuya constitución se han distinguido cinco patrones o estrategias.

Sigue siendo importante el estudio del ocio y el consumo cultural, poniendo especial énfasis en la estratificación social, como se ha visto en la aproximación desde la misma a través de los niveles de ingreso. Pero, además, pueden vislumbrarse procesos que parecen ir más allá de la dinámica –conflicto, lucha, competencia, distinción– en la estructura social. Son lo que, en el compromiso adquirido por este texto, se enmarcan como tendencias que pueden considerarse generales:

a) El *ocio*, más allá de que se concrete en actividades culturales, se considera algo *muy importante* para los españoles. No es para nada algo secundario y está crecientemente desvinculado de la realización de un trabajo. El ocio tiene valor por sí mismo y el tiempo libre tiende a llenarse de actividades voluntarias, en la medida que parecen expresar los deseos e identidades de sus ejercitantes.
b) La *estilización* de la vida a través del ocio. El aumento de población que es usuaria con mayor frecuencia de peluquerías o gimnasios está indicando una forma de estilización, por no hablar de aspectos que han quedado fuera de este capítulo, como los tatuajes. Una estilización sobre sí mismos de los ciudadanos. El aumento de la realización de actividades socioculturales, de consumo cultural y de actividades de ocio es otra línea de la estilización. Del capital cultural, fundamentado en un exclusivo y excluyente saber consumir productos culturales, a una extensión hacia una especie de capital estilístico, que siempre estuvo ahí, atendiendo a la línea inaugurada por Veblen (1974). Un capital donde estilos de vida ociosos de calidad, activos, que incluyen lo cultural, pero también el viaje o la gastronomía, adquieren relevancia, incluso siendo admitidos como actividad cultural.
c) El carácter *extradoméstico* del ocio. Una estilización de la vida que tiene en las distintas concreciones que tiene en el término salir su expresión. La sociedad de consumo española actual, a diferencia de sus orígenes (Alonso y Conde, 1994), es fundamentalmente extradoméstica. Dentro de las salidas, se ha destacado el viaje, por su fuerza simbólica y la extensión del mismo en la sociedad española. El viaje produce una mirada especial, que articula tanto la distancia social (Urry, 1991) como el juicio estético: se expresa la localidad visitada en clave estética, teniendo al propio sujeto, especialmente a través de las fotografías

tomadas por el teléfono móvil y remitidas por redes sociales, en el centro de ese escenario. De hecho, se habla de viajes orientados hacia la imagen (Molz, 2012).

d) La relevancia del *cuerpo* como objeto del tiempo de ocio. Cada vez son más los españoles que hacen ejercicio y lo realizan a edades más adultas. Además, se observa una especie de democratización del ejercicio físico, en la medida que es incorporado por el conjunto de posiciones en la estructura social. En este contexto de tendencia a una mayor realización de ejercicio, cobra protagonismo el gimnasio: el 19 % de los españoles mayores de dieciocho años son usuarios de un gimnasio. En este espacio, el mantenimiento del cuerpo, como sostén del *yo* especialmente ante crisis personales (Shilling, 2008), se convierte en un indicio de, a la vez, racionalización del tiempo libre –en lo que tiene de inversión en uno mismo con el objetivo del máximo rendimiento, incluyendo otras prácticas como las relacionadas con la hiperracionalización de la nutrición (Keane, 2017)– y de estilización en clave de refuerzo de las normas estéticas (Crossley, 2001) y morales (Crossley, 2006).

e) La *digitalización* del tiempo libre. Se ha triplicado el consumo cultural –leer un libro o un periódico, escuchar música o ver una película– en soporte digital y han aumentado considerablemente prácticas culturales hechas completamente de manera digital, como la visita a museos. Además, de la mano de la digitalización del tiempo de ocio y el consumo cultural se está produciendo una pantallización del mismo, donde la pantalla de ordenador, teléfono móvil o *tablet* van reemplazando a la de la televisión como ventana para disfrute de productos de entretenimiento y cultura y, sobre todo, a la pantalla cinematográfica. Por otro lado, se aprecia un descenso en la asistencia a las salas cinematográficas que parece frenado en los últimos años por el impulso de esa voluntad de salir ya apuntada. Por último, hay que señalar que la relación con los videojuegos va más allá de una fijación adolescente o incluso juvenil.

f) La determinación de la articulación de la *imagen y redes sociales* de principales concreciones del ocio, como el uso del gimnasio y, sobre todo, el viaje. Difícil es entender la actual expansión de la actividad viajera y el propio sentido de la experiencia viajera, sin el papel de las redes sociales (Sigala y Christou, 2012). Las redes sociales han adquirido gran relevancia en nuestras relaciones sociales y formas de informarnos y comunicarnos, pero es llamativo cómo se perciben indicios de la estructuración que ejercen sobre nuestro llamado tiempo libre.

g) La última tendencia pude denominarse doble *democratización* de la participación cultural. Por un lado, la amplia participación en actividades socioculturales durante la adolescencia de los encuestados ha aumentado en el conjunto de la sociedad. Está a bastante distancia de la actividad que vieron realizar en sus madres y padres durante esa misma adolescencia. Ahora bien, el que se haya extendido en nuestra sociedad la socialización en actividades socioculturales no es sinónimo de desaparición de desigualdades. Todavía hay amplias diferencias

> entre los que han experimentado seis o más actividades durante su adolescencia según el nivel de ingresos en el hogar. Una formación en la adolescencia que tiene incidencia en la actualidad. Así, los que ahora han sido calificados con el estilo de activos son los que presentan mayores porcentajes de extensa actividad sociocultural durante la adolescencia. La actividad lleva a la actividad. Por otro lado, la promoción hacía la actividad sociocultural parece tener una fuente principal en la propia democracia. Los que vivieron una adolescencia en total o buena parte transcurrida durante la democracia, muestran una actividad sociocultural más extensa que los miembros de las generaciones anteriores. Pero los hijos de estos adolescentes durante la democracia muestran una actividad sociocultural aún mayor que la generación precedente.

Así, queda de manifiesto que habrá que seguir de cerca estas tendencias que suponen un aspecto de la vida de los españoles cada vez más relevante y concretado en una gran variedad de actividades. Es aquí donde la futura riqueza y profundización de las fuentes de datos se convierte en estratégica. Sobre todo, para observar aquellas actividades que, por experiencias cotidianas, parecen cobrar cierto interés y que, sin embargo, no se recogen en las fuentes existentes que presentan una mayor periodicidad. Actividades como, por ejemplo, la dedicación a una huerta o al jardín.

Bibliografía

Adorno, Theodor W. (1962). *Prismas. La crítica de la cultura y de la sociedad*. Barcelona: Ariel.

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Mark (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta.

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Mark (1998). *Sociológica*. Madrid: Taurus.

AEVI (2024). *La industria del videojuego en España en 2023*. Madrid: Asociación Española de Videojuegos (AEVI). Disponible en: https://www.aevi.org.es/web/documentacion/resultados-anuales/, acceso 4 de agosto de 2025.

Alonso, Luis E. y Conde, Fernando (1994). *Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*. Madrid: Debate.

APM (2024). *Anuario de la música en vivo*. Madrid: Asociación de Promotores Musicales.

Barlovento Comunicación (2024). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2023*. Madrid: Barlovento. Disponible en: https://barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/analisis-de-la-industria-televisiva-audiovisual-2023/, acceso 30 de julio de 2025.

Baudrillard, Jean (1986). *La société de consommation*. Paris: Gallimard.

Bauman, Zygmunt (2005). *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press.

Bauman, Zygmunt (2007). *Vida de consumo*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Best, Shaun (2009). *Leisure Studies: Themes and Perspectives*. London: SAGE.

Bourdieu, Pierre (1988). *La distinción*. Madrid: Taurus.

Castillo, José (1987). *Sociedad de consumo a la española*. Madrid: Eudema.

Cathelat, Bernard (1990). *Socio-Styles Système*. Paris: Editions d'Organisation.

Chapin, Stuart (1928). «A Quantitative Scale for Rating the Home and Social Environment of Middle-Class Families in a Urban Community». *Journal of Educational Psychology,* 19, febrero, pp. 99-111. doi: 10.1037/h74 500

Cross, Gary (1993). *Time and Money. The Making of Consumer Culture*. London y New York: Routledge.

Crossley, Nick (2001). *The Social Body: Habit, Identity and Desire*. London: Sage.

Crossley, Nick (2006). «In the Gym: Motives, Meaning and Moral Careers». *Body & Society*, 12(3), pp. 23-50. doi: 10.1177/1357034X06067154

Dumazedier, Joffre (1988). *Révolution culturelle du temps libre: 1968-1988*. Paris: Klincksieck.

Featherstone, Mike (1991). The body in the consumer culture. En: Featherstone, Mike; Hepworth, Mike y Turner, Bryan (eds.). *The body: Social Process and Cultural Theory*. London: Sage.

Featherstone, Mike (2002). Body Modification: An Introduction. En: Featherstone, Mike (ed.). *Body Modification* (pp. 6-16). London: Sage.

Galbraith, John K. (1984). *La sociedad opulenta*. Barcelona: Planeta.

Jahoda, Marie (1979). «The Impact of Unemployment in the 1930s and 1970s». *Bulletin of the British Psychological Society*, 32, pp. 309-314.

Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

Keane, Brian (2017). *The Fitness Mindset: Eat for Energy, Train for Tension, Manage Your Mindset for Success*. Fritton: Rethink Press Limited.

Marcuse, Herbert (1993). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta-Agostini.

Molz, Jennie G. (2012). *Travel Connections: Tourism, Technology, and Togetherness in a Mobile World*. London: Routledge.

Ortí, Alfonso (1994). «La estrategia de la oferta en la sociedad neocapitalista de consumo: génesis y praxis de la investigacion motivacional». *Política y Sociedad*, 16, p. 37. Disponible en: https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO94941 20037A, acceso 28 de julio de 2025.

Rojek, Chris (1993). *Ways of Escape: Modern Transformation in Leisure and Travel*. London: Macmillan.

Sassatelli, Roberta (2000). Interaction Order and Beyond: A Field Analysis of Body Culture within Fitness Gyms. En: Featherstone, Mike (ed.). *Body Modification* (pp. 188-205). London: Sage.

Schor, Juliet (1991). *The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure in America*. New York: Basic Books.

Shilling, Chris (2008). *Changing Bodies: Habit, Crisis and Creativity*. London: Sage.

Sigala, Marianna y Christou, Evangelos (2012). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. London: Routledge.

Simmel, Georg (2013) [1900]. *Filosofía del dinero*. Madrid: Capitán Swing.

Sociedad General de Autores de España (2023). *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2023*. Madrid: Fundación SGAE.

Urry, John (1991). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.

Veblen, Thorstein (1974). *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura Económica.

Warner, William L. (1960). *Social Class in America: A Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*. London: Harper & Brothers.

91. La gastronomía española

Rafael Ansón Oliart
Fundador y actual Presidente de la Academia Iberoamericana de Gastronomía
Violante Martínez Quintana
Profesora Titular de Sociología
Universidad Nacional de Educación a Distancia

91.1. Introducción

España, en los últimos años, ha aportado al mundo de la gastronomía tres valores fundamentales, en primer lugar, una visión global que permite plantear la gastronomía tanto en el aspecto de disfrute y de placer como en otros tan relevantes como la salud, la cultura, las relaciones sociales o la economía. Se ha pasado de un concepto de gastronomía como satisfacción sensorial, en la que lo único importante eran los restaurantes (y, si tenía estrella Michelin, mejor) a un aspecto mucho más amplio que engloba la ciencia, el arte y la cultura con los cuatro eslabones de la cadena alimentaria (producción, industria alimentaria, distribución y comercio, y hostelería y restauración).

La producción, es decir, la agricultura, la pesca y la ganadería conforman el primer peldaño de la cadena; después, la industria alimentaria de transformación, donde destacan productos como el vino, el aceite de oliva virgen extra, el jamón ibérico puro de bellota, las conservas, los quesos, etc.; la distribución y el comercio en tercer orden, al ser necesario que los alimentos y las bebidas lleguen al lugar del consumo, y, por último, la hostelería y la restauración que atañe al turismo y todas sus ramificaciones.

Hace algunos años, la gente solo iba a los restaurantes para celebrar algo, dos o tres veces al año. Ahora tiene que ir con bastante frecuencia e incluso, casi todos los días, o llevarse la comida elaborada en una bolsa térmica al lugar de trabajo. Por tanto, esa estructura de restaurantes, casa de comidas, tabernas, cafeterías, espacios de trabajo etc. se ha convertido en algo fundamental en las ciudades modernas, que alterna con un estilo de vida en la que se va incorporando la comida rápida a través de plataformas digitales, la compra de alimentos en supermercados como prioritario en los hogares españoles y la preferencia de alimentos frescos, locales y de temporada.

En segundo lugar, una socialización de la gastronomía que atiende al placer de la degustación y a aspectos tan relevantes como la comida saludable, solidaria y sostenible. Por último, la apertura a la puesta en práctica de la

cocina de la libertad, es decir, de la libertad en la gastronomía que ha abierto un umbral de éxito y de expansión, lo que ha convertido a los jefes de cocina –los chefs– artesanos y reproductores de recetas tradicionales en auténticos artistas que han transformado la cocina tradicional en una cocina de autor, creativa y de innovación.

Cuando se constituyó la Academia Nacional de Gastronomía en 1974 (luego pasó a ser Academia Española y más tarde Real Academia de Gastronomía), la idea que se tenía de la gastronomía era muy distinta a la que se tiene ahora. En esa aventura que impulsó la Real Academia, España ha cambiado en cierta medida la historia de la gastronomía y de la cocina a nivel internacional con la cocina creativa e innovadora.

Hace más de tres décadas, varios españoles y españolas tuvieron en mente dos sueños, que entonces parecían irrealizables. Uno era que la gastronomía española se convirtiera en la mejor del mundo en términos de innovación, de creatividad y de modernidad. Y el otro, más importante todavía, conseguir que la alimentación ejerciera como factor clave para las sociedades modernas en el siglo xxi y que así se consideraba. Después de una serie de años, España puede presumir ahora de ser líder mundial en turismo y gastronomía. Además, en turismo lo es, en gran medida, gracias a la gastronomía.

91.2. El nuevo paradigma de la gastronomía española

Un nuevo paradigma de la gastronomía española ha ido surgiendo a partir de las dos últimas décadas del siglo xx, principalmente, poniendo en valor toda la cadena alimentaria con un elenco de cocineros –y también cocineras– de élite, con alta formación profesional que han liderado una nueva cocina de creatividad e innovación, han incorporado y potenciado la comida tradicional española y sus ingredientes típicos, tanto en el territorio costero como de interior, y han expandido cuantitativa y cualitativamente el sector de la hostelería y la restauración.

El primer hito se sitúa a mediados de los setenta e inicios de los ochenta del siglo xx con el impulso de *la nueva cocina vasca*, en la que figuran los cocineros Juan Mari Arzak y Pedro Subijana, que consiguen alcanzar el reconocimiento internacional del chef español (Kpmg, 2019). Esta primera tendencia asienta unas bases que se alinea con la tradición histórica en cada región, con su diversidad de recetarios y de despensa, de la que, sin duda, son una potencia en la producción agroalimentaria. El segundo hito se enmarca a mediados de los noventa con *la aparición del restaurante elBulli*, donde figura Ferran Adrià, considerado el padre de todo en tendencia gastronómica, el gran revolucionario y sus discípulos/as que irrumpen con la explosión de la cocina de vanguardia, con una nueva concepción de la gastronomía, que según María Naranjo «nos puso en el mundo y, además, hizo que lo que teníamos "desde siempre" empezara a ser mucho más apreciado» (Kpmg, 2019, p. 16). El tercer hito culmina con *el reconocimiento internacional de la gastronomía española*. España se posiciona entre los países más representativos con los referentes de *La Guía*

Michelin y el de la lista *The World's 50 Best Restaurants* con los cincuenta mejores restaurantes del mundo. En 2024, el restaurante Disfrutar, en Barcelona, obtiene el puesto número uno como mejor restaurante del mundo con Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas (Fine Dining Lovers, 2024).

Las estrellas Michelin son una distinción y condecoración (***, ** y *) que asigna la empresa francesa de neumáticos a los restaurantes y no a sus chefs, si bien los/as cocineros/as de todo el mundo anhelan este reconocimiento para demostrar a la clientela el talento culinario que poseen. Los miembros de un jurado supervisan el funcionamiento del restaurante y la elaboración de sus platos con unos criterios que priman la calidad y la selección de los ingredientes, la intensidad de los sabores, el punto de cocción exacto, la relación calidad-precio y la creatividad. Montero (2024) analiza la mejor gastronomía del planeta y resalta el lugar que ocupa España al conseguir 333 estrellas Michelin en 2024, adjudicadas en 271 restaurantes: primero, Francia (774 estrellas distribuidas en 639 restaurantes); en segundo lugar, Japón (468 estrellas repartidas entre 368 restaurantes); en tercero, Italia (461 estrellas que premian a 395 restaurantes); en cuarta posición, Alemania (410 estrellas asignadas a 340 restaurantes, y, en quinta, España (333 estrellas adjudicadas en 271 restaurantes).

El concepto de gastronomía parte de la definición más elemental que contiene tres formas: 1) el arte de preparar una buena comida, 2) la afición al buen comer y 3) un conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar (Real Academia Española, 2021). Es, en definitiva, el arte de seleccionar, preparar, servir y disfrutar los alimentos de calidad, donde se resaltan los placeres relacionados, las dimensiones sociales y culturales, así como la experiencia estética que conlleva. De aquí parten los ocho tipos de gastronomía: internacional, *gourmet*, vegetariana, vegana, sostenible, científica y macrobiótica. En esta variedad, se brinda una aproximación a la cultura y emplea la comida como eje central, con técnicas de cocción, datos nutricionales, ciencias alimentarias, manejo profesional de los sabores y aromas en la confección de un plato culinario. Ferrán Adrià sostiene que la «gastronomía es todo, se puede entender como gasto en el buen comer o como todo lo relacionado con la alimentación [...] la actitud del buen comer y del buen beber [...] un todo en el que existen muchos agentes implicados» (Kpmg, 2019, p. 7). En este sentido, confirma Jaime Lamo de Espinosa que «en el mundo de la economía agraria mundial, el sistema agroalimentario es toda la cadena de valor que va desde el producto de una explotación en el campo hasta el plato del consumidor» (Kpmg, 2019, p. 7).

En el centro de los hitos acaecidos, se sitúa la cocina de la libertad como fruto de la creatividad que había roto los códigos establecidos determinados, en gran parte, de la *novelle cuisine* francesa. Desde los años noventa, la nueva cocina española se incorpora de pleno derecho al mundo de la cultura, la economía y la educación con la apertura de academias, cátedras y cumbres de alta cocina, para que toda la población disfrute comiendo de manera saludable, solidaria, sostenible y satisfactoriamente (Ansón, 2016). En el discurso realizado en la Real Academia de Gastronomía sobre la nueva gastronomía del siglo XXI (Ansón, 2021) se recogen los aspectos básicos esenciales del nuevo paradigma, que se relacionan a continuación:

- *Una extraordinaria revolución*: se ha pasado de la fisiología del gusto –placer y satisfacción– a la Sociología de la alimentación –alimentación y gastronomía tienen una influencia decisiva en las sociedades modernas–; la nutrición se desenvuelve cada vez más en paralelo con la evolución de la gastronomía y de la cocina, encontrar los alimentos y las mejores formas de prepararlos.
- *Horizonte: hambre cero* (Objetivo de Desarrollo Sostenible [ODS] 2). El primer objetivo no es el placer sensorial ni la sutileza culinaria ni la creatividad, ya que por encima está su objetivo social de conseguir acabar con el hambre en el mundo, que pese a su complejidad no excluye que pueda ser realizable.
- *Los efectos de la mala alimentación en la salud, la calidad de vida y la economía*: los conocimientos gastronómicos atienden a evitar el consumo fácil e inmediato y de las prisas, y el desperdicio de alimentos, paliar el problema de la obesidad, las deficiencias y enfermedades de una alimentación inadecuada.
- *Nada es placentero si no es saludable*: conseguir comer alimentos sanos y, a poder ser, en compañía.
- *Moderación, variedad y equilibrio*: son los principios de una dieta saludable unidos al ejercicio físico, el sedentarismo es tan negativo como el exceso de comida, el alcohol o el tabaco. El modelo de la dieta mediterránea, Patrimonio Cultural Inmaterial.
- *La importancia de comer juntos*: uno de los grandes festejos de nuestra vida. Una comida en buena compañía es un maravilloso lugar de encuentro para todo tipo de relaciones sociales.
- *Expresión cultural de los pueblos*: los utensilios y la manera de cocinar. La cocina como una forma de expresión a través de los grandes chefs actuales que han pasado de ser artesanos para convertirse en artistas.
- *El gusto, sentido pecaminoso*: representados por la gula y la lujuria, dos pecados capitales. Se optaba por educar la vista para las artes plásticas y dejar de lado el gusto, que equivale a alimentación y gastronomía. Ha sido un craso error, ya que ha repercutido en muchas enfermedades de nuestro tiempo.
- *Gastronomía, economía y turismo*: la llegada de las estadísticas del sector alimentario y del hostelero han dado protagonismo a las cosas del comer, unido al sector turístico que engloba un 15 % de visitantes con la motivación de la gastronomía y como complemento indispensable en el resto.
- *La gastronomía, una de las mejores imágenes de España*: imagen positiva tanto de la tradicional como la más innovadora, ambas gozan de un prestigio notable en todo el mundo. Una innovación en la cocina, en la producción agroalimentaria, la acuicultura, los modelos de congelación, conservación, distribución y comercialización. Los/as cocineros/as además de producir satisfacción sensorial crean emociones, sorpresas, que los/as comensales descubran un mundo de una gran intensidad, el disfrute de la textura y las temperaturas.
- *La tapa + la «cocina en miniatura» de nuestros grandes cocineros*: al éxito internacional de la cocina española también ha contribuido, el

triunfo generalizado de la tapa. Es la superación de la alta cocina francesa y la apertura a un nuevo espacio para la creatividad y del cliente como sujeto pasivo en la mesa al *gourmet* que opina y reivindica la validez de sus criterios gustativos. Comer de tapas es comer en libertad, sin reglas fijas, comer en una mesa, de pie en la barra, en un taburete, charlando, moviéndose y eligiendo entre diferentes alimentos o preparaciones. Es una cocina en pequeñas raciones, una cocina de la libertad cimentada sobre las técnicas de la cocina tradicional.

- *Democracia a la hora de alimentarse*: buscar lo que más se acomode al paladar y al estado de ánimo en el momento de la cocina.
- *Llamar a la puerta del sistema educativo y el compromiso europeo*: los conocimientos de alimentación y educación del gusto y contribuir a preservar la salud de las nuevas generaciones y a una buena calidad de vida. Se ha impulsado una iniciativa en el Parlamento Europeo para que se apruebe una resolución a los veintiocho países de la UE que incorporen los conocimientos de alimentación y la educación del gusto, la salud integral y la necesidad de realizar ejercicio físico al sistema educativo en las escuelas, colegios y otros niveles de enseñanza.
- *Ciudadanos/as gastronómicos/as responsables*: adquirir conciencia de que la dieta, la alimentación, el placer y la cultura gastronómica son elementos básicos para construir una sociedad moderna, innovadora y capaz de afrontar el futuro. Todo ello lleva a mejorar la calidad de vida, a ahorrar dinero en sanidad, a generar ingresos por consumo y por turismo.
- *La gastronomía no es un privilegio*: todo lo contrario, es placer, disfrute, salud, nutrición, economía, defensa de la naturaleza y del medioambiente, turismo, educación y una parte maravillosa de la cultura de los pueblos.

En definitiva, estos aspectos del nuevo paradigma de la gastronomía española ponen de manifiesto, entre otras cosas, la relevancia de una educación en el estado de salud y el bienestar de la población basada en una adecuada alimentación y protección del medioambiente (agricultura, pesca y ganadería). Asimismo, la consideración de la dieta mediterránea como patrón alimentario y estilo de vida equilibrado y saludable relacionado con la prevención de enfermedades crónicas y con la promoción de la salud tanto desde el entorno escolar como del familiar (Parlamento Europeo, 2014).

91.3. Comida tradicional española y platos típicos (2023-2024)

Desde sus orígenes, la gastronomía española tiene unas características marcadas por los alimentos típicos de la región mediterránea y la influencia de varias culturas que estuvieron en la península ibérica como la cultura romana, las especias y sabores de la cultura árabe y los productos traídos directamente por los colonos americanos, cuyos resultados, a lo largo del tiempo, son los platos que hoy conocemos (Chovi, 2022). Se sabe poco de la manera

de cocinar antes de la llegada de los romanos, aunque se tiene constancia del famoso «garo» basado en una salsa elaborada con trozos de pescados fermentados llamada «gáros» en Atenas y *garum* en la Roma imperial (Martínez, 1989). Esta influencia de los pueblos que conquistaron su territorio, al igual que de los pueblos que más tarde conquista y coloniza, ha dado lugar a una gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes, de modo que ha intervenido las condiciones climáticas regionales y ha utilizado los ingredientes propios que las componen.

Durante muchos siglos, la cocina española fue desconocida en Europa y no tiene una identidad nacional hasta finales del siglo XIX y comienzos del XX. El conocimiento culinario sale a la luz a comienzos del siglo XX por escritores especializados en gastronomía que ensalzan e investigan la evolución hasta desembocar en la actual cocina española. Se indaga en la gastronomía romana de la Hispania, en el periodo medieval con la gastronomía de al-Ándalus y la gastronomía sefardí, la del Nuevo Mundo y la cocina moderna española, con la recuperación de platos de origen español olvidados y el abandono de la influencia francesa (Wikipedia, 2024).

En el siglo XXI, la cultura gastronómica española es difundida y protegida por la Real Academia de Gastronomía, a través de la investigación y promoción del arte culinario, para afianzarla como identidad, pilar cultural y motor económico de transformación y de sostenibilidad. El actual Presidente, Luis Suárez de Lezo, subraya este objetivo y las distintas actividades que se desempeñan, como los Programas de Alimentación, Nutrición y Gastronomía para la Educación Infantil Primaria. Desde 1974, la Academia otorga Premios Nacionales de Gastronomía y, a partir de 2021, se conceden premios al mejor jefe de cocina, director de sala, sumiller, comunicación gastronómica, investigación e innovación gastronómica y reconocimiento a la mejor contribución. Las candidaturas a cada categoría son presentadas por los Académicos de Número de la RAG, las academias autonómicas de gastronomía y la Cofradía de la Buena Mesa. Por último, se trabaja con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte para que la tradición cultural de las tapas en España sea declarada Patrimonio Cultural Inmaterial y se convierta en uno de los grandes exponentes de la gastronomía (RAG, 2024).

En la comparativa internacional de las cien mejores cocinas del mundo en 2023-2024, la gastronomía española ocupa el noveno lugar, con 4,55 puntos, y en el orden que a continuación se expone (véase figura 91.1): 1) cocina italiana, 4,65; 2) cocina japonesa, 4,65; 3) cocina griega, 4,64; 4) cocina portuguesa, 4,61; 5) cocina china, 4,59; 6) cocina indonesia, 4,57; 7) cocina mexicana, 4,56; 8) cocina francesa, 4,55, y 9) cocina española, 4,55 (TasteAtlas, 2024a).

Los productos alimenticios españoles más populares y sus puntuaciones a nivel mundial han sido los siguientes: 1) jamón ibérico de bellota (jamón curado en seco, 4,7); 2) queso manchego (queso, 4,4); 3) mató (queso, 3,4); 4) jamón ibérico (jamón curado en seco, 4,7); 5) jamón serrano (jamón curado en seco, 4,5); 6) fuet (salchicha/salami, 4,2); 7) cabrales (queso, 4,2); 8) jamón 100 % ibérico de bellota (jamón curado en seco, 4,8); 9) aceite de La Rioja (aceite de oliva, 4,0); 10) torta del Casar (queso, 4,0); 11) queso zamorano (queso, 4,2), y 12) queso ibérico (queso, 4,1) (TasteAtlas, 2024b).

FIGURA 91.1. *Cien mejores cocinas del mundo (2023-2024)*



Fuente: Tasteatlas. Disponible en: https://www.tasteatlas.com/tasteatlas-awards-23-24, acceso 25 de agosto de 2025.

Del mismo modo, las bebidas españolas más populares y sus puntuaciones se relacionan a continuación: 1) sangría (coctel de vino, 4,2); 2) cortado (café-bebida, 4.2); 3) Rioja (denominación de origen, 4,3); 4) cava (vino espumoso, 4,1); 5) Ribera del Duero (denominación de origen del vino, 4,4); 6) Jerez (vino fortificado, 4,0); 7) tempranillo (variedad de vino, 4,3); 8) chocolate caliente (bebida láctea, 4,3); 9) tinto de verano (coctel de vino, 3,9); 10) Rías Baixas (denominación de origen del vino, 4,6); 11) kalimotxo (coctel de vino, 3,7), y 12) Monastrell (variedad de vino n/A) (TasteAtlas, 2023-2024).

A través de la Encuesta CIS[1] 3419 (2023) se preguntó a una muestra de 4538 encuestados (2193 mujeres y 2345 hombres) si consideraban que la gastronomía española podría situarse entre las tres o cuatro mejores del mundo y respondieron afirmativamente casi la totalidad (el 95,8 %), más las mujeres (96,2 %) que los hombres (95,4 %), frente a un 1,9 % que se manifestó negativamente (2,2 % hombres y 1,5 % mujeres) y el resto no sabía y no contestó.

La percepción de ser una de las mejores gastronomías del mundo se recoge en la respuesta que se da a la siguiente pregunta: ¿cuál es la mejor gastronomía del mundo en primer lugar? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?, donde la gastronomía española se sitúa en la primera posición (95,6 %); en la segunda, la italiana (72,5 %); en la tercera, la francesa (46,6 %); en la cuarta, la japonesa (21,1 %); en la quinta, la mexicana (16,2 %), y en la sexta, la china (11,4 %). En cuanto al orden de importancia, sitúan, en primer lugar, a la gastronomía española (81,1 %) más las mujeres que los hombres; en segundo lugar, a la italiana

[1] Las encuestas que se han trabajado para este capítulo son las siguientes: Encuesta CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía y Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía (II).

(39,9 %), más las mujeres que los hombres, y, en tercer lugar, también a la italiana (27,1 %) más los hombres que las mujeres (véase tabla 91.1).

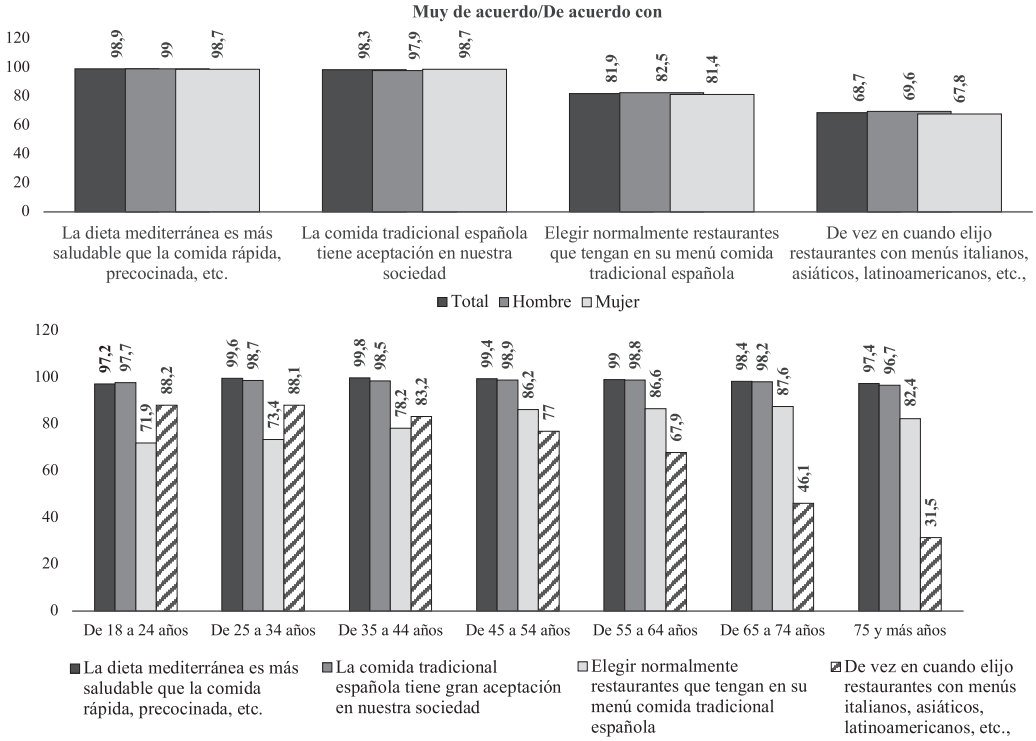
Tabla 91.1. *Mejores gastronomías del mundo (julio-agosto 2023, %)*

LA MEJOR GASTRONOMÍA DEL MUNDO	*EN PRIMER LUGAR*			*EN SEGUNDO LUGAR*			*EN TERCER LUGAR*			*TOTAL*		
	Total	*Hombre*	*Mujer*	*Total*	*Hombre*	*Mujer*	*Total*	*Hombre*	*Mujer*	*Total*	*Hombre*	*Mujer*
La española	81,1	78,5	83,5	11,2	12,8	9,8	3,3	4,1	2,6	95,6	95,4	95,8
La italiana	5,5	6,2	4,8	39,9	37,7	41,9	27,1	27,5	26,7	72,5	71,4	73,4
La francesa	4,5	5,4	3,7	21,1	22,0	20,3	20,9	21,7	20,2	46,6	49,1	44,2
La japonesa	3,1	3,0	3,1	7,2	7,5	6,9	10,8	10,8	10,8	21,1	21,3	20,8
La mexicana	0,8	1,0	0,6	5,1	4,9	5,3	10,3	10,0	10,6	16,2	15,9	16,5
La china	0,8	1,1	0,5	3,6	3,9	3,2	7,0	7,4	6,6	11,4	12,4	10,4
La peruana	1,4	1,6	1,1	2,7	3,1	2,4	4,7	4,6	4,9	8,8	9,3	8,4
Otra	1,3	1,3	1,3	2,3	2,3	2,3	2,8	3,3	2,4	6,4	6,9	6,0
Otras asiáticas	0,3	0,4	0,3	1,0	0,9	1,2	1,4	1,2	1,6	2,8	2,5	3,1
La portuguesa	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	0,5	0,9	0,9	0,8	1,3	1,6	0,9
La griega	0,1	0,2	-	0,3	0,4	0,3	0,8	1,0	0,6	6,4	0,3	0,3
N. S.	1,1	1,3	0,9	2,8	1,5	4,0	3,7	2,8	4,5	1,1	1,3	0,9
N. C.	0,1	0,1	0,0	2,0	2,0	2,1	6,2	4,6	7,6	0,1	0,1	0,0
(N)	(4538)	(2193)	(2345)	(4538)	(2193)	(2345)	(4538)	(2193)	(2345)	(4538)	(2193)	(2345)

Pregunta: ¿Considera que la gastronomía española podría situarse entre las tres o cuatro mejores del mundo? (Sí, 95,8 % (total: 95,4 % hombre, 96,2 % mujer); no, 1,9 % (total: 2,2 % hombre, 1,5 % mujer); N. S., 2,1 % (total: 2,1 % hombre, 2,2 % mujer); N. C., 0,1 % (total: 0,3 % hombre, 0,1 % mujer).
Pregunta: Para Ud., ¿cuál es la mejor gastronomía del mundo en primer lugar? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

Respecto al conocimiento que se tiene de la gastronomía en España, se obtiene que la dieta mediterránea y la comida tradicional española son las más aceptables en nuestra sociedad y, en concreto, la dieta mediterránea que es más saludable que la comida rápida y precocinada para la mayoría, el 98,9 % (99 % hombres y 98,7 % mujeres), en casi todos los tramos de edad, sobre todo los/as de veinticinco a sesenta y cuatro años. Igualmente, la comida tradicional española tiene aceptación en nuestra sociedad para el 98,3 % (98,7 % mujeres y 97,9 % hombres) y en todas las edades. En la misma línea, está la tendencia de elegir normalmente restaurantes que tengan en su menú comida tradicional española, que se adecua para el 81,9 % más los hombres (82,5 %) que las mujeres (81,4 %). Otra cuestión bien distinta es la de elegir, de vez en cuando, restaurantes con menús italianos, asiáticos, latinoamericanos, etc., pues el 68,7 % está muy de acuerdo y de acuerdo, pero el 26,7 % no lo está y son las personas jóvenes las que más se decantan por estas gastronomías (véase gráfico 91.1).

GRÁFICO 91.1. *La dieta mediterránea y la comida tradicional española son las más saludables y aceptables en nuestra sociedad, según sexo y edad (2023, %)*



Pregunta: ¿Podría decirme Ud. si está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con las siguientes frases? (N= 4538). N= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y más de 75 años (595).

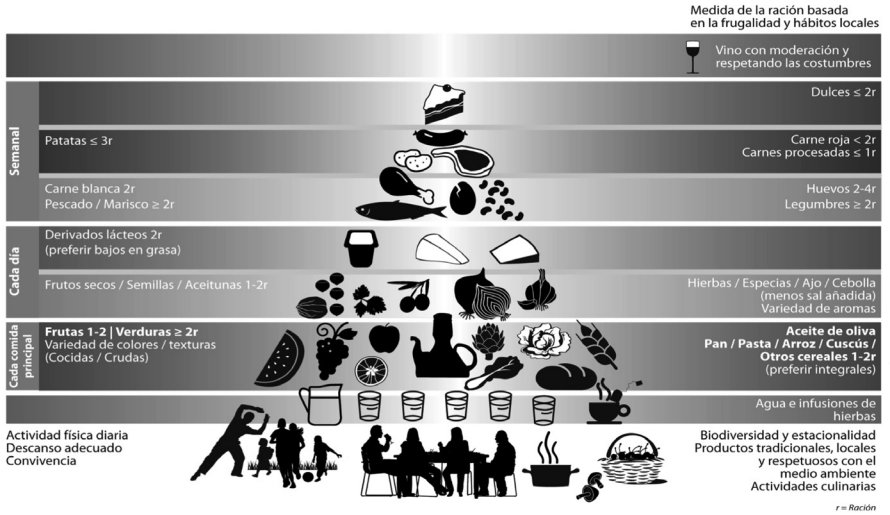
Fuente: Encuesta CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345).

Tal y como expresa Marta Garaulet:

> […] está claro que somos un referente en el mundo en dieta mediterránea ya que es una forma de alimentación que se considera no solo un modelo de alimentación, sino como un modelo de vida en el mundo entero. En nutrición todo está evolucionando hacia el modelo mediterráneo, algo que en parte es gracias a España. Hace veinte años era impensable introducir legumbres en una dieta de adelgazamiento, porque se consideraba que se engordaba y la gente tendía a meter solo carne y verdura. Sin embargo, ahora ya está aceptado que una dieta rica mediterránea, con legumbres incluidas, es aconsejable para mantener el peso y tener una vida saludable (Kpmg, 2019, p. 57).

La dieta mediterránea es una herencia que representa algo más que una pauta nutricional y saludable, ya que es un estilo de vida equilibrado que recoge recetas, formas de cocinar, elaboraciones, costumbres, productos típicos y actividades humanas diversas. Inscrita en 2013 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco (2013), es una comida a base de vegetales, con solo pequeñas cantidades de carne y pollo, pescados, porciones de granos enteros, legumbres, aceite de oliva, hierbas aromáticas, frutas y verduras frescas de temporada, nueces. Se da prioridad a la manera de seleccionar los alimentos, cocinarlos y consumirlos, y al número de raciones de las comidas principales (véase figura 91.2).

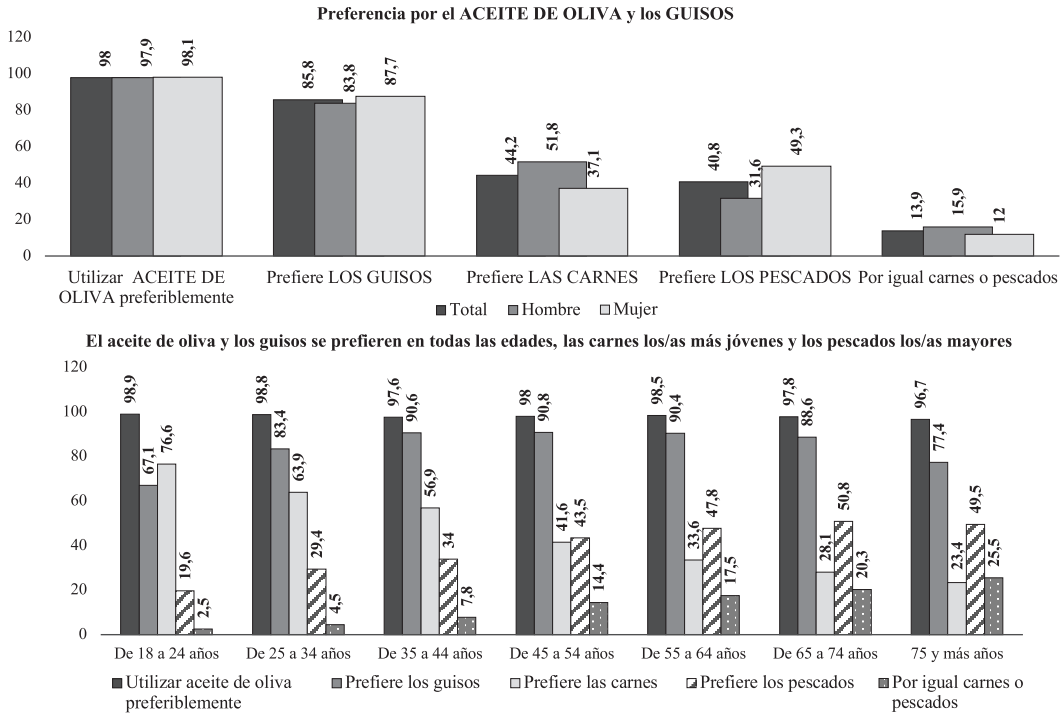
FIGURA 91.2. *Pirámide tradicional de la dieta mediterránea adaptada al estilo de vida actual*



Fuente: Fundación Dieta Mediterránea. Disponible en: https://dietamediterranea.com/nutricion-saludable-ejercicio-fisico/#piramide, acceso 21 de agosto de 2025.

¿Cuáles son las peculiaridades de la gastronomía española? La población encuestada sitúa al aceite de oliva como alimento preferible para el 98 %; los guisos para el 85,8 %, más las mujeres (87,7 %) que los hombres (83,8 %), y las carnes para el 44,3 %, más para los hombres (51,8 %) que para las mujeres (37,1 %), en especial los más jóvenes de dieciocho a veinticuatro años. A la inversa sucede con el 40,8 %, que opta por los pescados, ya que son más las mujeres (49,3 %) que los hombres (31,6 %) y, sobre todo, las personas de más edad. En definitiva, en todas las edades se elige el aceite de oliva y los guisos, los/as más jóvenes prefieren las carnes, en tanto que los pescados son seleccionados como preferentes por las personas mayores (véase gráfico 91.2).

GRÁFICO 91.2. *La gastronomía española utiliza aceite de oliva, con guisos y carnes preferiblemente, según sexo y edad (2023, %)*



Pregunta: ¿Cree Ud. que hay que utilizar, preferiblemente, aceite de oliva en la gastronomía española?
Pregunta: ¿Prefiere los guisos o los fritos en la gastronomía española?
Pregunta: ¿Prefiere carnes o pescados en la gastronomía española? (N= 4538). N= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y más de 75 años (595).
Fuente: Encuesta CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345).

En la comparativa de las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471[2] (2024) se indaga acerca de cuál es el plato español más típico y representativo de la gastronomía española y aparece la paella para el año 2023, que es señalada por el 71,8 %, sin grandes diferencias entre hombres y mujeres, en tanto que para 2024 la tortilla de patatas fue seleccionada por el 66,2 %, más las mujeres (70 %) que los hombres (62,2 %). El segundo fue el jamón ibérico y el tercero el gazpacho andaluz en ambos años, principalmente. Los restantes platos mencionados que tienen en común 2023 y 2024 son el cocido madrileño, el cordero asado, el cochinillo asado, la fabada y las croquetas; sin embargo, no coinciden en otros como el marisco y el besugo a

[2] La Encuesta CIS 3471 (2024) tiene una muestra de 4024 encuestados, 1946 hombres y 2078 mujeres.

la espalda o al horno en el primer año y el pulpo y los calamares a la romana en el segundo año (véase tabla 91.2). Destacan algunos rasgos como la preferencia de las mujeres por la tortilla de patatas y el gazpacho andaluz y los hombres por el jamón ibérico y, en relación con la edad, la paella es considerada representativa en ambos años conforme avanza la edad, y la tortilla de patatas y el jamón ibérico por los/as más jóvenes (véase gráfico 91.3).

TABLA 91.2. *Comparativa: platos españoles más típicos y representativos de la gastronomía española, según sexo (2023-2024, %)*

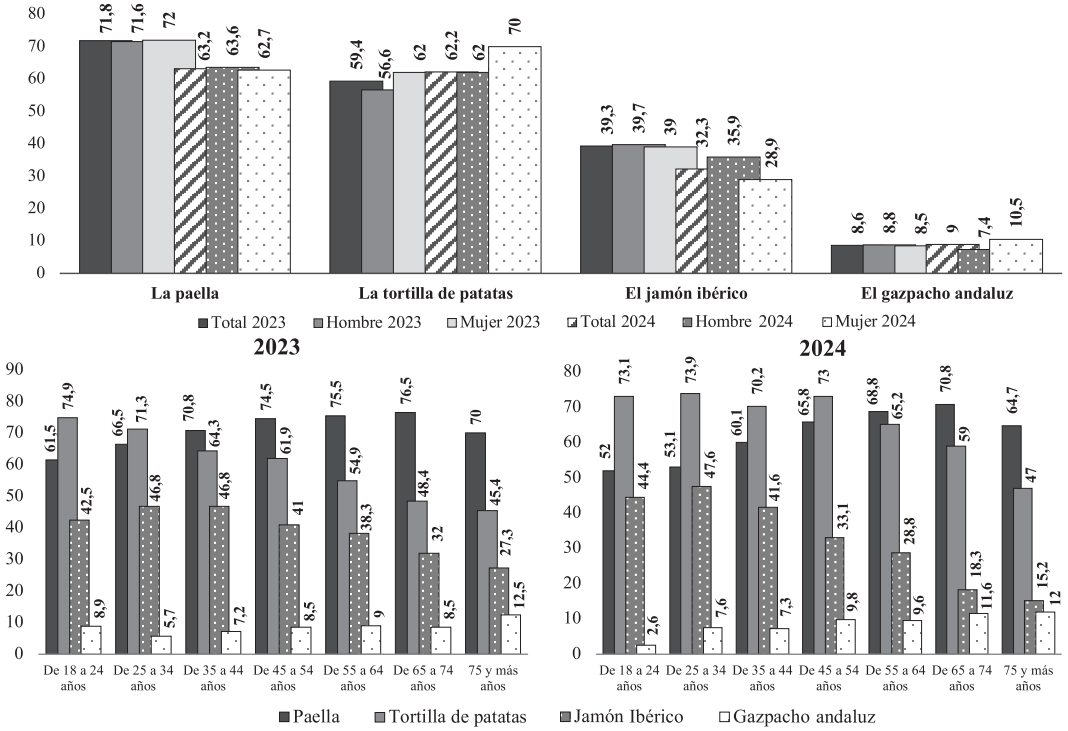
Plato español más típico/ representativo en 2023				*Plato español más típico/ representativo en 2024*			
	Total	*Hombre*	*Mujer*		*Total*	*Hombre*	*Mujer*
La paella	71,8	71,6	72,0	La tortilla de patatas	66,2	62,0	70,0
La tortilla de patatas	59,4	56,6	62,0	La paella	63,2	63,6	62,7
El jamón ibérico	39,3	39,7	39,0	El jamón ibérico	32,3	35,9	28,9
El gazpacho andaluz	8,6	8,8	8,5	El gazpacho andaluz	9,0	7,4	10,5
El cocido madrileño	4,3	4,2	4,4	Las croquetas	5,5	4,4	6,6
El marisco	3,4	3,6	3,2	El cocido madrileño	4,1	4,0	4,1
El cordero asado	3,0	3,7	2,4	El pulpo	2,9	3,6	2,2
El cochinillo asado	2,6	2,9	2,4	El cordero asado	2,6	2,7	2,5
El besugo a la espalda o al horno	0,9	0,9	0,9	La fabada	2,1	2,9	1,3
La fabada	0,5	0,7	0,4	El cochinillo asado	1,8	3,0	0,6
Las croquetas	0,2	0,2	0,3	Los calamares a la romana	0,9	1,0	0,9
(N)	(4538)	(2193)	(2345)	(N)	(4024)	(1946)	(2078)

Pregunta: ¿Cuál cree Ud. que es el plato español más típico y representativo de la gastronomía española, en primer lugar? ¿Y en segundo lugar?
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

La tortilla de patatas ha sido señalada como preferente para las mujeres y, en la comparativa de las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), se cuestionó acerca de cómo debe hacerse, si con cebolla o sin cebolla, y muy hecha o poco hecha. Los resultados indican que debe hacerse con cebolla para una mayoría, en concreto para el 70,4 % en 2023 y para el 71,8 % en 2024, donde despuntan un poco más las mujeres y va descendiendo ligeramente según avanza la edad. También destaca quienes creen que la tortilla de patatas debe hacerse poco hecha (53,9 % en 2023 y 52,9 % en 2024), categoría en la que los hombres se sitúan unos 11,2 puntos porcentuales más por encima que las mujeres en el primer

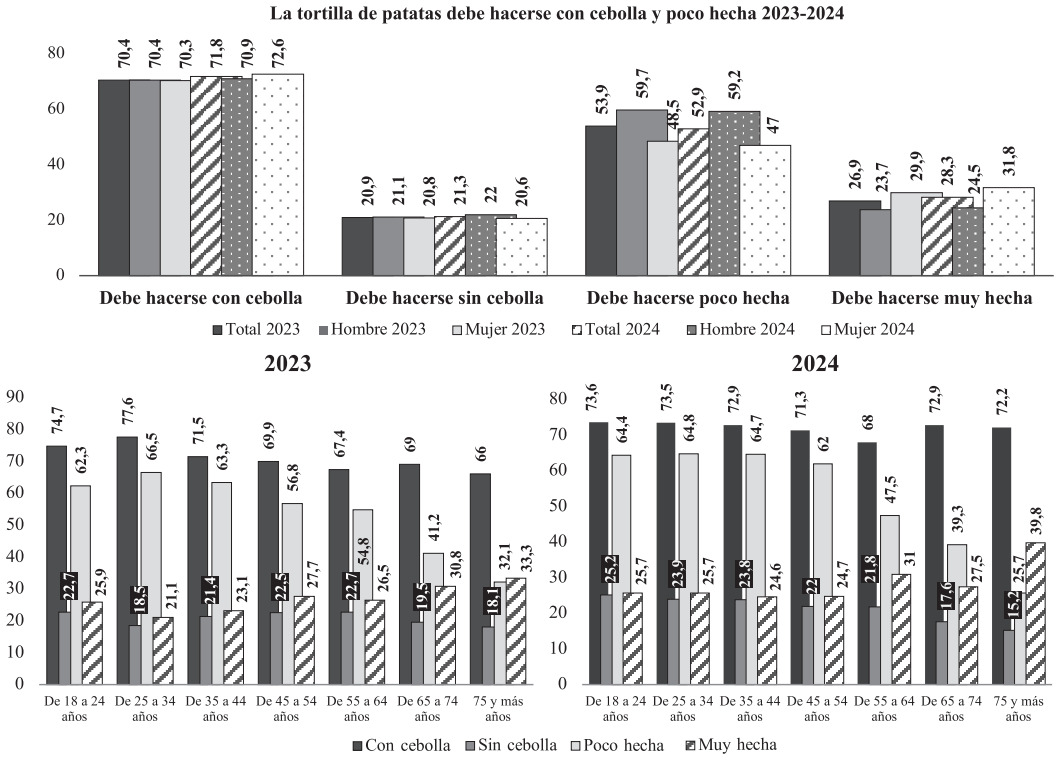
año y 12,2 puntos porcentuales más en el segundo, y son las personas más jóvenes quienes la prefieren poco hecha. Respecto a la preparación de la tortilla muy hecha se pronuncian más las mujeres y es una tendencia que va aumentando con la edad (véase gráfico 91.4).

GRÁFICO 91.3. *Comparativa: los cuatro platos españoles más típicos y representativos de la gastronomía española, según sexo y edad (2023-2024, %)*



Pregunta: ¿Cuál cree Ud. que es el plato español más típico y representativo de la gastronomía española, en primer lugar? ¿Y en segundo lugar?
N 2023= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y 75 y más años (595).N 2024= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y 75 y más años (522).
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

GRÁFICO 91.4. *Comparativa: la tortilla de patatas debe hacerse con cebolla y poco hecha, según sexo y edad (2023-2024, %)*



Pregunta: Respecto a algunos platos típicos de nuestra gastronomía, nos gustaría hacerle algunas preguntas. ¿Cree Ud. que la tortilla española debe hacerse con cebolla o sin cebolla?Pregunta: Y esa tortilla de patatas, ¿cree Ud. que debe hacerse muy hecha o poco hecha?
N 2023= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y 75 y más años (595).
N 2024= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y 75 y más años (522).
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

De forma paralela a estos resultados de las dos encuestas del CIS, que muestran las percepciones de los platos más típicos españoles y representativos, en el atlas mundial de platos tradicionales se seleccionaron doce platos españoles considerados como los más populares y sus puntuaciones, y se advierte que cuatro de ellos coinciden con los ya seleccionados por los/as encuestados/as, a saber: 1) *paella* (plato de arroz, 4,3), 2) churros (pastelería, dulce 4,1), 3) chorizo (embutido, 4,3), 4) bocadillos (tipo sándwich, 4,1), 5) *croquetas* (bocadillo, 4,3), 6) migas (aperitivo, 4,1); 7) salmorejo (sopa de pan, 4,0), 8) merienda (platos pequeños surtidos o rituales, 4,0), 9) crema catalana (natilla, 4,2), 10) *gazpacho* (sopa de

verduras, 3,7) 11) rosquillas (pastelería dulce, 3,6) y 12) *cochinillo* (plato de cerdo, 3,9) (TasteAtlas, 2024b).

Finalmente, a través de la comparativa de Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), se interrogó acerca del plato español más típico y representativo de la gastronomía de la comunidad autónoma correspondiente a la persona encuestada y, a continuación, se exponen los platos más típicos de cada una de ellas (véase tabla 91.3):

1) Andalucía: 2023, gazpacho andaluz, 46,9 %; 2024, pescadito frito, 34,4 %.
2) Aragón: 2023, ternasco, 49,5 %; 2024,ternasco, 80,4 %.
3) Principado de Asturias: 2023, fabada, 88,7 %; 2024, fabada, 83,2 %.
4) Islas Baleares: 2023, ensaimada, 20,0 %; 2024, ensaimada, 54,6 %.
5) Canarias: 2023, papas arrugadas con mojo picón, 67,3 %, 2024, papas arrugadas con mojo picón, 73,1 %.
6) Cantabria: 2023, cocido montañés, 75 %; 2024, cocido montañés, 91,5 %.
7) Castilla-La Mancha: 2023, migas manchegas, 24,7 %; 2024, migas manchegas, 7,8 %.
8) Castilla y León: 2023, lechazo asado, 36,4 %; 2024, lechazo asado, 42,5 %.
9) Cataluña: 2023, pan con tomate, 29,7 %; 2024, pan con tomate, 38,8 %.
10) Comunidad Valenciana: 2023, paella, 92,8 %; 2024, paella, 79,2 %.
11) Extremadura: 2023, jamón –serrano e ibérico–, 25,3 %; 2024, jamón –serrano e ibérico –, 35,7 %.
12) Galicia: 2023, pulpo *á feira,* 36,2 %; 2024, pulpo *á feira,* 53,0 %.
13) Comunidad de Madrid: 2023, cocido madrileño, 77,2 %; 2024, cocido madrileño, 76,3 %.
14) Región de Murcia: 2023, caldero murciano, 16,4 %; 2024, la marinera, 27,0 %.
15) Comunidad Foral de Navarra: 2023, menestra de verduras, 29,2 %; 2024, menestra de verduras, 25,5 %.
16) País Vasco: 2023, bacalao al pilpil, 37,8 %; 2024, chuletón, 33,8 %.
17) La Rioja: 2023, patatas a la riojana, 69,8 %; 2024, patatas a la riojana, 52,3 %.
18) Ciudad Autónoma de Melilla: 2024, cuscús, 20,3 %.
19) Ciudad Autónoma de Ceuta: 2024, caballa, 42,4 %.

TABLA 91.3. *Comparativa: platos más típicos de la gastronomía en cada comunidad autónoma (2023-2024, %)*

	1.º	*2.º*	*3.º*	*4.º*	*5.º*
Andalucía (n= 811) 2023	Gazpacho andaluz (46,9)	Salmorejo (16,2)	Pescadito frito (7,7)	Jamón (serrano-ibérico) (5,2)	-
Andalucía (n= 827) 2024	Pescadito frito (34,4)	Gazpacho andaluz (34,2)	Salmorejo (22,2)	Migas (1,4)	-
Aragón (n= 110) 2023	Ternasco (49,5)	Cordero asado (17,4)	Migas (12,6)	Jamón (serrano, ibérico (3,7)	-
Aragón (n= 102) 2024	Ternasco (80,4)	Cordero asado (10,6)	Migas (3,2)	-	
Principado de Asturias (n= 101) 2023	Fabada (88,7)	Paella (1,5)	Cochinillo (1,1)	-	-
Principado de Asturias (n= 85) 2024	Fabada (83,2)	Cachopo (10,3)	-	-	-
Islas Baleares (n= 103) 2023	Ensaimada (20,0)	Frito mallorquín (19,0)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (9,3)	Paella (7,2)	-
Islas Baleares (n= 93) 2024	Ensaimada (54,6)	Frito mallorquín (20,7)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (7,9)	-	-
Canarias (n= 197) 2023	Papas arrugadas (con mojo picón) (67,3)	Sancocho canario (7,4)	Potaje canario (2,9)	Pescado (1,5)	-
Canarias (n= 180) 2024	Papas arrugadas (con mojo picón) (73,1)	Potaje canario (13,2)	Sancocho canario (7,6)	-	-
Cantabria (n= 54) 2023	Cocido montañés (75)	Pescado (3,6)	Marisco (3,2)	Tortilla de patatas (1,7)	-
Cantabria (n= 40) 2024	Cocido montañés (91,5)	Pescado (4,2)	-	-	-
Castilla-La Mancha (n= 198) 2023	Migas manchegas (24,7)	Gazpacho manchego (12,7)	Gachas manchegas (9,8)	Pisto manchego (5,6)	-
Castilla-La Mancha (n= 213) 2024	Migas manchegas (27,8)	Queso manchego (26,4)	Gazpacho manchego (11,9)	Carcamusas (10,3)	Gachas manchegas (9,9)

TABLA 91.3. *Comparativa: platos más típicos de la gastronomía en cada comunidad autónoma (2023-2024, %)* (continuación)

	1.º	*2.º*	*3.º*	*4.º*	*5.º*
Castilla y León (n= 225) 2023	Lechazo asado (36,4)	Cordero asado (16,8)	Cochinillo (12,8)	Jamón ((serrano-ibérico) (3,5)	-
Castilla y León (n= 212) 2024	Lechazo asado (42,5)	Cordero asado (19,9)	Cochinillo (13,3)	Jamón (serrano-ibérico) (7,9)	Chuletón (7,1)
Cataluña (n= 747) 2023	Pan con tomate (29,7)	Butifarra con alubias (12,0)	Escudella (10,2)	Canelones (6,0)	-
Cataluña (n= 612) 2024	Pan con tomate (38,8)	Calçots (18,9)	Butifarra con alubias (8,9)	Canelones (6,5)	Paella (4,0)
C. Valenciana (n= 443) 2023	Paella (92,8)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (5,0)	Tortilla de patatas (0,3)	Marisco (0,2)	-
C. Valenciana (n= 445) 2024	Paella (79,2)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (19,1)	Fideuá (1,2)	-	-
Extremadura (n= 117) 2023	Jamón (serrano, ibérico) (25,3)	Migas extremeñas (25,3)	Cochinillo (7,5)	Tortilla de patatas (4,7)	Gazpacho (2,4)
Extremadura (n= 96) 2024	Jamón (serrano, ibérico) (35,7)	Caldereta (28,9)	Migas extremeñas (27,3)	Cordero asado (3,4)	Gazpacho (1,8)
Galicia (n= 265) 2023	Pulpo á feira (36,2)	Marisco (33,1)	Arroz (a banda …) (0,7) y	Fabada (0,4)	-
Galicia (n= 218) 2024	Pulpo á feira (53,0)	Marisco (27,9)	Pescado (0,7) Cocido gallego (11,0)	Pescado (4,8)	Callos (3,0)
C. de Madrid (n= 683) 2023	Cocido madrileño (77,2)	Callos a la madrileña (7,3)	Callos a la romana (6,7)	Tortilla de patatas (4,0)	-
C. de Madrid (n= 510) 2023	Cocido madrileño (76,3)	Callos a la madrileña (8,4)	Callos a la romana (8,4)	Tortilla de patatas (5,1)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (0,1)

TABLA 91.3. *Comparativa: platos más típicos de la gastronomía en cada comunidad autónoma (2023-2024, %)* (continuación)

	1.º	*2.º*	*3.º*	*4.º*	*5.º*
Región de Murcia (n= 130) 2023	Caldero murciano (16,4)	Zarangollo (15,5)	La marinera (12,0)	Tortilla de patatas (2,4)	-
Región de Murcia (n= 147) 2024	La marinera (27,0)	Zarangollo (15,7)	Caldero murciano (13,2)	Arroz (a banda, brut, horno, caldoso…) (11,6)	Paella (10,4)
C. F. de Navarra (n= 71) 2023	Menestra de verduras (29,2)	Cordero asado (8,8)	Chistorra (7,7)	Ajoarriero (7,7)	-
C. F. de Navarra (n= 48) 2024	Menestra de verduras (25,5)	Chistorra (21,0)	Cordero asado (14,8)	Chuletón (12,8)	-
País Vasco (n= 243) 2023	Bacalao al pilpil (37,8)	Marmitako (17,2)	Chuletón (8,5)	Tortilla de patatas (2,9)	-
País Vasco (n= 164) 2024	Chuletón (33,8)	Bacalao al pilpil (28,2	Pescado (12,4)	Marmitako (9,7)	Chipirones en su tinta (8,5)
La Rioja (n= 24) 2023	Patatas a la riojana (69,8)	Chuletillas al sarmiento (14,8)	Cordero asado (5,1)	Tortilla de patatas (3,5)	-
La Rioja (n= 20) 2024	Patatas a la riojana (52,3)	Chuletillas al sarmiento (47,7)			
C. A. de Melilla (8) 2024	Cuscús (20,3)	-	-	-	-
C. A. de Ceuta (4) 2024	Caballa (42,4)	Cuscús (11))	-	-	-

Pregunta: ¿Cuál cree Ud. que es el plato español más típico y representativo de la gastronomía de dicha comunidad autónoma?

Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

91.4. Vida social, económica y cultural de la gastronomía española (2024)

La vida social, económica y cultural de la gastronomía es una tríada que interactúa permanentemente, junto con los cambios e innovaciones que experimenta la sociedad. La vida social de los grupos humanos tiene un ámbito central como es el hecho de comer juntos y se ha considerado siempre que la comida es un acto social, además de una necesidad fisiológica, un momento de reunión donde se manifiestan sentimientos y emociones y una convivencia familiar y de amistad. Celebraciones y encuentros alrededor de la comida es una constante de estudio en la vida social que emana de la gastronomía.

La vida económica hace referencia a la disponibilidad de recursos en la compra suficiente de la comida, y determina el estatus y la clase social. La ostentación en el consumo alimentario y en la asiduidad a los restaurantes es un área de gran desarrollo en la Sociología del consumo. Sin duda, el nivel económico de una población influye en cómo se nutre y sucede que las poblaciones ricas que tienen gran capacidad para proveerse de alimentos no siempre está bien alimentada, ya que a veces consumen gran cantidad de sustancias que son pobres en nutrientes. Por el contrario, un nivel de vida más bajo conlleva dietas más monótonas y los alimentos que ingieren son de baja calidad, tanto higiénico-sanitario como nutricionalmente.

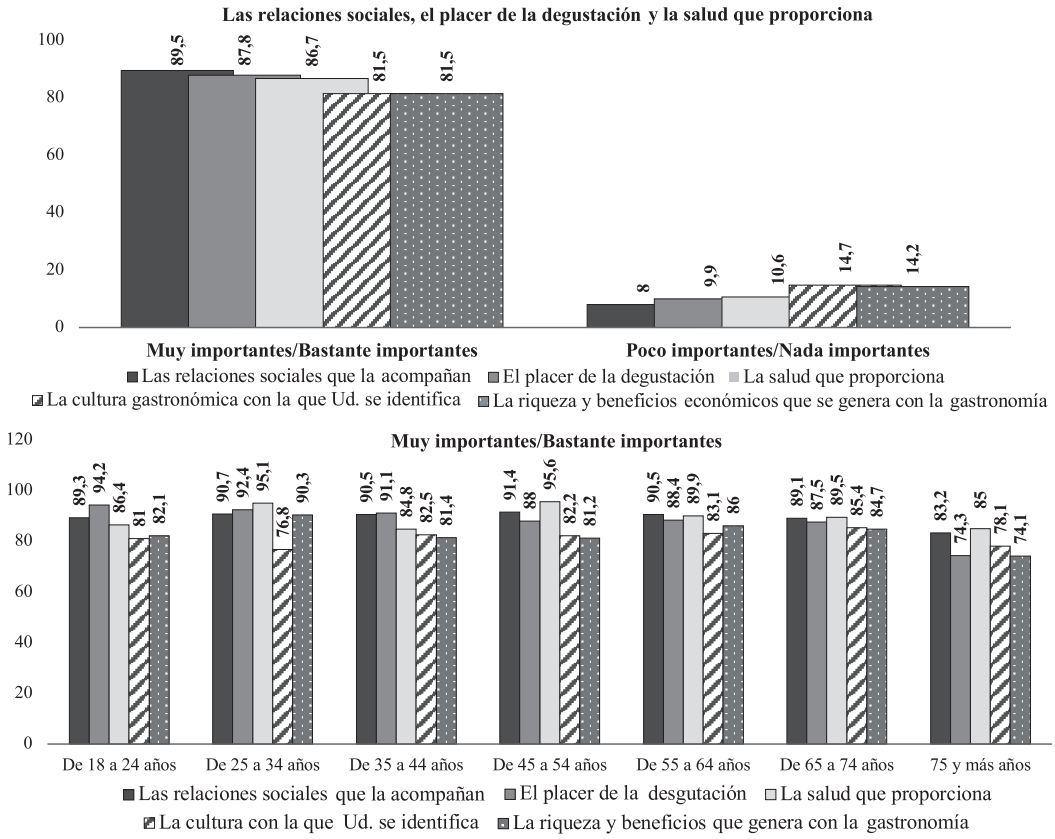
El tercer elemento de la tríada alude a la vida cultural que entraña rasgos antropológicos profundos, que se ramifican en múltiples dimensiones. A este respecto, Díaz y Gómez (2005) destacan la importancia de los análisis antropológicos sobre la comida en diferentes sociedades, en las que se han considerado los aspectos culturales y sociales de la alimentación. También ponen de relieve el análisis de Lévi-Strauss en «el paso que se dio de lo crudo a lo cocido» en la vida de las primeras sociedades humanas, que constituyó el proceso determinante de la emergencia de la humanidad. Este avance hizo de la alimentación un comportamiento cultural y, a partir de aquí, las prácticas alimentarias representan no solo comportamientos o hábitos, sino también prácticas sociales con una clara dimensión imaginaria, simbólica y social.

Por tanto, la alimentación como concepto tiene un carácter tanto fisiológico como cultural, su peculiaridad cultural se constituye como expresión de la identidad cultural de una sociedad o región, de su historia y sus costumbres. Vilaplana (2003) considera la alimentación como un signo cultural, de manera que nuestra alimentación está condicionada por muchos aspectos, como los geográficos, climáticos, sociales, económicos, religiosos e ideológicos y, en su conjunto, van a favorecer o impedir que la dieta sea nutricionalmente la más adecuada. Los factores culturales y económicos van a originar una cultura alimentaria y gastronómica concreta, en tanto que las religiones van a dictar prescripciones alimentarias o dietéticas para millones de personas y abordan aspectos como prohibiciones acerca de los alimentos, qué alimentos pueden ser incluidos en la dieta y cuáles no, qué estacionalidad debe respetarse, horas del día en que deben ser tomados los distintos alimentos, cuándo *y cuán largo debe ser el ayuno*.

Se ponen algunos ejemplos como el de la ingestión de sangre para algunas religiones, la prohibición del alcohol y carne de cerdo para la religión islámica, el té o el café para los *siks*, la gula para la religión cristiana, etc. Otros casos aluden a la alimentación y el embarazo (la embarazada debe comer por dos y tiene antojos; la asociación de la lactancia con un estatus social; alimentos que en diferentes épocas se les ha atribuido poderes afrodisíacos (alcachofas, angulas, cacao, caracoles, cebollas, cerezas, ciruelas, curry, chocolate, dátiles, espárragos, hígado, huevos de pájaros y pescados, lengua de oca, manzana, ostras, patatas, piñones, pistachos, plátano, seso de buey, sopa de nido de golondrinas, testículos de cisne, tomates); la longevidad atribuida al consumo de un determinado alimento (un producto lácteo en las regiones del Cáucaso) y la cultura de la dieta mediterránea (aceite de oliva, legumbres, etc.), que, si bien en otras épocas no tenía prestigio, hoy en día se intenta exportar a otros países del mundo.

En definitiva, la gastronomía no está ceñida únicamente al acto fisiológico de comer y el placer que otorga, sino que también va enlazada a múltiples actores sociales, económicos y sociales. La Encuesta CIS 3471 (2024) aborda, en parte, esta perspectiva en la siguiente pregunta: «De cada uno de los siguientes elementos de la gastronomía, ¿me podría decir Ud. si los considera muy importantes, poco importantes o nada importantes?». En las respuestas que se obtienen, los aspectos sociales destacan en primera instancia, puesto que el 89,5 % sitúa «las relaciones sociales que la acompañan»; se pronuncian más las mujeres (90,5 %) que los hombres (88,2 %), tendencia que es muy marcada por las personas de veinticinco hasta sesenta y cuatro años. En segunda instancia, aparece como «muy» y «bastante importante» «el placer de la degustación» por el 87,8 %; en este caso, son más los hombres (89,9 %) que las mujeres (85,8 %) que así lo indican, en especial por los más jóvenes, es decir, los de dieciocho a veinticuatro años, peculiaridad que desciende conforme se avanza en edad. También es relevante «la salud que proporciona la gastronomía» que es considerada también «muy» y «bastante importante» por el 86,7 %, algo que señalan más las mujeres (88,0 %) que los hombres (85,3 %), con más intensidad entre los/as que tienen cuarenta y cinco a cincuenta y cuatro años y veinticinco a treinta y cuatro años. Los dos últimos elementos de la gastronomía que están relacionados con «la cultura gastronómica con la que se identifica» (81,5 %) y «la riqueza y beneficios económicos que se generan con la gastronomía» (81,5 %). Si bien destacan en el interés por la cultura con la que se identifican las personas de sesenta y cinco a setenta y cinco años y en la riqueza y beneficios que genera los/as de veinticinco a treinta y cuatro años, y más las mujeres (83,0 %) que los hombres (80,0 %) (véase gráfico 91.5 y tabla 91.4).

GRÁFICO 91.5. *Grado de importancia de los elementos de la gastronomía, según edad (2024, %)*



Pregunta: De cada uno de los siguientes elementos de la gastronomía, ¿podría decirme Ud. si los considera muy importantes, bastante importantes, poco importantes o nada importantes?
N 2024= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y 75 y más años (522).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

Tabla 91.4. *Importancia de los elementos de la gastronomía y actividades/rutas gastronómicas interesantes en destinos ocioturísticos, según sexo (2024, %)*

Muy/bastante importantes los elementos de la gastronomía				*Muy/bastante interesantes las actividades/rutas gastronómicas en destinos ocioturísticos*			
	Total	*Hombre*	*Mujer*		*Total*	*Hombre*	*Mujer*
Las relaciones sociales que la acompañan	89,5	88,2	90,5*	Comprar productos locales	87,4	86,4	88,3*
El placer de la degustación	87,8	89,9*	85,8	Visitar mercados, participar en fiestas y eventos gastronómicos	77,3	75,7	78,9*
La salud que proporciona	86,7	85,3	88,0*	Ir de tapas	76,4	76,3	76,5
La cultura gastronómica con la que Ud. se identifica	81,5	81,7	81,4	Comer en buenos restaurantes (calidad, prestigio, etc.)	70,9	69,6	72,1*
La riqueza y beneficios económicos que se genera con la gastronomía	81,5	80,0	83,0*	Comprar productos ecológicos	58,7	52,8	64,3*
				Hacer oleoturismo (ruta del aceite de oliva)	49,1	44,5	53,6*
				Visitar bodegas (enoturismo)	45,6	48,4*	42,9
(N)	(4024)	(1946)	(2078)	(N)	(4024)	(1946)	(2078)

Nota: * Puntuación más alta obtenida.

Pregunta: De cada uno de los siguientes elementos de la gastronomía, ¿podría decirme Ud. si los considera muy importantes bastante importantes, poco importantes o nada importantes?
Pregunta: De los destinos preferidos respecto a actividades o rutas gastronómicas, quisiera que me dijera si las considera Ud. muy interesantes, bastante interesantes, poco interesantes o nada interesantes?
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

Tanto los aspectos sociales de relaciones entre las personas como los del placer de la degustación, la salud, lo social, la cultura gastronómica y la riqueza y beneficios económicos que se generan se llevan a cabo en diversas actividades y rutas gastronómicas principalmente en los viajes turísticos y de ocio y recreación en días feriados. A los/as mismos/as encuestados/as de las Encuestas CIS 3471 (2024), se les hizo una pregunta relacionada con estas tendencias, a saber: «De los destinos preferidos respecto a actividades o rutas gastronómicas, quisiera que me dijera si las considera Ud. muy interesantes, bastante interesantes, poco interesantes o nada interesantes». Una gran mayoría, el 87,4 %, apunta que «comprar productos locales» es muy y bastante interesante, más las mujeres (88,3 %) que los hombres (86,4 %), y en casi todos los tramos de edad de treinta y cinco a cuarenta y cuatro años, y los de cuarenta y cinco a cincuenta y cuatro años, si bien desciende en las personas de setenta y cinco y más años.

«Visitar mercados, participar en fiestas y eventos gastronómicos» es señalado por el 77,3 % de encuestados/as, más las mujeres (78,9 %) que los hombres (75,7 %), sobre todo, los tramos de edad jóvenes de dieciocho hasta cincuenta y cuatro años y decae a partir de cincuenta y cinco años en adelante. «Ir de tapas» supone para el 76,4 % una actividad y ruta gastronómica «muy» y «bastante interesante», más entre los/as más jóvenes de dieciocho a treinta y cuatro años y desciende la tendencia conforme se avanza en edad.

«Comer en buenos restaurantes (calidad, prestigio, etc.)» es para el 70,9 % muy y bastante interesante, más las mujeres (72,1 %) que los hombres (69,6 %), y es una actividad que se mantiene prácticamente igual en casi todos los tramos de edad, lo que indica que es una exigencia muy marcada en toda la población. La conciencia de consumir productos ecológicos solo es interesante para más de la mitad de los/as encuestados/as, puesto que el 58,7 % le parece muy y bastante interesante «comprar productos ecológicos», 11,5 puntos porcentuales más las mujeres que los hombres, y más para los/as de cuarenta y cinco años en adelante.

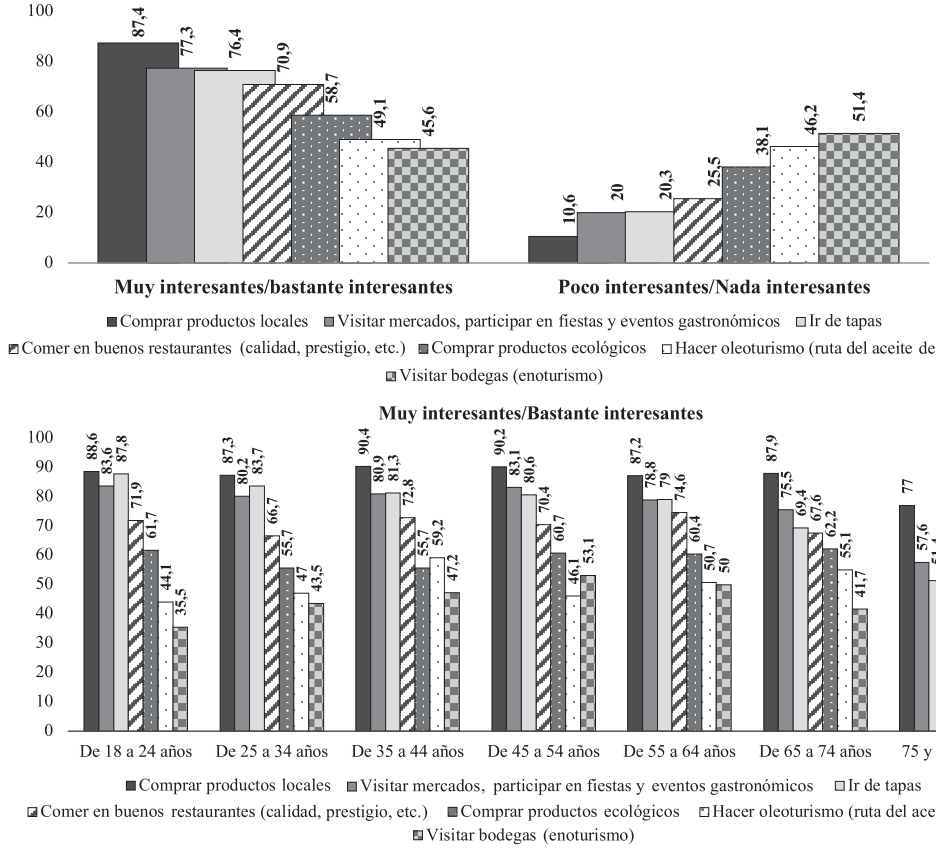
Menos interesante resulta «hacer oleoturismo (ruta del aceite de oliva)» y «visitar bodegas (enoturismo)» en relación con las anteriores actividades y rutas gastronómicas. Así lo muestran el 49,1 % que señalan el oleoturismo, más las mujeres (53,6 %) que los hombres (44,5 %) y destaca el tramo de edad de treinta y cinco a cuarenta y cuatro años. El enoturismo solo interesa al 45,6 %, más a los hombres (48,4 %) que a las mujeres (42,9 %), especialmente quienes tienen de cuarenta y cinco a cincuenta y cuatro años (véanse gráfico 91.6 y tabla 91.4).

Se aprecia que el interés por estas actividades y rutas turísticas son de gran importancia para la población encuestada en general y forman parte del Turismo Gastronómico incrementado en los últimos años con su promoción intrínseca por la identidad regional y el patrimonio tradicional (Martínez y Acevedo, 2024). Según la Organización Mundial del Turismo:

> […] es un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como comprar productos locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. El enoturismo (turismo del vino), es un subtipo de turismo gastronómico y se refiere al turismo cuyo propósito es visitar viñedos, bodegas, degustar, consumir o comprar vino, ya sea directamente o cerca del lugar donde se produce (OMT, 2019, p. 45).

Desde esta perspectiva, se constata que la gastronomía es mucho más que cocinar, ya que refleja el patrimonio cultural, la tradición y el sentido de comunidad de cada pueblo, y es una forma de fomentar el entendimiento entre diferentes culturas, acercar a las personas y sus tradiciones (OMT, 2023). La cocina y todo aquello que la rodea, es decir, la cultura en sí misma, es parte y todo en el desarrollo de las comunidades y la vida en sociedad en cualquier parte del mundo.

GRÁFICO 91.6. *Actividades y rutas gastronómicas interesantes y preferidas en los destinos turísticos y de ocio, según edad (2024, %)*



Pregunta: De los destinos preferidos respecto a actividades o rutas gastronómicas, quisiera que me dijera si las considera Ud. muy interesantes, bastante interesantes, poco interesantes o nada interesantes.
N 2024= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y 75 y más años (522).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

En suma, la gastronomía reproduce la autenticidad del lugar y potencia el desarrollo local de las zonas rurales (Fusté Forné, 2015) y alcanza categoría de patrimonio culinario al ser un elemento de comunicación cultural en el que se manifiestan las tradiciones culturales y las idiosincrasias naturales. «La cultura gastronómica implica una indisoluble relación entre vida rural y el sector de los servicios. Así, gastronomía es desarrollo local y también desarrollo turístico. El recurso gastronómico es transcendental para la creación de paisajes de índole diversa» (Fuste, 2016, p. 4). Los entornos rurales se convierten en ámbitos de estudio en los que despunta lo rural y lo tradicional, la vuelta a una autenticidad perdida por el ritmo que imponen las urbes, y la importancia que adquieren las actividades del sector primario (agricultura, ganadería y pesca).

91.5. Comida elaborada en casa y consumo de comida rápida en la actualidad (2024)

La comida elaborada en casa y el consumo de comida rápida en la actualidad entran de lleno en los estudios de la Sociología de la Alimentación que se mueve desde sus inicios en los debates sobre los efectos de la modernidad en la alimentación, y en el reclamo por parte de las Ciencias Sociales de efectuar una aproximación holística al sistema agroalimentario, que fuera más allá de la ruptura entre el campo de la producción y el campo del consumo. Tal y como expone Díaz Méndez «los estudios de la alimentación desde una perspectiva sociológica se centran hoy en conocer cuáles son los cambios del comportamiento en el consumo de alimentos» (2005, p. 48).

Todo ello proviene de la consecución de tres debates, que mantuvieron posturas críticas y confrontadas. El primer debate se refiere al grado de estabilidad o desestructuración de los alimentos contemporáneos, de manera que para unos los modelos de consumo alimentario son más o menos estables, mientras que para otros el individualismo en las conductas de elección de cómo alimentarse ha desestructurado los comportamientos ahí relacionados.

El segundo debate alude a la pervivencia o no del factor clase social como generador de normas alimentarias que ante el aumento de la disponibilidad de alimentos se produzca una disminución de las diferencias sociales en la dieta. El tercer debate pone el foco de atención en la necesidad de establecer o reestablecer el vínculo entre la producción y el consumo, especialmente, porque los estudios sobre alimentación se han clasificado en consumo alimentario y en la producción de alimentos. Esta dualidad demandó una aproximación teórica y metodológica que permitiese avanzar hacia una perspectiva holística.

La Sociología aborda la alimentación como hecho social y dispone de soportes teóricos y empíricos para el estudio de la simplificación de la estructura de la comida, el aumento de la ingesta fuera del hogar y el aumento del número de ingestas (Poulain, 2002, p. 52). En España, la mayoría de los trabajos se circunscriben al campo de la Sociología del Consumo y al de la Sociología Rural y se indagan las nuevas situaciones del comensal, las normas culturales en la elección y criterio del consumo alimenticio, así como la elección individual ante la pluralidad de comportamientos. Se trata de conocer, en suma, los aspectos sociales de la alimentación desde la tierra al plato.

Mennell, Murcott y Van Otterloo (1992) tienen una larga trayectoria de estudios y tratan los siguientes temas, a saber:

- El desarrollo de las culturas culinarias.
- Las tendencias nutricionales actuales.
- Las creencias y prácticas sobre la comida y la salud.
- Los desórdenes en la comida.

- La carencia y la saciedad.
- La tecnología alimentaria y su impacto.
- El impacto de culturas dominantes.
- El espacio público de la comida.
- El espacio privado de la comida (o la cocina y la economía doméstica).

Desde una perspectiva en sintonía con los cambios sociales y sus efectos sobre la alimentación, Poulain (2002) complementa el análisis de los autores anteriores y trabaja los campos que, a continuación, se relacionan:

- Los efectos de la globalización y la relocalización.
- El consumo doméstico y sus transformaciones.
- La norma y la anomia alimentaria.
- Los riesgos y las elecciones alimentarias.
- La salud y la medicalización de la alimentación.
- La organización social de las actividades alimentarias y el estatus nutricional.
- La estratificación social o la distribución de la alimentación y la nutrición.
- El cuerpo y la Sociología.
- La Sociología del hambre.
- La alimentación y el cambio social.
- El Estado, la alimentación y la nutrición.
- La alimentación, la nutrición y los problemas sociales.

En definitiva, Poulain se centra en el espacio social alimentario que abarca el espacio comestible, el sistema alimentario, el espacio culinario, el espacio de los hábitos de consumo, la temporalidad alimentaria y el espacio de la diferenciación social.

La salud es otro de los ingredientes básicos que interviene en la comprensión de la alimentación en la sociedad. Palencia (2002) analiza las claves para una buena alimentación, en la que es necesario hacer una buena selección de alimentos que proporcionen los nutrientes requeridos, condicionada, sobre todo, por las costumbres sociales, los hábitos adquiridos, la variedad de productos disponibles y los recursos económicos. Todo ello requiere una educación en alimentos saludables y preferentemente adquirida desde la infancia, que permita influir de manera determinante en la salud, la capacidad de rendimiento y la esperanza de vida. Se parte de la premisa de que el ser humano, como todo ser vivo, necesita materiales con los que construir y reparar el organismo, energía para que funcione de forma correcta y reguladores que controlen este proceso, todo ello se consigue a través de las sustancias que se obtienen a través de la alimentación.

Siguiendo el hilo de estas aportaciones de estudiosos, se observa que la gastronomía española se ha desarrollado y modernizado sin perder sus orígenes y tradiciones y en esa evolución se ha ido imponiendo una modalidad culinaria acorde con el ritmo de vida acelerado y de las prisas. Se trata de la «comida rápida» que se va introduciendo en los hogares y que, incluso, llega a desplazar a la comida elaborada en casa, al igual que la incorporación de productos transgénicos, y el servicio de comida a domicilio

a través de plataformas digitales o encargo por llamadas telefónicas. Las macrogranjas, los invernaderos extensos y el calentamiento rápido de platos precocinados y bebidas en hornos microondas favorecen una modalidad gastronómica calificada como *fast food* o comida rápida americanizada tanto en los hogares como en los restaurantes y pequeños bares.

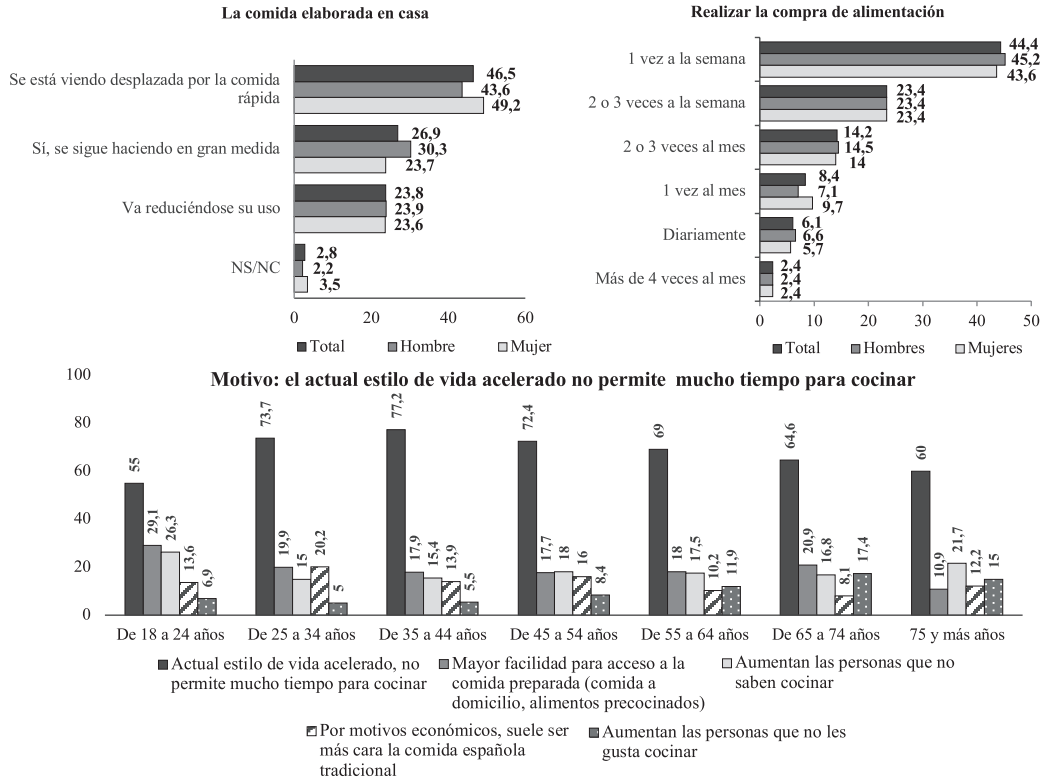
Como contrapartida, surge en el año 1986 en Italia el movimiento Slow Food (Jones *et al*., 2003) de las cocinas regionales, a raíz de una protesta que llevaron a cabo un grupo de periodistas el día que se inauguró un restaurante de comida *fast food* en la Plaza de España de Roma. Sus orígenes se remontan a un grupo de escritores y chefs en Bra (Piamonte) que ya se habían percatado del impacto que estaba ocasionando la comida rápida americanizada en las culturas alimentarias locales (Miele y Murdoch, 2002).

El movimiento Slow Food lleva consigo un debate y se convierte en un movimiento internacional que se funda oficialmente en París, plasmado en el Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición en Río+20, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Slow Food, 2015; Marrone, 2011). Se promueve una concienciación en la protección de la alimentación autóctona sustentada en la biodiversidad y el respeto por el medioambiente, consumir alimentos buenos y limpios producidos de manera ecológica, alcanzar un intercambio equilibrado entre productores/consumidores y conseguir beneficios para la salud (Vilaplana, 2011).

El modelo de alimentación lenta potencia la agricultura orgánica que utiliza métodos naturales de lucha contra las plagas y la fertilidad reciclable de los residuos agrícola. Entre sus objetivos sobresalen la conservación de los nutrientes naturales, la interacción idónea entre la tierra, los animales y las plantas y, por último, el emprendimiento en el ámbito local/rural y la creación de microempresas (Blanco, Martínez y Sanagustín, 2020).

¿Cuál es el panorama actual de la incorporación de la comida rápida y el servicio de comida a domicilio en España? La Encuesta CIS 3471 (2024) indaga acerca de la elaboración de comida en casa, tal y como ha sido tradicionalmente, si su uso se va reduciendo o si está siendo desplazada por la comida rápida. Casi la mitad de la población encuestada (46,5 %) confirma que la comida elaborada en casa se está viendo desplazada por la comida rápida y así lo piensan el 49,2 % de las mujeres y el 43,6 % de los hombres. No llega al 30 % la afirmación de que se sigue haciendo, en gran medida, la comida elaborada en casa –26,9 % (30,3 % hombres y 23,7 % mujeres)–, pero un 23,8 % matiza que su uso se va reduciendo y un 2,8 % no sabe o no contesta. Para quienes respondieron que se va reduciendo el uso de comida elaborada en casa o se está viendo desplazada por la comida rápida, el motivo fundamental se asienta en el hecho de que en la actualidad se tiene un estilo de vida acelerado, que no permite mucho tiempo para cocinar, según el 69,3 %, y así lo piensan las personas que se encuentran en situación laboral de veinticinco hasta setenta y cinco y más años; son los/as de treinta y cinco a cuarenta y cuatro años quienes más se manifiestan (véase gráfico 91.7).

GRÁFICO 91.7. *La comida elaborada en casa se ve desplazada por la comida rápida, motivos de ese desplazamiento y tiempo de realizar la compra, según sexo y edad (2024, %)*



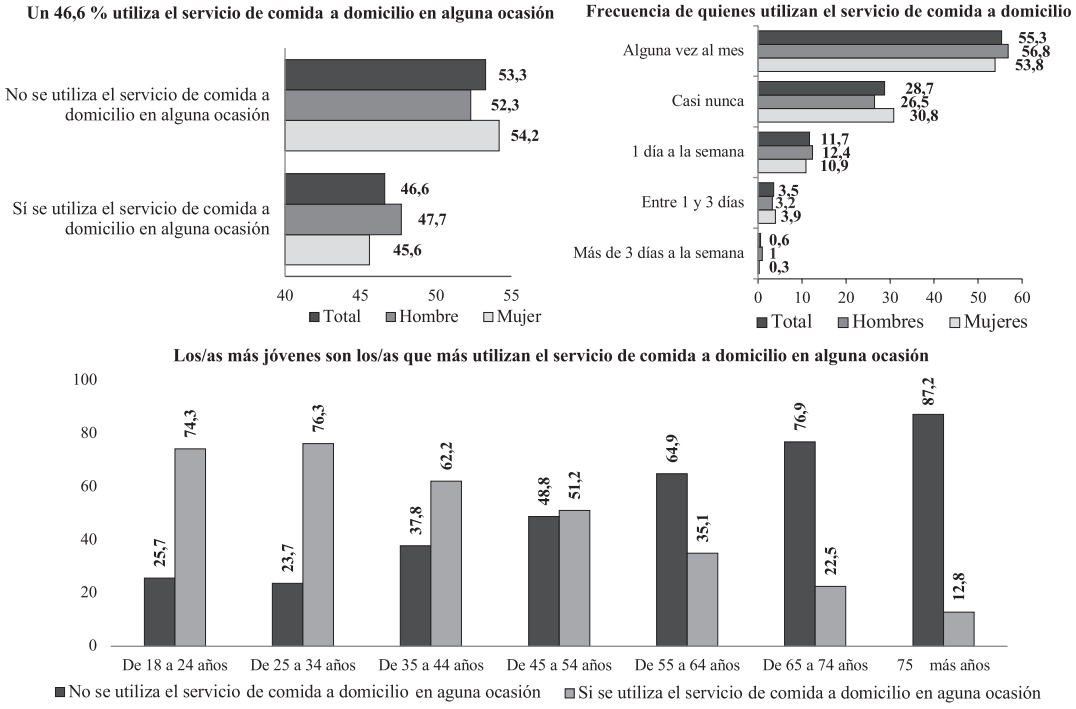
Pregunta: ¿Considera que elaborar comida en casa, como ha sido tradicionalmente, se sigue haciendo en gran medida, que va reduciéndose su uso o que se está viendo desplazada por la comida rápida?
Pregunta: ¿Con qué periodicidad realiza el mayor volumen de compra en alimentación?
Pregunta: (Solo a quienes consideran que se va reduciendo el uso de la comida elaborada en casa o se está viendo desplazada por comida rápida) ¿Cuál cree Ud. que es el principal motivo de reducción o desplazamiento? (respuesta múltiple. Máximo dos respuestas. (N= 2826). N= De 18 a 24 años (248), de 25 a 34 años (372), de 35 a 44 años (522), de 45 a 54 años (605), de 55 a 64 años (503) de 65 a 74 años (313) y más de 75 años (212).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

Un 18,8 % encuentra que la comida preparada (comida a domicilio, alimentos precocinados) está al alcance y se consigue fácilmente, sobre todo, para los/as más jóvenes. También se añade el hecho de que aumentan las personas que no saben cocinar, según un 18 %, los/as más jóvenes y los/as más mayores. El resto se pronuncia por los motivos económicos (13,7 %), los/as de veinticinco a treinta y cuatro años, ya que consumir la comida española tradicional suele ser más cara. Por último, un 9,5 % opina que la reducción de comer en casa y el desplazamiento hacia la comida rápida se debe a que están aumentando las personas que no les gusta cocinar.

¿Con qué periodicidad se realiza el mayor volumen de compra en alimentación? El 44,4 % realiza una vez a la semana la compra de alimentación frente al 6,1 % que la efectúa a diario. Curiosamente, en ambos casos, los hombres realizan la compra 1,9 puntos porcentuales más que las mujeres, quienes la realizan una vez a la semana, y 1,2 puntos porcentuales más en la compra diaria. El 23,4 % efectúa la compra de dos o tres veces a la semana, el 14,2 % una dos o tres veces al mes, el 8,4 % una vez al mes y el 2,4 % más de cuatro veces al mes (véase gráfico 91.7).

Actualmente, existe el servicio de comida a domicilio que se pide a través de plataformas digitales o llamadas telefónicas y que se ha introducido en la vida cotidiana en España. ¿Cuándo se utiliza el servicio de comida a domicilio? Más de la mitad de la población encuestada, el 53,3 % no utiliza este servicio en alguna ocasión (el 54,3 % las mujeres y el 52,3 % los

GRÁFICO 91.8. *Servicio de comida a domicilio a través de plataformas digitales/ llamadas telefónicas y frecuencia en el servicio, según sexo y edad (2024, %)*

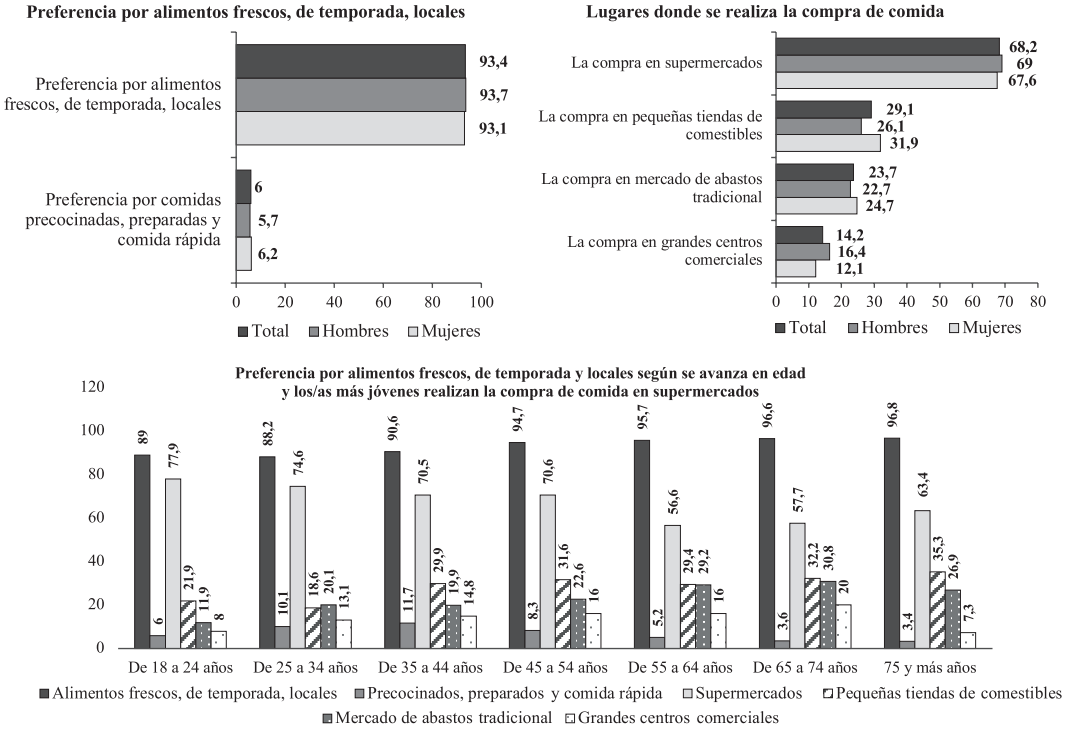


Pregunta: Actualmente, existe el servicio de comida a domicilio que se pide a través de plataformas digitales, llamadas telefónica, etc. ¿Utiliza Ud. este servicio de comida a domicilio en alguna ocasión?
Pregunta: (Solo a quienes utilizan el servicio de comida a domicilio). Y ahora, ¿podría decirme con qué frecuencia, aproximadamente, suele Ud. utilizar este servicio de comida a domicilio? (N= 1877, hombres= 929, mujeres= 949).
(N= 4024). N= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y más de 75 años (522).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

hombres), pero el 46,6 % sí lo utiliza en alguna ocasión, y más los hombres (47,7 %) que las mujeres (45,6 %). Más de la mitad de quienes consumen comida a domicilio, el 55,3 %, lo hace alguna vez al mes, más los hombres (56,8 %) que las mujeres (53,8 %), frente al 28,7 % que no la consume casi nunca, más las mujeres (30,8 %) que los hombres (26,5 %). Los/as más jóvenes son quienes más utilizan el servicio de comida a domicilio en alguna ocasión, en contraposición, conforme se avanza en edad se va dejando de consumir este tipo de comida (véase gráfico 91.8).

Por último, la mayoría de la población encuestada, el 93,4 %, tiene preferencia por los alimentos frescos de temporada y locales, indistintamente hombres que mujeres, tendencia que aumenta según avanza la edad, y el 6 % prefiere comidas precocinadas, preparadas y comida rápida, se pronuncian más las mujeres (6,2 %) que los hombres (5,7 %), tendencia que va en descenso según avanza la edad. Respecto a los lugares donde se

GRÁFICO 91.9. *Alimentos frescos, de temporada y locales y establecimientos donde se realiza la compra de comida, según sexo (2024, %)*



Pregunta: De poder elegir, Ud. prefiere...
Pregunta: Su compra de comida, habitualmente la realiza en [...] (respuesta múltiple. Máximo dos respuestas).
(N= 4024). N= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y más de 75 años (522).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

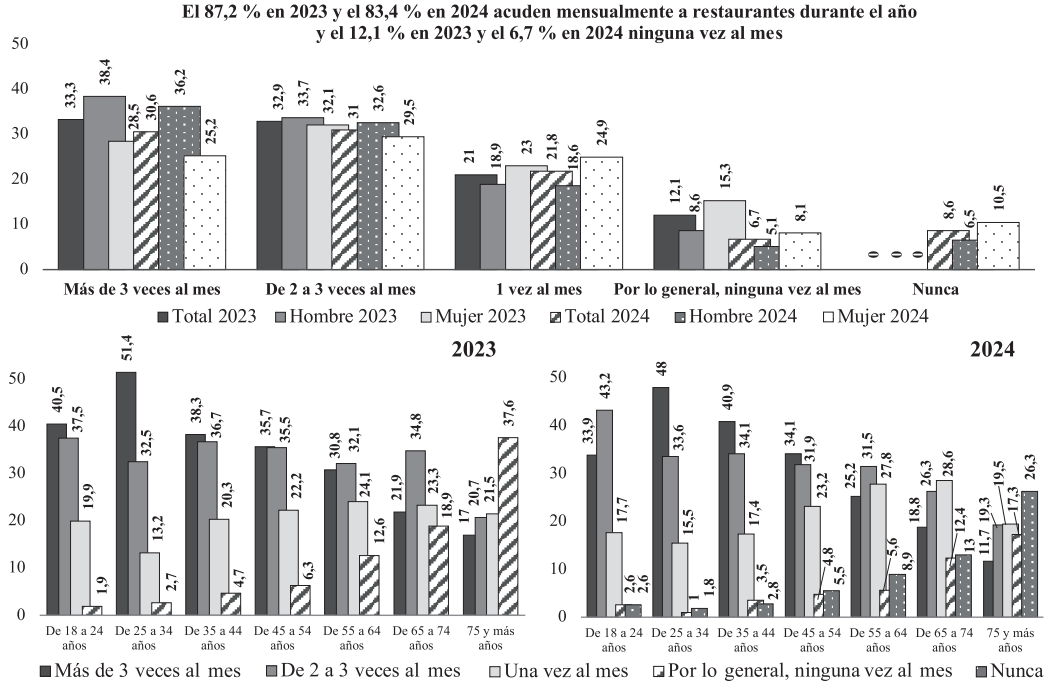
realiza la compra de comida, el 68,2 % la realiza en supermercados y los hombres 1,4 puntos porcentuales más que las mujeres, sobre todo los más jóvenes. La compra en pequeñas tiendas comestibles la realizan casi el 30 %, las mujeres 5,8 puntos porcentuales más que los hombres, que se lleva a cabo más por la población de más edad. Del mismo modo que el 23,7 % en mercados de abastos tradicionales, dos puntos porcentuales más las mujeres que los hombres, y el 14,2 % en grandes centros comerciales, 4,3 puntos porcentuales los hombres más que las mujeres. En suma, los hombres más jóvenes suelen hacer habitualmente la compra en supermercados y grandes centros comerciales, que encaja con la disponibilidad de movilidad y de traslado a esos lugares más alejados del hogar, en tanto que las mujeres optan más por pequeñas tiendas de comestibles y mercados de abastos tradicionales, que están más próximos a su hogar, y ahorran tiempo y dinero al no tener que trasladarse en automóvil o transporte público (véase gráfico 91.9).

91.6. Asiduidad a los restaurantes y gasto de consumo efectuado (2023-2024)

La asiduidad a los restaurantes y el gasto de consumo efectuado dan cuenta del nivel de vida que tienen las personas que consumen y disfrutan de la gastronomía española en el ocio y recreación durante el año y en el periodo de vacaciones. Se advierte que, conforme se va aumentando este comportamiento consumista de disfrute por la gastronomía, van en aumento la calidad del servicio de los productos y su elaboración. De hecho, los jefes de sala o *maîtres* de los restaurantes despliegan sus estrategias y profesionalidad para fidelizar y dar satisfacción a la clientela con esmero, innovación constante y trabajo (Sanagustín, Puyuelo y Martínez, 2021).

En la comparativa de las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), se les preguntó a los/as encuestados/as cuántas veces suelen realizar al mes alguna comida o cena en un restaurante, obteniéndose que la mayoría, el 87,2 % en 2023 y el 83,4 % en 2024 acuden a los restaurantes mensualmente durante el año. Más concretamente, el 33,3 % más de tres veces al mes el primer año y el 30,6 % el segundo año, con más frecuencia los hombres que las mujeres, que les pasan casi diez puntos porcentuales en el primer año, y desciende el porcentaje en 2,7 puntos en el segundo año. Son los hombres de veinticinco a treinta y cuatro años quienes más de tres veces al mes tienen asiduidad y desciende conforme se avanza en edad. Algo parecido sucede a quienes van de dos a tres veces al mes a los restaurantes, lo que destaca a los hombres de dieciocho a veinticuatro años y de sesenta y cinco a setenta y cuatro años, se agudiza esa tendencia en las personas de menos edad y baja conforme se avanza en edad. En cambio, las mujeres son las que con más frecuencia realizan una vez al mes una comida o cena en ambos años y también quienes, por lo general, no van ninguna vez al mes o nunca van, tendencia que aumenta considerablemente conforme se van haciendo mayores (véase gráfico 91.10).

GRÁFICO 91.10. *Comparativa: asiduidad a los restaurantes mensualmente durante el año, según sexo y edad (2023-2024, %)*



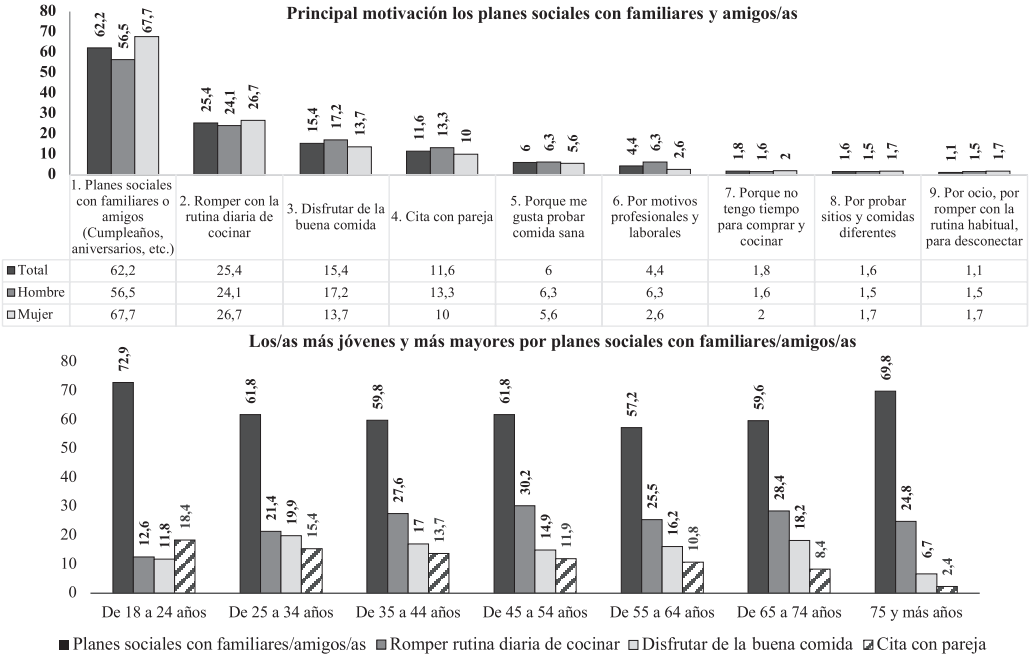
Pregunta: Hablando de gastronomía, ¿cuántas veces suele realizar mensualmente Ud. alguna comida o cena, en un restaurante?
N 2023= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y 75 y más años (595).N 2024= De 18 a 24 años (331), de 25 a 34 años (489), de 35 a 44 años (689), de 45 a 54 años (788), de 55 a 64 años (692) de 65 a 74 años (513) y 75 y más años (522).
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

¿Cuál es la principal motivación para quien suele salir mensualmente a comer o cenar fuera de su residencia habitual? Según la Encuesta CIS 3471 (2024), la principal motivación para el 62,2 % son «los planes sociales con familiares y amigos/as», once puntos porcentuales más las mujeres que los hombres, lo que asienta la importancia de reunirse y celebrar actos «comiendo juntos», sobre todo, para los/as más jóvenes y los/as más mayores y se estaciona en el centro el resto de los intervalos de edad, es decir, de veinticinco a setenta y cuatro años.

Otra cuestión importante es la motivación de la «ruptura con la rutina diaria de no tener que cocinar» para el 25,4 %, en especial, para las mujeres (2,6 puntos porcentuales más que los hombres), en las que recae el peso de esta tarea doméstica en la vida cotidiana en casi todas las etapas de la vida y son los/as que tienen de dieciocho a veinticuatro años

quienes menos responsabilidades tienen y los/as de cuarenta y cinco a cincuenta y cuatro años quienes más y necesitan cortar, aunque solo sea temporalmente, con el peso de la tarea de cocinar en el hogar. En otro orden, «disfrutar de la buena comida» es para el 15,4 % una de las razones para salir a comer o cenar a un restaurante (3,5 puntos porcentuales más los hombres que las mujeres), en especial, para quienes tienen de veinticinco a treinta y cuatro años y menos para los/as de setenta y cinco años en adelante. «La cita con la pareja» lo es para el 11,6 %, más para los hombres que para las mujeres en 3,3 puntos porcentuales, sobre todo para quienes tienen de dieciocho a treinta y cuatro años y es una tendencia que va descendiendo con la edad (véase gráfico 91.11).

GRÁFICO 91.11. *Principal motivación para quienes suelen salir mensualmente a comer o cenar fuera de su residencia habitual, según sexo (2024, %)*



	1. Planes sociales con familiares o amigos (Cumpleaños, aniversarios, etc.)	2. Romper con la rutina diaria de cocinar	3. Disfrutar de la buena comida	4. Cita con pareja	5. Porque me gusta probar comida sana	6. Por motivos profesionales y laborales	7. Porque no tengo tiempo para comprar y cocinar	8. Por probar sitios y comidas diferentes	9. Por ocio, por romper con la rutina habitual, para desconectar
Total	62,2	25,4	15,4	11,6	6	4,4	1,8	1,6	1,1
Hombre	56,5	24,1	17,2	13,3	6,3	6,3	1,6	1,5	1,5
Mujer	67,7	26,7	13,7	10	5,6	2,6	2	1,7	1,7

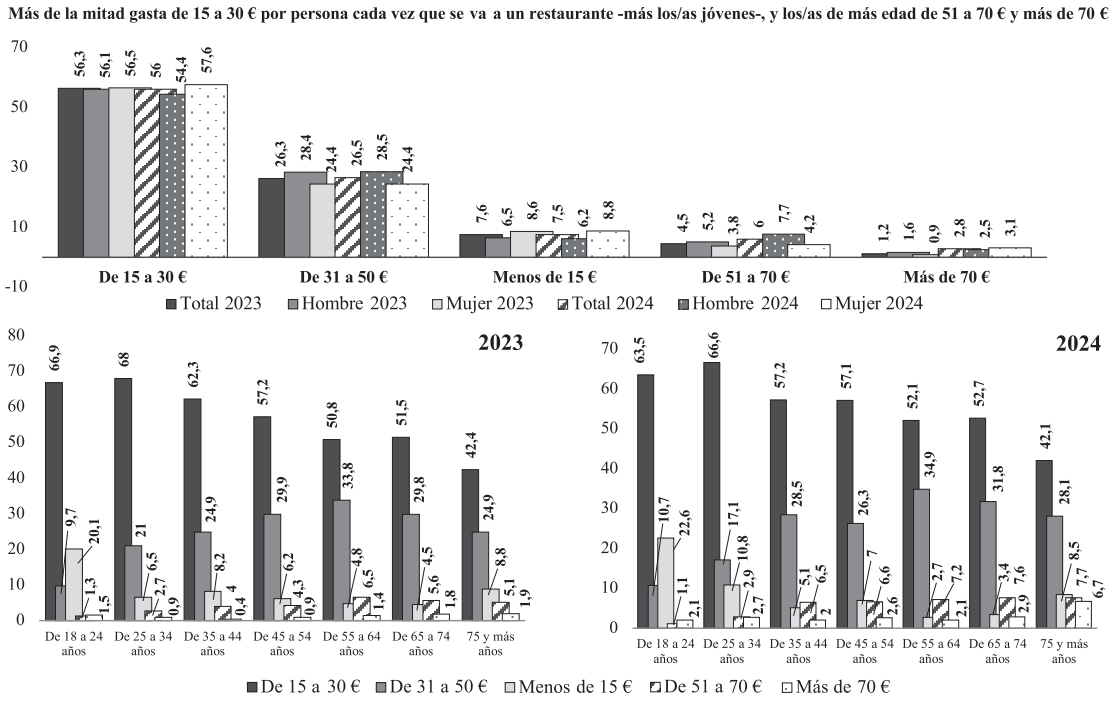
Pregunta: (Solo a quienes suelen realizar mensualmente alguna comida o cena en un restaurante) Cuando decide salir a comer fuera de su residencia habitual, ¿cuál es su principal motivación? (Respuesta múltiple. Máximo dos respuestas). (N= 3679, hombre= 1819, mujer= 1860).
(N= 3679). N= De 18 a 24 años (323), de 25 a 34 años (480), de 35 a 44 años (670), de 45 a 54 años (745), de 55 a 64 años (630) de 65 a 74 años (446) y más de 75 años (385).
Fuente: Encuesta CIS 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

¿Cuál es el desembolso por persona para quienes pueden ir a comer o cenar a un restaurante? En la comparativa de las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), más de la mitad de los/as encuestados/as gastan de

quince a treinta euros por persona, el 56,3 % en 2023 y el 56 % en 2024, en este último tres puntos porcentuales más las mujeres que los hombres y es una pauta de consumo alta entre la población joven, en concreto, para los/as de veinticinco a treinta y cuatro años, quienes tienen más vida social que el resto de los intervalos de edad, que, además, va en descenso conforme se van cumpliendo más años a lo largo de la vida.

¿Quiénes son los/as que se pueden gastar menos de quince euros? El 7,6 % en 2023 y el 7,5 % en 2024 y más las mujeres que los hombres, tal vez porque son las que ganan también menos dinero o tienen los sueldos más bajos, y es una tendencia que se agudiza con la edad. ¿Quiénes

GRÁFICO 91.12. *Comparativa: dinero por persona que se gasta en un restaurante, según sexo y edad (2023-2024, %)*



Pregunta: ¿Cuánto dinero, por persona, suele gastar cada vez que va a un restaurante? (2023 N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345).
Pregunta: (Solo a quienes suelen realizar mensualmente alguna comida o cena en un restaurante) ¿Cuánto dinero, por persona, suele gastar cada vez que va a un restaurante? (2024 N= 3679, hombre= 1819, mujer= 1860).
N 2023= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (542), de 35 a 44 años (745), de 45 a 54 años (894), de 55 a 64 años (794) de 65 a 74 años (587) y 75 y más años (595).N 2024= De 18 a 24 años (323), de 25 a 34 años (480), de 35 a 44 años (670), de 45 a 54 años (745), de 55 a 64 años (630) de 65 a 74 años (446) y más de 75 años (385).
Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

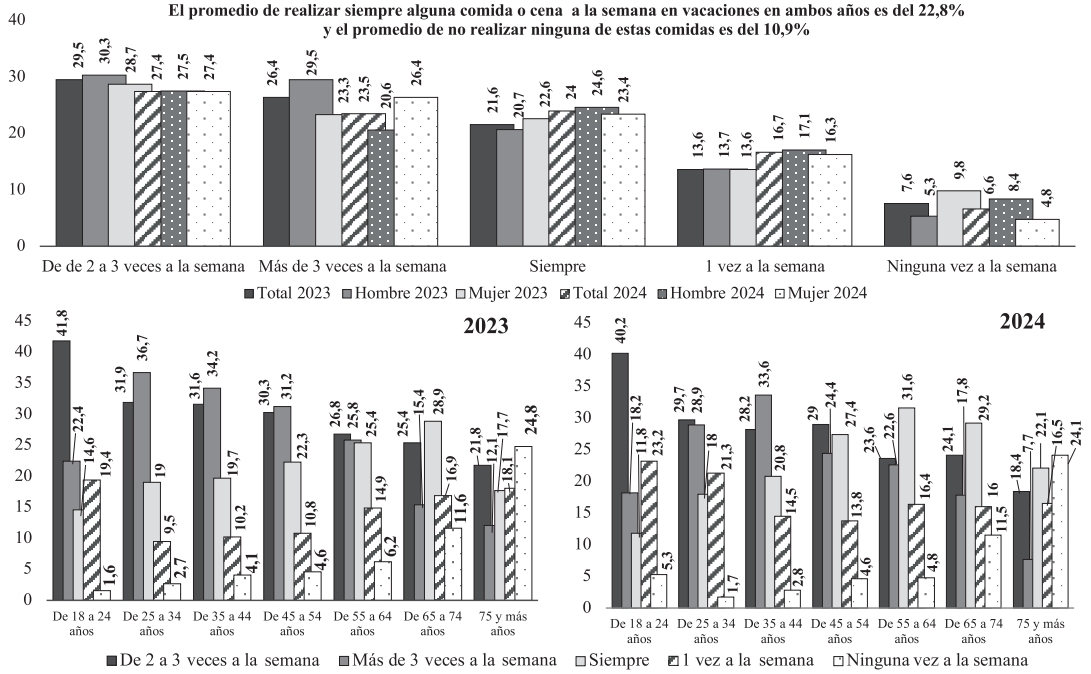
son los/as que se gastan de cincuenta y uno a setenta euros? El 4,5 % en 2023 y el 6 % en 2024, y más los hombres que las mujeres, pauta de consumo que asciende con la edad. Algo parecido sucede con quienes gastan más de setenta euros, que son quienes tienen setenta y cinco y más años. Por último, más del 25 % (26,3 % en 2023 y 26,5 % en 2024) se gastan entre treinta y uno y cincuenta euros, más los hombres que las mujeres y conforme se va teniendo más edad (véase gráfico 91.12).

Finalmente, para quienes salen de vacaciones en la comparativa de la asiduidad a los restaurantes a la semana de las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), destaca según la edad la capacidad adquisitiva que se tenga en el momento de la vida en la que se encuentran. Así, pues, las personas que tienen la posibilidad de disfrutar de las vacaciones, el promedio en ambos años de «realizar siempre alguna comida o cena en un restaurante» es del 22,8 %, y el promedio de «no realizar ninguna de estas comidas» a la semana es del 10,9 %. Más concretamente, de los/as que siempre comen y cenan en restaurantes, el 21,6 % en 2023 (casi dos puntos porcentuales más las mujeres que los hombres) y el 24 % en 2024 (1,2 puntos porcentuales más los hombres que las mujeres) se detecta que es una pauta de consumo que aumenta conforme se tiene más edad en ambos años. De aquí, que las personas mayores son las que están en mejores condiciones de utilizar el servicio de restauración y lo demandan todos los días de la semana vacacional.

En contraposición, de los/as que no van a comer y cenar ninguna vez a la semana vacacional, el 7,6 % en 2023 (4,5 puntos porcentuales más las mujeres que los hombres) y el 6,6 % en 2024 (3,6 puntos porcentuales más los hombres que las mujeres), es una pauta de consumo que se agudiza con la edad, por lo que las personas mayores con menor capacidad adquisitiva son las que se ven obligadas a prescindir del consumo de hostelería en su periodo vacacional.

Entre estos dos extremos se sitúa el resto de quienes acuden a disfrutar de vacaciones y con cierta frecuencia van a comer y cenar a los restaurantes, de los/as que sobresalen quienes acuden de dos a tres veces a la semana, el 29,5 % en 2023 y el 27,4 % en 2024, y son los/as más jóvenes de dieciocho a veinticuatro años quienes se permiten esta asiduidad y desciende según la edad. Seguidamente, más de tres veces el 26,4 % en 2023 (6,2 puntos porcentuales más los hombres que las mujeres) y el 23,5 % en 2024 (5,8 puntos porcentuales más las mujeres que los hombres), que se centran en los intervalos de edad de veinticinco a cincuenta y cuatro años en el primer año y en los de veinticinco a cuarenta y cuatro años en el segundo año. Por último, figuran quienes solo pueden una vez a la semana, el 13,6 % en 2023 y el 16,7 % en 2024, entre quienes despuntan los/as más jóvenes y los/as de más edad, que son quienes hacen un mayor esfuerzo por realizar este consumo gastronómico (véase gráfico 91.13).

GRÁFICO 91.13. *Comparativa: asiduidad a los restaurantes a la semana durante el período de vacaciones, según sexo y edad (2023-2024, %)*



Pregunta: (Solo a quienes salen de vacaciones en general). Y durante su período de vacaciones, ¿cuántas veces a la semana suele realizar Ud. alguna comida o cena en un restaurante? (N= 4401, hombres= 2157, mujeres= 2244).

Pregunta: (Solo a quienes salen de vacaciones en general y suelen realizar mensualmente alguna comida). Y durante su período de vacaciones, ¿cuántas veces a la semana suele realizar Ud. alguna comida o cena en un restaurante? (N= 3544, hombres= 1768, mujeres= 1776).N 2023= De 18 a 24 años (380), de 25 a 34 años (540), de 35 a 44 años (741), de 45 a 54 años (883), de 55 a 64 años (772) de 65 a 74 años (561) y 75 y más años (524).

N 2024= De 18 a 24 años (318), de 25 a 34 años (463), de 35 a 44 años (661), de 45 a 54 años (732), de 55 a 64 años (619) de 65 a 74 años (421) y 75 y más años (329).

Fuente: Encuestas CIS 3419 (julio y agosto 2023) sobre Turismo y gastronomía I (N= 4538, hombre= 2193, mujer= 2345) y 3471 (julio 2024) sobre Turismo y gastronomía II (N= 4024, hombre= 1946, mujer= 2078).

91.7. Conclusiones

En los últimos años, España ha aportado al mundo de la gastronomía tres valores fundamentales, en primer lugar, una visión global de disfrute y de placer, de salud, cultura, relaciones sociales y economía. En segundo lugar, una socialización de la gastronomía saludable, solidaria y sostenible y, en tercer lugar, la práctica de la Cocina de la Libertad, que ha convertido a los jefes de cocina –los chefs– en auténticos artistas más allá de ser de artesanos y reproductores de recetas.

La nueva cocina de creatividad e innovación lleva consigo la cocina tradicional española y sus ingredientes típicos, formando un nuevo paradigma en el sector de la hostelería y la restauración, donde destacan principalmente los aspectos de expansión con las tapas y la minicocina, el horizonte hacia el hambre cero (ODS 2), los efectos de la mala alimentación, la economía y el turismo, la expresión cultural de los pueblos o la puerta del sistema educativo y el compromiso europeo.

España se posiciona entre los países más representados en los referentes de la Guía Michelin y el de la lista *The World's 50 Best Restaurants*. En 2024, obtiene 333 estrellas Michelin, adjudicadas en 271 restaurantes, de modo que ocupa el quinto lugar después de Francia, Japón, Italia y Alemania, y, en este mismo año, el restaurante Disfrutar en Barcelona obtiene el puesto número uno como mejor restaurante del mundo con Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas.

El concepto de la gastronomía es amplio y complejo, y la definición más elemental contiene tres formas: 1) el arte de preparar una buena comida, 2) la afición al buen comer y 3) un conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar. Durante muchos siglos, la cocina española fue desconocida en Europa y hasta finales del siglo XIX y comienzos del XX, no tiene una identidad nacional. El conocimiento culinario sale a la luz a comienzos del siglo XX por escritores especializados en gastronomía que la ensalzan y la investigan hasta desembocar en la cocina española actual. En el siglo XXI, la gastronomía española es defendida y protegida por la Real Academia de Gastronomía.

A nivel internacional, la gastronomía española ocupa el noveno lugar en 2024, tras la cocina italiana, japonesa, griega, portuguesa, china, indonesia, mexicana y francesa. Entre los productos españoles más populares destaca el jamón ibérico de bellota, el fuet, cabrales y el aceite de La Rioja y, entre las bebidas, la sangría, el cortado, el Rioja, el cava, Ribera del Duero, tempranillo, Rías Baixas, kalimotxo y Monastrell.

Según las Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), se obtiene una panorámica general de las peculiaridades más representativas de la gastronomía española actual, que la consideran entre las tres o cuatro mejores del mundo para la mayoría de las personas encuestadas. Más concretamente, el 95,6 % la sitúa la primera, a la que la siguen la italiana, la francesa, la japonesa, la mexicana y la china. La dieta mediterránea y la comida tradicional española son las más aceptables en nuestra sociedad, para una mayoría y en todas las edades y

están en un segundo lugar el resto de los menús italianos, asiáticos, latinoamericanos, etc., en especial, para los/as jóvenes. El aceite de oliva es el alimento preferido para el 98 % en todas las edades, los guisos para el 85,8 %, las carnes para el 44,3 %, en especial los/as más jóvenes, y los pescados para el 40,8 %, preferentemente por las personas mayores.

Respecto al plato español más típico y representativo, en 2023, fue la paella y, en 2024, la tortilla de patatas. El segundo fue el jamón ibérico y el tercero el gazpacho andaluz en ambos años, le siguen el cocido madrileño, el cordero asado, el cochinillo asado, la fabada y las croquetas. En 2023, le siguen el marisco y el besugo a la espalda o al horno y, en 2024, el pulpo y los calamares a la romana.

Las mujeres tienen preferencia por la tortilla de patatas y el gazpacho andaluz y los hombres por el jamón ibérico y, en relación con la edad, la paella es considerada representativa en ambos años (2023-2024), conforme avanza la edad, y la tortilla de patatas y el jamón ibérico por los/as más jóvenes. El distintivo de la tortilla de patatas para el 70,4 % en 2023 y para el 71,8 % en 2024 es que debe hacerse con cebolla y poco hecha para el 53,9 % y 52,9 %, respectivamente.

El estereotipo del plato español más típico y representativo de cada comunidad autónoma en ambos años es el siguiente: en Andalucía, el gazpacho andaluz; en Aragón, el ternasco; en el Principado de Asturias, la fabada; en Islas Baleares la ensaimada; en Canarias, las papas arrugadas con mojo picón; en Cantabria, el cocido montañés; en Castilla-La Mancha, las migas manchegas; en Castilla y León, el lechazo asado; en Cataluña, el pan con tomate; en Valencia, la paella; en Extremadura, el jamón (serrano e ibérico); en Galicia, el pulpo *à feira*; en Madrid, en cocido madrileño; en Región de Murcia, el caldo marinero y la marinera; en Navarra, la menestra de verduras; en País Vasco, el bacalao al pilpil y el chuletón; en La Rioja, las patatas a la riojana; en Melilla, el cuscús, y en Ceuta, la caballa.

En general, la vida social, económica y cultural de la gastronomía española se entrelazan en el ámbito central de comer juntos como un hecho social. Así, las celebraciones y encuentros, la disponibilidad de recursos en la compra, la ostentación en el consumo alimentario y la vida cultural como expresión cultural de una sociedad o región, de su historia y sus costumbres. De hecho, el 89,5 % sitúa las relaciones sociales que acompañan a la gastronomía muy y bastante importantes; el 87,8 %, el placer de la degustación; el 86,7 %, la salud que proporciona; el 81,5 %, la cultura gastronómica con la que se identifica, y el 81,5 %, la riqueza y beneficios económicos que se generan.

Todos estos aspectos relacionados con las relaciones entre las personas, el placer de la degustación, la salud, la cultura y la riqueza que genera se llevan a cabo en diversas actividades y rutas gastronómicas en los viajes turísticos y de ocio y recreación. Prueba de ello es que una mayoría, el 87,4 %, apunta que comprar productos locales es muy y bastante interesante, así como visitar mercados y participar en fiestas y eventos gastronómicos (71,3 %), ir de tapas (76,4 %), comer en buenos restaurantes (70,9 %), comprar productos ecológicos (58,6 %), hacer oleoturismo (49,1 %) y el enoturismo (45,6 %).

En la actualidad, la comida que se elabora en casa y el consumo de comida rápida entra de lleno en los estudios de la Sociología de la Alimentación, que se centra, entre otros, en conocer cuáles son los cambios del comportamiento en el consumo de alimentos. Se observa que, en la modernización de la gastronomía española, se ha ido imponiendo la comida rápida ante la comida elaborada en casa que se ve desplazada, así lo confirma el 46,5 % de la encuesta de 2024, y el 23,8 %, que asienta que la comida elaborada en casa se va reduciendo. El motivo fundamental de este desplazamiento y reducción de la comida hecha en casa es el estilo de vida acelerado, que no permite mucho tiempo para cocinar. Además, se añade la introducción del servicio de comida a domicilio que se pide a través de plataformas digitales o llamadas telefónicas, de fácil acceso y servicio inmediato.

Para finalizar, la asiduidad a los restaurantes y el gasto efectuado dan cuenta del nivel de vida que tienen las personas que consumen y disfrutan de la gastronomía española. En ambas Encuestas CIS 3419 (2023) y 3471 (2024), la mayoría –el 87,2 % el primer año y el 83,4 % el segundo año– acude a restaurantes mensualmente durante el año y son los hombres de veinticinco a treinta y cuatro años quienes más de tres veces al mes tienen asiduidad, al igual que los hombres de dieciocho a veinticuatro años y de sesenta y cinco a setenta y cuatro años y más, que frecuentan de dos a tres veces al mes. En cambio, las mujeres son las que, con más frecuencia, realizan una vez al mes una comida o cena en ambos años. La principal motivación de frecuentar restaurantes son los planes familiares y de amigos/as y, más de la mitad, gastan de quince a treinta euros por persona.

Por último, la asiduidad a los restaurantes a la semana en periodo vacacional se distribuye entre quienes van siempre, ninguna vez y en días alternos. El promedio de realizar siempre alguna comida a la semana en 2023 y 2024 es del 22,8 % y el promedio de no realizar ninguna de estas comidas es del 10,9 %. Entre estos extremos, se sitúa el resto de quienes acuden a disfrutar de vacaciones y con cierta frecuencia van a comer y cenar, de los/as que sobresalen quienes acuden de dos a tres veces a la semana, que son los/as más jóvenes (dieciocho a veinticuatro años) y desciende según la edad. Seguidamente, más de tres veces a la semana, de veinticinco a cincuenta y cuatro años en el primer año y de veinticinco a cuarenta y cuatro años en el segundo, y quienes solo pueden una vez a la semana, que son los/as más jóvenes y los/as más mayores.

Bibliografía

Ansón Oliart, Rafael (2016). *La cocina de la libertad*. Madrid: La esfera de los libros.

Ansón Oliart, Rafael (2021). *Visión global de la gastronomía en el siglo xxi. Discurso del académico D. Rafael Ansón Oliart*. Real Academia de Gastronomía.

Blanco Gregoy, Rocío; Martínez Quintana, Violante y Sanagustín Fons, M.ª Victoria (2020). «Microemprendimientos en agricultura ecológica y mercado slow food». *Revista Internacional de Organizaciones*, 24, pp. 159-182.

Chovi (2022). «Los platos más típicos de la cocina española». *Chovi*. Disponible en: https://www.chovi.com/es/blog/gastronomia/platos-tipicos-cocina-espanola/, acceso 1 de agosto de 2025.

CIS (2023). *Turismo y gastronomía*. Julio y agosto. Estudio 3419. Madrid: CIS.

CIS (2024). *Turismo y gastronomía (II)*. Julio. Estudio 3471. Madrid: CIS.

Díaz Méndez, Cecilia (2005). «Los debates actuales en la Sociología de la Alimentación». *Revista Internacional de Sociología* (RIS), 40, pp. 47-78.

Díaz Méndez, Cecilia y Gómez Benito, Cristóbal (2005). «Sociología y alimentación». *Revista Internacional de Sociología* (RIS), 40, pp. 21-46.

Fine Dining Lovers (2024). «¡Disfrutar es el mejor restaurante del mundo 2024!». *Fine Dining Lovers*. Disponible en: https://www.finediningLovers.com/es/noticia/world-50-best-restaurants-2024-lista, acceso 25 de julio de 2025.

Fundación Dieta Mediterránea (2024). «La nueva pirámide alimentaria de la dieta Mediterránea». Fundación Dieta Mediterránea. Disponible en: https://dietamediterranea.com/nutricion-saludable-ejercicio-fisico/#piramide, acceso 30 de julio de 2025.

Fusté Forné, Francesc (2015). «El turismo gastronòmic: autenticitat i desenvolupament local en zones rurales». *Documents d'Anàlisis Geogràfica*, 61(2), pp. 289-304.

Fusté Forné, Francesc (2016). «Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario». *Dixit*, 24, pp. 4-16.

Jones, Peter; Sehears, Peter; Hillier, Davird; Comfort, Daphe y Lowell, Jonattan (2003). «Return to traditional values? A case study of Slow Food». *Britihs Food Journal*, 105(415), pp. 297-304.

Kpmg (2019). *La gastronomía en la economía española. Impacto económico de los sectores asociados*. Disponible en: https//assets.kpmg.com/*content*/dam/kpmg/es/pdf/2019/01/gastronomía-en-economai-espanola.pdf, acceso 29 de julio de 2025.

Martínez Llopis, Manuel (1989). *Historia de la gastronomía española*. Madrid: Alianza editorial.

Martínez Quintana, Violante y Acevedo Blanco, Antonio J. (2024). Turismo gastronómico: medidas de desarrollo local a través de la cultura culinaria y las rutas gastronómicas en zonas rurales. En: Martín López, Ángel y Fillol Mazo, Adriana. *Exigencias de gobernabilidad y perspectiva de género en la atención al mundo rural* (pp. 884-909). Dykinson, S. L.

Mennell, Stephen; Murcott, Anne y Van Otterloo, Anneke (1992). «The Sociology of Food: Eating, Diet and culture». *Current Sociology*, 40(2).

Miele, Mara y Murdoch, Jonathan (2002). «The Practical Aesthetics of Traditional Cuisines: Slow Food in Tuscany». *Sociologia Ruralis*, 42(4), pp. 312-328.

Montero, Natalia (2024). «La mejor gastronomía del planeta: estos son los países con más estrella Michelín del mundo». *El periódico de España*. Disponible en: https://www.epe.es/es/ocio/20241021/paises-mas-estrellas-michelin-lugar-mejor-gastronomia-dv-109937319, acceso 28 de julio de 2025.

OMT (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. doi: 10.18111/9789284420995

OMT (2023). «Gastronomía». *ONU Turismo*. Disponible en: https://bit.ly/3MQxsr7, acceso 30 de julio de 2025.

Palencia, Yanett (2002). *Alimentación y salud. Claves para una buena alimentación*. Disponible en: https://es.slideshare.net/slideshow/cap-1-alimentacion-y-salud-claves-para-una-buena-alimentacion-yanett-palencia-mendozapdf/253740288, acceso 11 de agosto de 2025.

Parlamento Europeo (2014). *Informe sobre el patrimonio gastronómico europeo: aspectos culturales y educativos*. Comisión de Cultura y Educación.

Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (s. f.). «La dieta mediterránea». *Unesco*. Disponible en: https://ich.unesco.org/es/RL/la-dieta-mediterranea-00884, acceso 12 de agosto de 2025.

Poulain, Jean P. (2002). *Sociologie de l'alimentation*. Paris: Presses Universitates de France.

RAE (2021). *Definición de gastronomía*. Disponible en: https://www.rae.es, acceso 16 de agosto de 2025.

RAG (2024). *Real Academia de Gastronomía*. Disponible en: https://realacademiadegastronomia.com/, acceso 21 de agosto de 2025.

Sanagustín Fons, María V.; Puyuelo Arilla, José M.ª y Martínez Quintana, Violante (2021). «La fidelidad de los clientes según los maîtres en el sector de la restauración: análisis sociológico del disnescape de la experiencia antes y durante la Covid-19». *Cuadernos de Turismo,* 48, pp. 1-24. doi: 10.6018/turismo.492561

Slow Food (2015). «Nuestra historia. Slow Food: historia de una idea». Slow Food. Disponible en: https://www.slowfood.com/es/quienes-somos/nuestra-historia/, acceso 28 de julio de 2025.

TasteAtlas (2023, 2024). «100 Best Dishes in the World». *TasteAtlas*. Disponible en: https://www.tasteatlas.com/best/dishes, acceso mayo de 2025.

TasteAtlas (2024a). «100 Best Cuisines in the World». *TasteAtlas*. Disponible en: https://www.tasteatlas.com/best/cuisines, acceso 4 de agosto de 2025.

TasteAtlas (2024b). «Most popular Spanish dishes». Disponible en: https://www.tasteatlas.com/spain, acceso 30 de julio de 2025.

Unesco (2013). «La dieta mediterránea. Inscrito en 2013 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad». Unesco. Disponible en: https://ich.unesco.org/es/RL/la-dieta-mediterranea-00884, acceso 12 de agosto de 2025.

Vilaplana, Monserrat (2003). «La alimentación como signo de cultura». *Revista Offarm,* 22(4), pp. 111-186.

Vilaplana, Monserrat (2011). «Cultura alimentaria. Del *fast food* al *slow food*». *Revista Offarm*, 30(60), pp. 53-56.

Wikipedia (2024). *Gastronomía española*. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Espa%C3%B1a#Historia, acceso 25 de julio de 2025.

92. Las prácticas culturales en la España del siglo XXI

Aina Dolores López Yáñez
Profesora del área de Sociología
Universidad Complutense de Madrid
Emilio Martín Martínez Gutiérrez
Profesor Titular de Sociología
Universidad Complutense de Madrid

92.1. Introducción

El estudio de las prácticas culturales de los habitantes de un país reviste una extraordinaria dificultad. Bajo este rótulo quedan comprendidas un sinfín de cuestiones como el estudio de los vaivenes del gusto cultural, las necesidades culturales (las universales tanto como las privativas de los distintos grupos), la participación cultural real, el contenido de las obras, su recepción, el gasto y el empleo del tiempo destinado a las prácticas. Todo lo anterior, además, debe ponerse en relación con las bases sociales y culturales de cada grupo humano y, por tanto, en consideración a cómo la historia, el estrato, el poder, la educación, el género o la edad inciden en las dimensiones apuntadas. A esta relación de fenómenos cabría añadir la identificación de las prácticas culturales que permanecen estables y aquellas que se muestran cambiantes, ello permitiría deducir lo que hay de nuevo en la vida cultural respecto de etapas anteriores, lo que hace que la labor investigadora sea aún más extensa. En estas circunstancias, no cabe sino ajustar nuestros objetivos al análisis de las grandes líneas asumidas por la participación cultural en España durante este primer cuarto de siglo. Para tal fin, seguiremos una serie de vectores analíticos, seis en total.

92.2. Predominio del consumo cultural sobre las prácticas culturales *amateur*

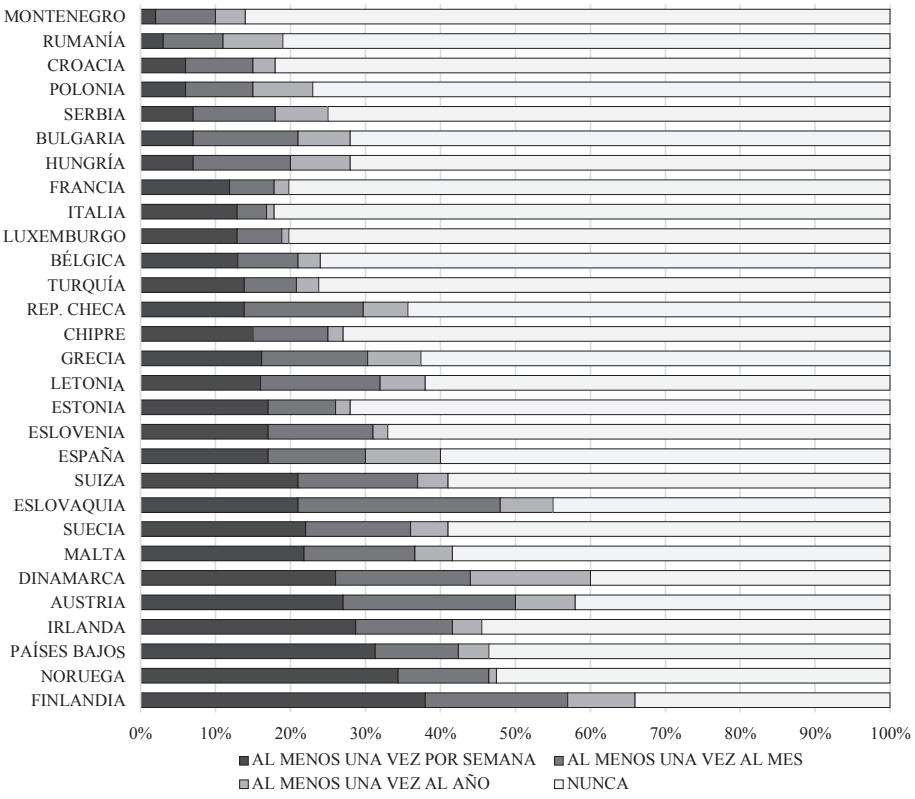
Las prácticas culturales dominantes entre el conjunto de la población en nuestro país son aquellas que podríamos subsumir en la categoría de consumo cultural, pues la participación cultural *amateur* es propia de un porcentaje de población mucho más reducido y, con frecuencia, de ciertos grupos de población, a saber, las cohortes más jóvenes. Esto no significa

que las actividades artísticas no profesionales no hayan experimentado una tendencia ascendente, como así puede observarse en la mayoría de los casos en este periodo histórico, pero sí que la actividad cultural predominante en la mayor parte de la población es únicamente consumidora y, por tanto, está medida por las industrias culturales, los campos culturales y los profesionales de la cultura, esto es, por un desarrollado sector cultural. Esta disposición, que es propia de las sociedades complejas, había sido ya advertida y discutida por los grandes analistas de las industrias culturales de mitad del siglo xx y creemos que su identificación debe presidir el estudio de la participación cultural de la población española, pues es un ámbito especialmente significativo de la vida cultural.

Ilustraremos con cifras esta orientación de la cultura en España. Según Eurostat (2015-2022), el porcentaje de personas que realizó en España en 2022, al menos una vez al año, alguna actividad cultural amateur dentro o fuera del hogar (actividades tales como tocar un instrumento, escribir poemas, relatos, etc., realizar fotografía, pintar o dibujar) ascendió al 40 % de la población. Son datos en consonancia con los arrojados el Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida. Ahora bien, el contraste entre el nivel de penetración de este tipo de prácticas y los de las prácticas culturales «consumidoras» no deja lugar a dudas. Incluso las más elitistas entre estas últimas como son las prácticas culturales externas al hogar (así, asistir a una representación teatral, ir a un concierto o a la danza, la visita de monumentos históricos, galerías de arte y museos o ir al cine) superan ampliamente ese porcentaje de penetración, pues implican, también según datos de Eurostat (2022), al 58,5 % de la población. Además, este contraste es aún mayor cuando comparamos la penetración de las prácticas culturales amateur y las prácticas culturales más frecuentes y mayoritarias como son escuchar de música, ver la televisión, ver vídeos o navegar por Internet, ya que estas últimas alcanzan porcentajes de penetración por encima del 90 % de la población y están muy presentes en espacios-tiempos de la vida cotidiana.

El predominio del consumo cultural sobre la participación amateur es extrapolable a cualquier otro país desarrollado, pero es cierto que se dan grandes variaciones entre países, tal y como se pone de manifiesto en los datos de Eurostat (2015-2022) para el conjunto de la Unión Europea. El gráfico 92.1 indica la aguda discrepancia existente entre países como Finlandia, Dinamarca o Austria, de un lado, donde la mayoría de la población realiza el tipo de actividades amateur a las que hemos hecho alusión (solo un 34 %, un 40 % y un 42 % de la población, respectivamente, no lo ha hecho en el último año) y, de otro lado, países como Portugal, Francia, Luxemburgo, Rumanía, Croacia o Italia, donde solo el 20 % de la población reconoce este tipo de actividad en el último año. España se ubica en una discreta décima posición, pues un 60 % de su población no reconoce ninguna participación cultural amateur, un 10 % reconoce al menos una participación en el último año, un 13 % las realiza al menos una vez al mes y un 17 % las realiza al menos una vez por semana.

GRÁFICO 92.1. *Práctica de actividades artísticas* amateur *(2022, porcentaje de población mayor de sesenta y cinco años, según frecuencia declarada)*

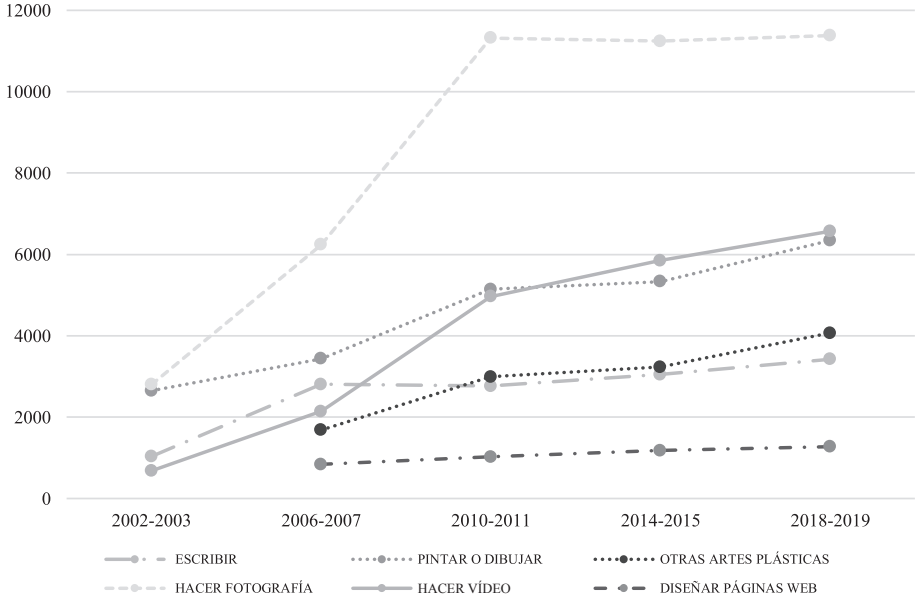


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2015-2022, online data code: ilc_scp07).

Por lo demás, según se desprende de los indicadores proporcionados por el Ministerio de Cultura (2024) y por el Ministerio de Cultura y la Fundación Autor (2005), la práctica cultural *amateur* ha aumentado durante este periodo entre la población española. Entre ellas, la fotografía se mantiene como la práctica más frecuente, seguida de la grabación de vídeo, la pintura y el dibujo (Ministerio de Cultura, 2024). En el gráfico 92.2, se observa la evolución de algunas de estas prácticas.

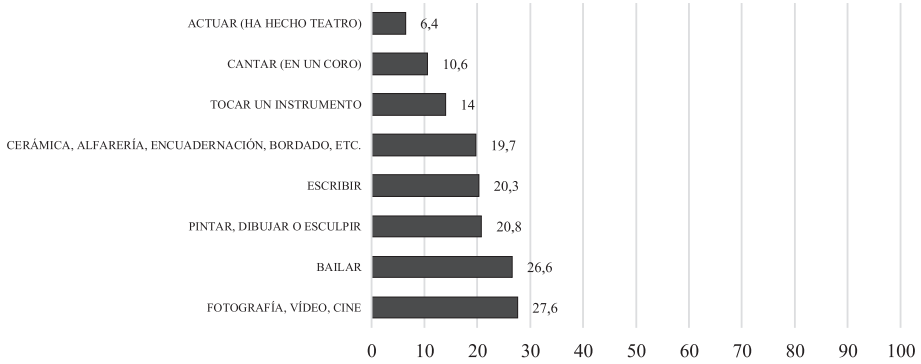
Los datos proporcionados por el Estudio CIS 3476 sobre Cultura y estilos de vida (2024) corroboran la popularidad del baile o la danza, siempre sin olvidar el alcance minoritario que caracteriza al conjunto de estas prácticas. Tocar un instrumento musical sería una práctica reservada a un 14 % de la población, mientras que la más minoritaria de las prácticas culturales consultadas sería la actividad teatral, la cual implica únicamente al 6,4 % de la población en España.

Gráfico 92.2. *Evolución de las prácticas culturales* amateur *en España (2002-2019, en número de personas)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio Cultura y la Fundación Autor (2002-2003) extraídos de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España; resto de datos extraído del *Anuario de Estadísticas Culturales* (2024).

Gráfico 92.3. *Participación cultural* amateur *en España (2024, % de población que ha practicado en el último año)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Cabe añadir que tocar un instrumento musical, cantar, escribir o pintar son actividades con mucho mayor peso entre la población joven (18-24 años) y disminuyen progresivamente al aumentar la edad. Solo la fotografía, el baile y

manualidades como la alfarería, la cerámica o el bordado no se reducen con el aumento de la edad de la población (CIS, 2024).

Debemos considerar, por último, los efectos de la digitalización en este tipo de prácticas, pues diversas investigaciones venían anunciando su profunda transformación y expansión al hilo de la revolución digital (Castells, 1996; Gauntlett, 2011; Jenkins, 2008; Lévy, 2007; Shirky, 2008). En este sentido, disponemos de datos del Ministerio de Cultura para el caso español (Ministerio de Cultura, 2024) relativos al porcentaje de población que «cuelga contenidos culturales (música, vídeos, etc.) creados por ellos mismos para ser compartidos» y que apuntan a que, si bien este campo de actividad todavía puede someterse en un futuro próximo a sustanciales transformaciones, especialmente al hilo de la introducción de la inteligencia artificial, todavía no ha alcanzado una penetración significativa en el conjunto de la población. Hoy, esta práctica continúa siendo muy minoritaria, con porcentajes de participación del 3,6 % para 2011, del 5,8 % en 2015, del 3,4 % para 2019 (datos referidos al 86,1 % de la población que se conecta a Internet) y de un 5 % para 2022 (sobre un 94,5 % de la población que hace uso de Internet) (Ministerio de Cultura, 2024).

92.3. Progreso de la participación cultural en la sociedad española

A pesar de que en este cuarto de siglo han retrocedido relativamente algunas de las prácticas culturales que habían sido hegemónicas durante el siglo xx; los casos de la televisión, el cine y la prensa son muy representativos del proceso. En conjunto, la participación cultural de la sociedad española ha experimentado una progresión, al tiempo que se ha diversificado y digitalizado. Esta afirmación tiene su sostén en al menos los siguientes tres indicadores: el mayor alcance social de las prácticas culturales elitistas u ocasionales, que han alcanzado durante este periodo mayores porcentajes de penetración en la población; la proliferación de bienes y prácticas, pues la digitalización ha provocado la aparición de nuevas prácticas culturales y ha facilitado el acceso a estas y otras ya existentes, y, por último, el aumento del tiempo dedicado a la participación cultural en su conjunto, sobre todo por el aumento del tiempo empleado en las nuevas prácticas culturales digitales.

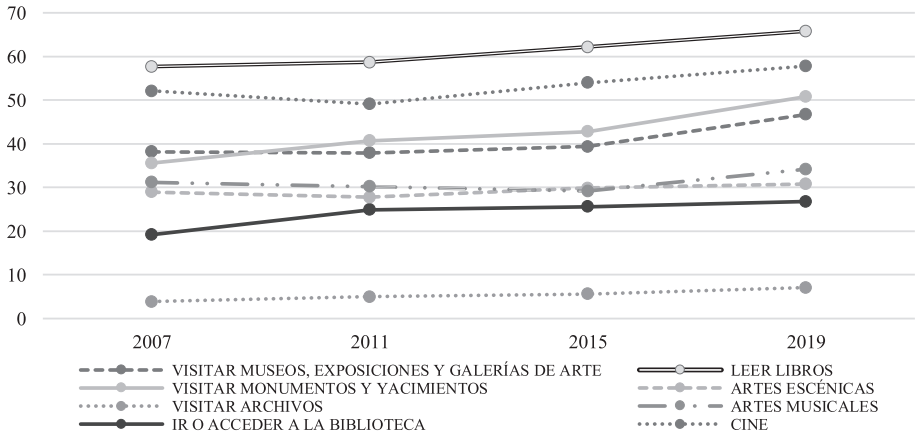
Ilustremos esta tendencia positiva considerando la evolución de la participación cultural en España entre los años 2007[1] y 2019, obviando deliberadamente por el momento los datos relativos al año 2022 con el fin de neutralizar los efectos negativos y creemos que coyunturales (al menos, en el medio plazo) que la pandemia y los subsiguientes confinamientos decretados por las autoridades han tenido sobre ciertas prácticas culturales. Abordaremos para

[1] Los cambios introducidos en 2007 en las Encuestas de Hábitos y Prácticas Culturales del Ministerio de Cultura impiden que ampliemos nuestra perspectiva incluyendo los datos de la encuesta del mismo organismo correspondientes a 2002-2003.

tal fin los datos en dos grandes grupos, en correspondencia con la estrategia adoptada por el Ministerio de Cultura, que ofrece distintos tipos de datos para dos grandes conjuntos de prácticas: las que podemos llamar ocasionales (que son también las más elitistas), pues se consulta a las personas si han realizado tales prácticas en el último año, y las denominadas frecuentes, pues se interroga sobre su realización en el último mes o si se «suele realizar».

¿Qué se observa en relación con la evolución de las prácticas que hemos denominado ocasionales? Constatamos en los indicadores disponibles (Ministerio de Cultura, 2024) el aumento del porcentaje de población que visita monumentos y yacimientos (pues este grupo pasa de un 35,6 % a un 50,8 % de la población; aumenta un 15,2 %), que visita museos, exposiciones y galerías (aquí la penetración aumenta de un 38,2 % a un 46,7 %, esto es, un total de 8,5 puntos porcentuales), que lee libros (de un 57,7 % a un 65,8 %, lo que supone un aumento de 8,1 puntos porcentuales), que visita o accede por Internet a una biblioteca (aquí se pasa de un 19,2 % a un 26,8 %, con un aumento de 7,6 puntos porcentuales) y que va al cine (de un 52,1 % a un 57,8 %, un aumento de 5,7 puntos porcentuales). Se observa un crecimiento mucho más moderado de prácticas como visitar archivos (el porcentaje aumenta aquí 3,2 puntos, al pasar de un 3,9 % a un 7,1 %) y asistir a espectáculos de artes musicales, categoría que incluye los conciertos de música clásica y los conciertos de música actual (aumento de tres puntos porcentuales, al pasar de 31,2 % a 34,2 %) y de artes escénicas, lo que agrupa la asistencia al teatro, a la ópera, a la zarzuela, a la danza o al circo (en esta categoría el aumento es muy leve, solo de 1,8 puntos porcentuales, al pasar de un 29 % a un 30,8 % del porcentaje de quienes participan en estas prácticas).

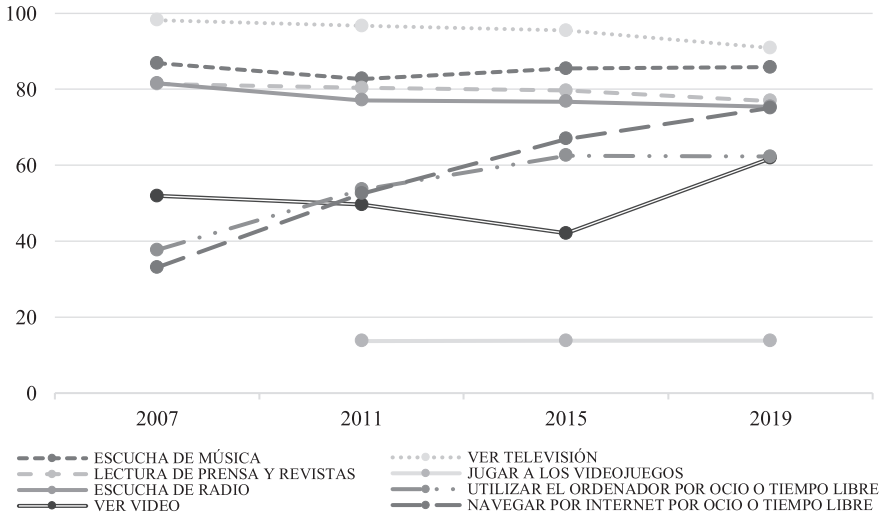
Gráfico 92.4. *Penetración de las prácticas culturales ocasionales (2007-2019, % de la población que reconoce prácticas en el último año)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

¿Qué ha sucedido en el ámbito de las prácticas culturales frecuentes? Los cambios se plasman en el gráfico 92.5.

Gráfico 92.5. *Penetración de las prácticas cultuales frecuentes (2007-2019, % de la población que reconoce prácticas en el último año)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Constatamos, en primer lugar, pequeños pero sintomáticos descensos de quienes realizan prácticas culturales centrales durante el siglo xx, como son ver la televisión, leer publicaciones periódicas y escuchar la radio. Así, el porcentaje de población que reconoce haber visto la televisión en el último mes pasa del 98 % al 90 % del total, lo que representa una significativa desconexión de la televisión de un 8 %. Esta también será observable en la reducción de los tiempos de consumo medio diario televisivo, que según datos de la AIMC (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación, 2024) ha pasado de los 226 minutos de 2001 a los 187 de 2023, lo que representa un descenso de algo más de un 17 % (por supuesto, esta caída, como el resto, no afecta del mismo modo a los distintos grupos).

En segundo lugar, la población que participa en la lectura de publicaciones periódicas se ha reducido en un 5 %, al pasar de un 81 % de la población a un más moderado 76 %.

Por último, la menor penetración de la radio se expresa tanto en la caída de un 5 % de la población oyente (que pasa del 81,6 % al 76,8 %) como en el tiempo de consumo medio de radio al día por habitante, si bien es necesario explicar este último dato, ya que en realidad el consumo en España en el año 2000 fue muy similar al de 2023 (noventa y cuatro y noventa y tres minutos, respectivamente). El consumo medio de radio se elevó en 2001 y

alcanzó su mayor nivel en 2003 (ciento dieciocho minutos de media), nivel en el que ha permanecido la mayor parte de este cuarto de siglo, pero regresó a cifras por debajo de los noventa y cinco minutos a partir del año 2020. De este modo, la media de consumo diario por habitante en todo el periodo expresa mejor el retroceso real de este gran clásico, pues esta media fue de 104,47 minutos, mientras que, en los tres últimos años, el consumo estaba por debajo de los noventa y cinco minutos diarios. En resumen, la radio sí ha experimentado un retraimiento como práctica cultural habitual del conjunto de la población.

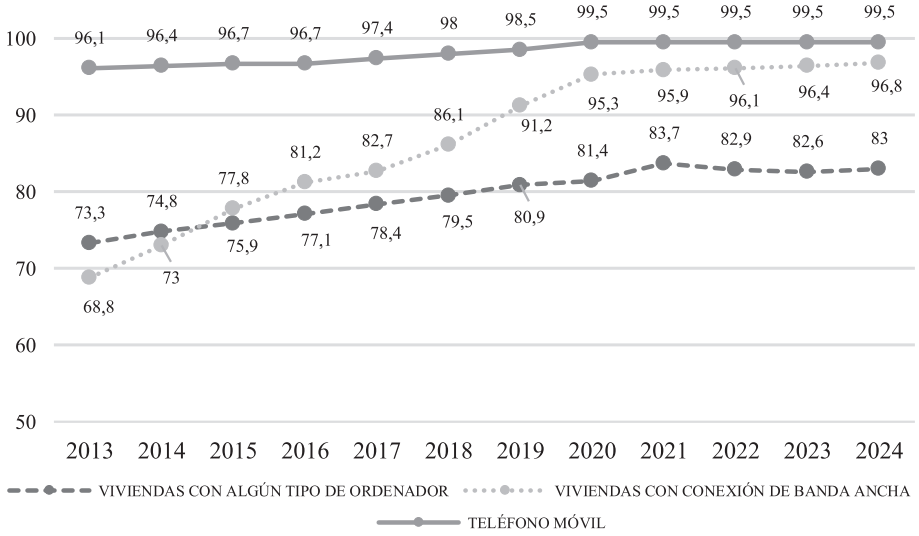
Dos prácticas se han mantenido estables entre la población, una mayoritaria y la otra minoritaria: la escucha de música y los videojuegos. La escucha de música se ha mantenido en el entorno de la penetración del 85 % (ha pasado de un 86,9 % a un 85,8 %), mientras que los videojuegos se han mantenido y han pasado de 13,7 % de penetración a un 13,8 %.

En verdad, las prácticas que han experimentado un aumento muy importante, las grandes protagonistas del periodo, son la navegación por Internet (que pasa de un 33,1 % a un 75,1 % de la población, con un marcado aumento de cuarenta y dos puntos porcentuales que alcanzará los cuarenta y ocho puntos en 2022) y el uso del ordenador (que aumenta en 22,5 puntos porcentuales al pasar de 37,7 % al 62,3 % de la población). El aumento de población que reconoce el visionado frecuente de videos también es significativo, si bien aquí el contraste entre los datos de 2007 y 2019 resulta de nuevo engañoso, pues la primera fecha corresponde a un año en que los videoclubs habían iniciado su declive, pero no habían alcanzado sus peores datos (el alquiler de películas era todavía una práctica relativamente popular), con otro en que las plataformas de pago por streaming estaban experimentando un importante avance, mientras entre ambas fechas el visionado de videos experimentó una notable caída. Por ello, el aumento de la práctica se observa con mayor claridad si contrastamos los datos de 2015 y los de 2019 y aún más si atendemos a los de 2022, pues la pandemia dio un impulso definitivo a la extensión de este tipo de plataformas. Entre 2015 y 2019, se dio un significativo aumento de 19,7 puntos porcentuales en esta práctica, ya que se pasó de un 42,1 % de la población al 61,8 %, y, entre 2015 y 2022, el aumento fue de treinta y cuatro puntos porcentuales, al alcanzar en dicho año esta práctica a un 76,2 % de la población.

Así pues, ha sido este el periodo de asentamiento de las prácticas digitales. Los indicadores confirman lo que toda la ciudadanía percibe: que se ha producido un gran cambio en los tipos de práctica cultural frecuente al incorporarse gran parte de la población a la navegación por Internet y al uso del ordenador por ocio y tiempo libre. De estas transformaciones dan cuenta los siguientes indicadores, representados en los gráficos 92.6, 92.7 y 92.8: la evolución de la penetración de los dispositivos digitales en el hogar, el tiempo dedicado a la navegación en Internet en España y la existencia de usos culturales en esa navegación. Especialmente destacable nos parece el dato referido al tiempo medio diario de

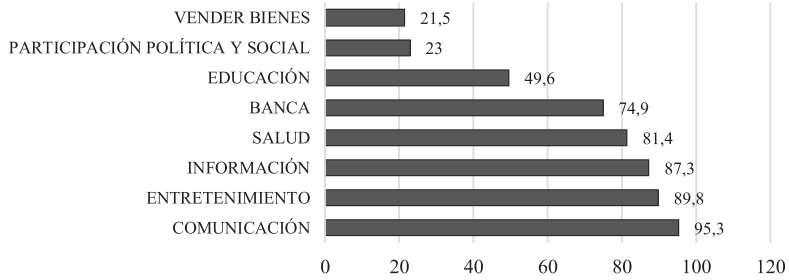
navegación en Internet por habitante en España, pues en 2024 ha alcanzado la cifra de 243 minutos, lo que informa no ya de las transformaciones de la cultura, sino del cambio en los estilos de vida en nuestro país.

Gráfico 92.6. *Penetración de los equipamientos TIC en los hogares (2013-2024, % de hogares)*



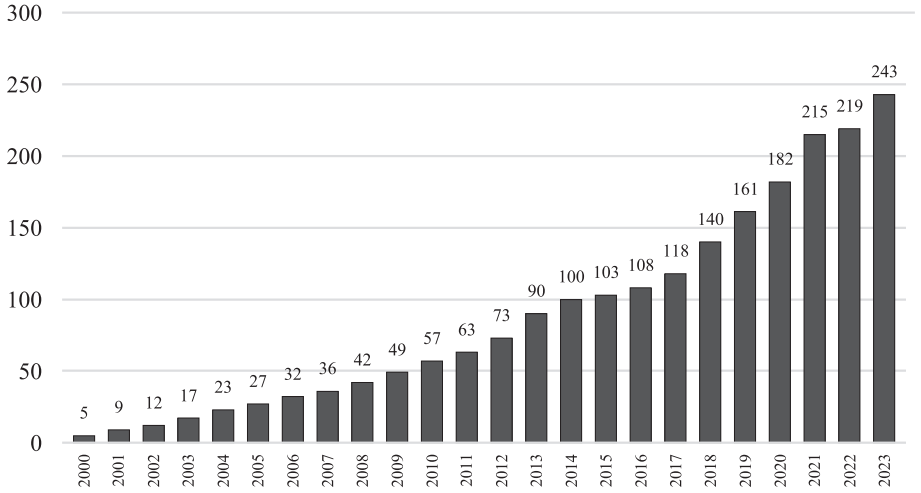
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2024), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares.

Gráfico 92.7. *Actividades en Internet en los tres último meses (2024, porcentaje de penetración de la práctica en la población)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2024), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares.

Gráfico 92.8. *Tiempo medio diario de navegación en Internet por habitante en España (2000-2023, en minutos)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la AIMC (2024), Marco General de los Medios en España.

92.4. La digitalización en las prácticas culturales y sus efectos

Una vez hemos constatado la penetración de las prácticas culturales digitales, abordaremos de manera más precisa algunos de sus efectos en la participación cultural. Distinguimos cuatro grandes aspectos del proceso de digitalización sobre las prácticas culturales. En primer lugar, la digitalización viene transformando la difusión, el acceso, la reproducción y el almacenamiento de ciertas obras o prácticas culturales, lo que incide en su coste. En segundo lugar, la digitalización induce, a partir de las modificaciones anteriores, una diversificación sin precedentes de las posibilidades de participación cultural de la población. En tercer lugar, la digitalización incide en los canales, los tiempos y los lugares de la práctica cultural y, de ahí, en otros aspectos de esta. En último lugar, la digitalización se va incorporando cada vez más a la propia creación cultural. Nos detendremos aquí en los tres primeros aspectos.

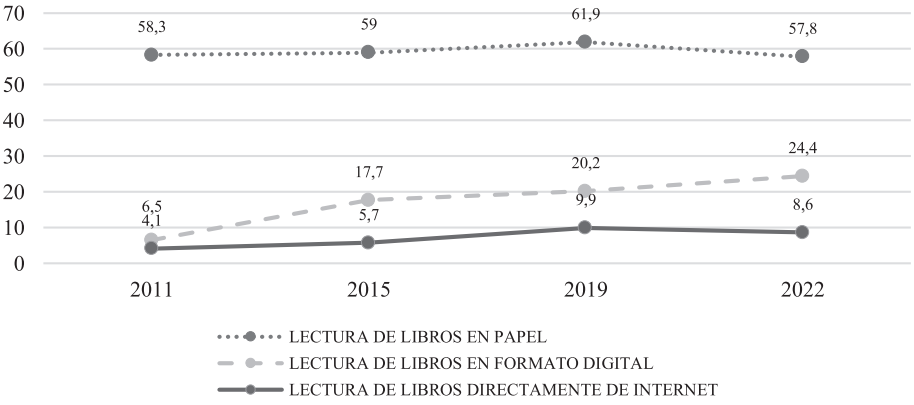
92.4.1. Transformación de la difusión, el acceso, la reproducción y el almacenamiento de obras o prácticas culturales

Las prácticas culturales más directamente afectadas por la digitalización de su difusión, acceso, reproducción y almacenamiento han sido la lectura de libros y de publicaciones periódicas, la audición de música y el

visionado de películas y series, si bien el grado en que los ciudadanos se han sumado a estos procesos de digitalización ha variado y varía de manera notable de unas a otras.

En lo que respecta a las prácticas lectoras, se observa que la incorporación del formato digital a los libros ha adoptado un ritmo sosegado, pero sostenido en el tiempo, mientras que este ha sido más rápido y rotundo en el caso de las publicaciones periódicas. En 2022, quienes optaban en España (Ministerio de Cultura, 2024) por el formato digital para la lectura de libros constituían solo el 43 % de la población frente a los que elegían el formato en papel. Sin embargo, este porcentaje alcanza el 70 % cuando nos referimos a la lectura del total de las publicaciones periódicas (lo que incluye la prensa de información general, la prensa deportiva y las revistas periódicas) y, en el caso de la lectura de prensa de interés general, el porcentaje de adeptos es aún mayor. De este modo, la lectura digital de la prensa se ha impuesto a la lectura en papel y no solo en España. En nuestro país, un 74 % de los lectores de noticias eligen los medios digitales, de modo que se reduce la lectura de periódicos en papel a un 20 o 25 % de la población (AIMC, 2024, pp. 47-52), lo que ha llevado a muchos medios a desarrollar modelos de suscripción digital.

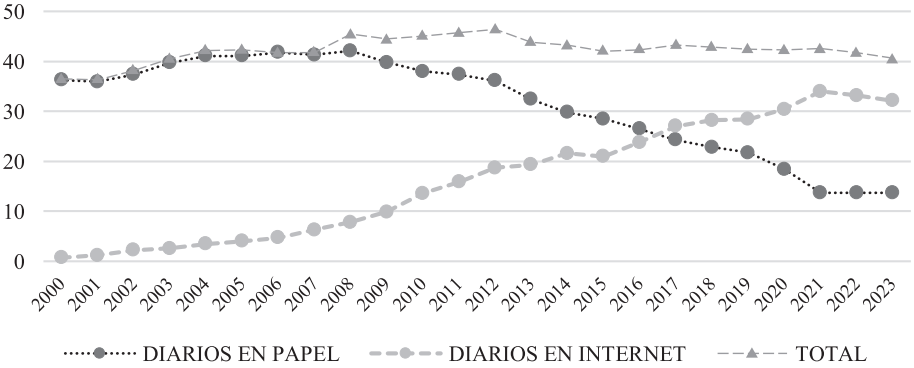
Gráfico 92.9. *Lectura de libros según soporte utilizado (2011-2022, porcentaje de población que utiliza)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Esta desigual introducción de la digitalización de libros y publicaciones periódicas puede explicarse por la adecuación de las tecnologías digitales a la demanda de renovación de contenidos que caracteriza a los segundos, especialmente a la prensa, y no así a los primeros. Además, la lectura de libros parece estar asociada a representaciones y rituales más sólidos (Chartier, 1994; Darnton, 2010) que los que intervienen en la lectura de la prensa, lo que preserva la edición de libros en papel.

GRÁFICO 92.10. *Penetración de la lectura de prensa diaria según soporte (2000-2023, porcentaje de la población total que lee)*



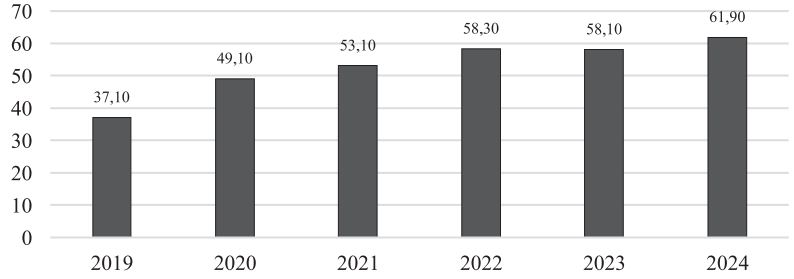
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la AIMC (2024), Marco General de los Medios en España.

La digitalización de la escucha de música ha sido aún más rápida que la digitalización de libros y publicaciones, pues las innovaciones técnicas que facilitaron la digitalización del sonido tuvieron lugar en los años ochenta, hecho que condujo al lanzamiento de la venta del primer CD (*compact disc*) en octubre de 1982 (*52nd Street*, de Billy Joel). Se daba así un paso importante para la desmaterialización de la música a la que pronto se sumó todo el sector. La edad de oro del CD, no obstante, sería breve, pues pronto se impondría la venta mediante descarga directa de archivos digitales por Internet (o la mera descarga, legal o no), así como la escucha directa a través de plataformas musicales. Según datos de GfK DAM (2024) para 2023, cerca de veinticuatro millones de usuarios acceden cada mes a las plataformas de música Spotify, iVoox, Dailymotion y Podimo. A diario, estas plataformas cuentan con siete millones de usuarios. Spotify es la plataforma dominante. Inició su andadura en nuestro país en 2008 y cuenta con cuatro millones de socios prémium en España (626 millones en el mundo) y dieciséis millones de usuarios. Le siguen YouTube Music, con casi cuatro millones, Mi Music y Amazon Music (GfK DAM, 2024). De este modo, casi un 75 % de los ingresos del sector de la música española provienen ahora del streaming (reproducción de audio, vídeo y otros contenidos multimedia en un dispositivo en tiempo real a través de Internet).

Por último, la digitalización del visionado de películas y series también está asociado a la aparición de plataformas de pago, lo que ha supuesto la emergencia de un nuevo sector dentro de la industria audiovisual.

Netflix es en la actualidad la plataforma dominante. En 2024, ha sido contratada por un 43,4 % de los hogares españoles con conexión a Internet que contrata este tipo de plataformas, seguida de Amazon Prime Video (por un 21,2 %), Movistar Plus+ (17,7 %), Disney Plus (6,8 %), HBO Max (por un 5 %) y otras (5,1 %). Además, según datos del CNMC, en 2024, solo el 35,2 % de los hogares abonados a este tipo de servicios contrató una única

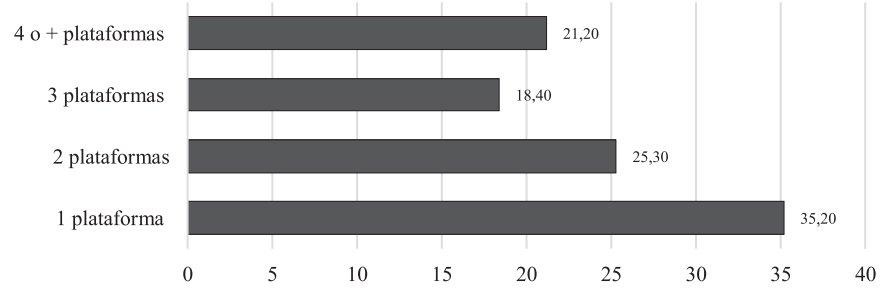
Gráfico 92.11. *Contratación de plataformas de video en línea en España (2019-2024, % de hogares con Internet que contrata)*



Nota: En todos los casos el indicador se refiere al panel de hogares del segundo trimestre de cada año.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la CNMC (2023 y 2024), Panel de Hogares.

plataforma: el 64,9 % contrata al menos dos de ellas y el porcentaje de hogares que contrata cuatro o más plataformas alcanza ni más ni menos que el 21,2 %.

Gráfico 92.12. *Contratación de plataformas de video en línea en España (2024, % del número de plataformas contratadas)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la CNMC (segundo trimestre de 2024), Panel de Hogares de la CNMC.

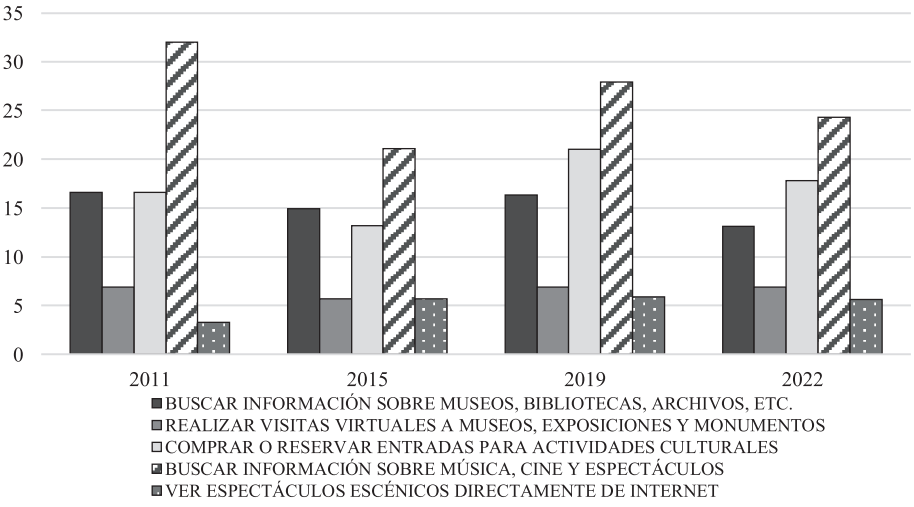
Por lo demás, a estas formas de digitalización de los productos culturales que podemos calificar de sustanciales, ya que transforman el formato mismo del bien cultural, cabe añadir otras que consideramos no sustanciales y que han afectado tanto a las prácticas culturales aludidas como a prácticas externas al hogar como son la visita a museos y monumentos históricos o la asistencia a artes escénicas y musicales. Estos últimos bienes y servicios culturales –no digitalizables del mismo modo como lo son la música, el vídeo, o los textos– han visto digitalizarse sus procesos de publicidad, información, planificación y acceso. De hecho, según datos del *Anuario de Estadísticas Culturales* del Ministerio de Cultura (2024), este ha sido uno de los usos característicos de la navegación por Internet.

Es cierto, al mismo tiempo, que la tentación de digitalizar sustancialmente bienes culturales en vivo y en directo es constante, lo que se observa en

su registro y transformación en archivos audiovisuales digitales consumibles mediante teleparticipación, a pesar de que la presencialidad es una de las condiciones fundamentales de estas prácticas. Se explica así el rodaje y la posterior difusión pública de estos bienes, tal y como se pone de manifiesto, por ejemplo, en la política adoptada por los más importantes museos del mundo y que se ha orientado a la configuración de los llamados «museos virtuales»; el Museo Británico, el Louvre, el Prado, los Museos Vaticanos o la Galería de los Uffizi son algunas de las instituciones que han procedido a la creación de muestras digitales de sus colecciones.

La misma política se ha desarrollado en el ámbito del teatro, la ópera, la danza o la zarzuela, que han encontrado una notable difusión a través de Internet; en este sentido destaca el papel sin precedentes la plataforma YouTube. Por supuesto, este proceder ha suscitado un intenso debate sobre la verdadera naturaleza de estos bienes culturales (Cabur, 2015; Causey, 2016; Chatzichristodoulo, 2012; Cornago, 2004; Dixon y Smith, 2007; Giannachi, 2004; Romera, 2013). No cabe duda de que la mediatización facilita una teleparticipación de prácticas culturales orientadas a la presencialidad que, si bien no puede conservar el aura del directo, permite niveles o formas nada desdeñables de apropiación cultural, sobre todo cuando los sistemas de reproducción tienen la calidad técnica de los sistemas actuales. Gracias a ello, estos bienes se hacen más fácilmente accesibles a colectivos con menor movilidad o menos recursos. El gráfico 92.13 da cuenta del alcance de estas distintas formas de digitalización de los bienes culturales.

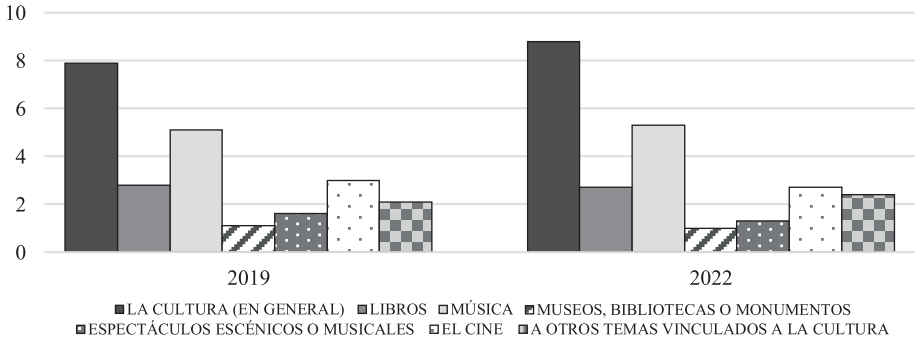
Gráfico 92.13. *Otros usos culturales en Internet: publicidad, información, acceso (2011-2022, porcentaje de población que realiza esas prácticas)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Por último, debemos hacernos eco de otra forma de actividad cultural: la participación en espacios de debate en Internet en torno a temas culturales, una participación que todavía es muy minoritaria (no alcanza el 10 % de penetración), pero que podría experimentar un desarrollo futuro. El Ministerio de Cultura empezó a recabar datos al respecto en 2019.

Gráfico 92.14. *Otros usos culturales de Internet (2019 y 2022, % de penetración en la población)*



Pregunta: ¿Ha interactuado virtualmente mediante foros, mensajes, likes, redes sociales en temas vinculados a [...]?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

92.4.2. Diversificación y ampliación de la oferta de bienes culturales

El segundo gran aspecto de la digitalización se refiere a la ampliación de las posibilidades de la participación cultural de la población. Esta ampliación es consecuencia de la extraordinaria diversificación de los bienes culturales y su digitalización y puesta en circulación en Internet. En realidad, esta es una transformación que podemos calificar de extraordinaria. Spotify presume de poner «en la palma de la mano» de sus usuarios un catálogo con cincuenta millones de canciones y setecientos mil pódcast (Spotify, 2024). Netflix, por su parte, dispone de un catálogo que supera los diecisiete mil títulos (JustWatch, 2024). Por último, la digitalización de libros convierte la biblioteca de cualquier lector actual en una auténtica biblioteca de Alejandría en comparación a las colecciones privadas anteriores a la revolución digital. Estamos, en resumen, y según los términos de Spotifty, en «la edad dorada de los contenidos».

Esta ampliación tiene efectos muy positivos en términos generales, pues permite un acceso a los bienes culturales antes impensable para amplios sectores de la población. No obstante, no cabe ingenuidad alguna respecto a los efectos de este proceso, pues los niveles de esta ampliación y sus fundamentos sociodemográficos suscitan perturbaciones que ponen en duda que el incremento de los bienes culturales redunde necesariamente en el disfrute, expresión y desarrollo cultural de los sujetos. Dos perspectivas críticas destacan

de manera particular en el análisis de las ambivalencias y efectos no deseados de esta proliferación de los bienes culturales que torna nuestro mundo en una Abadía de Thélème cultural.

La primera de ellas nos remite a la tesis de Georg Simmel sobre la tragedia de la cultura, que, para este autor, era el resultado de la «emancipación del espíritu objetivado» y desembocaba en el «continuo estar-estimulado del hombre de cultura», que, a su juicio, abocaba a un «mero conocer o disfrutar de miles de cosas que nuestro desarrollo no puede englobar en sí y que permanecen en él como lastre». Los contenidos se habían tornado «cualitativa y cuantitativamente inadecuados» (Simmel, 2008).

Cuando Simmel planteaba esta problemática, la acumulación de bienes culturales era incomparablemente menor que la actual, pero la digitalización ha saturado el mundo de productos culturales en un grado que ni el propio autor pudo imaginar. Ahora bien, dada la precocidad y el acierto de los análisis de Simmel, muchos autores y analistas actuales han retomado su perspectiva, como es el caso de Weinberger (2011), Morozov (2011), Carr (2010) y Han (2010; 2014). Todos estos autores inciden finalmente en sus trabajos en el grado en que la sobrecarga de estímulos culturales actúa, al fin, más como un impedimento que como nutriente del desarrollo cultural de las personas.

La segunda perspectiva viene dada por el paradigma bourdiano de la distinción y gravita sobre el supuesto de que la «densidad del capital cultural objetivado» social y geográficamente no garantiza su apropiación (Bourdieu, 1998, p. 104). Tanto la disposición cultural como la competencia cultural son correlativas al nivel de instrucción, de modo que:

> Las probabilidades que un grupo puede tener de apropiarse una clase cualquiera de bienes singulares […] dependen, de una parte, de sus capacidades de apropiación específica, definidas por el capital económico, cultural y social que puede utilizar para apropiarse material o simbólicamente los bienes considerados (Bourdieu, 1998, p. 226).

De lo dicho resultaría que la ampliación del acceso a los bienes culturales no garantizaría su apropiación ni tan siquiera la coincidencia de los sujetos con esos bienes en el infinito espacio digital, pues se carece del necesario capital cultural incorporado.

Por nuestra parte, sin embargo, sí valoramos positivamente esta ampliación del acceso brindada por la digitalización, pues gracias a ella los sujetos disponen de bienes culturales de todo tipo y condición, con lo que esto puede entrañar para su desarrollo, sobre todo si nuestra perspectiva de la cuestión va más allá de reconocer la participación cultural como un escenario más de la «lucha cotidiana de clases» (Bourdieu, 1998, p. 65) y está abierta a comprender existencia de insoslayables necesidades culturales en el ser humano a cuya satisfacción bien puede contribuir la sociedad digital. Hoy es posible conmoverse con una melodía desconocida, captarla de inmediato con una aplicación instalada en nuestro smartphone y acceder a ella cuantas veces deseemos para disfrutar de los beneficios de la escucha de música.

92.4.3. Incidencia de la digitalización en los tiempos, lugares y modos de la participación cultural

Llegamos así al tercero de los aspectos de la digitalización: su incidencia en los tiempos, lugares y modos de la práctica cultural. Adelantaremos nuestra conclusión: observamos un fenómeno de implosión-explosión de los espacios de las prácticas culturales que incide en una diseminación y, en muchas ocasiones, en una fragmentación de sus tiempos que, finalmente, ha introducido cambios en los modos de consumo.

Hablamos de implosión porque la digitalización ha disparado las prácticas culturales en el hogar, hecho que ha favorecido una «domesticación» y, por tanto, una privatización de la cultura que, aunque tenía su precedente histórico en la imprenta, se profundizó enormemente en el siglo xx con la invención de la radio y la televisión, así como con la del resto de tecnologías domésticas de reproducción musical, primero, y audiovisual, después. La digitalización también se ha sumado al proceso de ampliar las posibilidades de participación cultural en el hogar dada la oferta cultural disponible, si bien a esta implosión también ha contribuido durante el periodo considerado la pandemia del COVID-19 y los subsiguientes confinamientos domiciliarios, sobre todo por la adquisición y actualización de tecnologías digitales en los hogares a que dio lugar.

Al mismo tiempo, sin embargo, también hablamos de «explosión» en virtud del desarrollo de prácticas culturales fuera del hogar que se ha visto propiciado por la conexión móvil a Internet y los avances tecnológicos incorporados en los nuevos dispositivos móviles. De este modo, a las prácticas que ya antes de la digitalización podían desarrollarse fuera del hogar, la escucha de radio y de música y la lectura de prensa y libros, se suman ahora la navegación por Internet, la escucha de pódcast o el visionado de videos (películas, series). Ilustraremos la idea con la retórica de Spotify: «tenemos el catálogo global de audio digital en la palma de nuestra mano […] en nuestros coches y en nuestras casas […] viene con nosotros tanto si estamos en movimiento como relajándonos, en casa, de viaje o de camino» (Spotify, 2024).

Este proceso ha introducido cierta transformación de los modos de la participación cultural, en la línea de su fragmentación, lo que ha promovido la subsiguiente adaptación de la oferta de bienes culturales. Algunas de sus expresiones más características son la proliferación de pódcast y la difusión de microvídeos. Esta transformación ha inducido un gran número de investigaciones sobre la materia, muchas de las cuales han retomado los argumentos que Alexis de Tocqueville formuló sobre la transformación de las prácticas y las obras de la cultura en las sociedades democrático-igualitarias.

> Como no pueden disponer sino de un tiempo muy limitado para dedicarse a las letras, quieren aprovecharlo todo entero, y gustan por eso de los libros que se consiguen con facilidad, que se leen pronto y que no exigen estudio particular para entenderse. Quieren bellezas fáciles que se demuestren por sí mismas y que se puedan gozar al instante; aman, sobre todo, lo inesperado y lo nuevo y,

> habituados a una existencia práctica, agitada y monótona, tienen necesidad de emociones vivas y rápidas, de claridad, de verdades o de errores brillantes que los saquen al momento de sí mismos y los introduzcan de repente y como por la fuerza, en medio del asunto (Tocqueville, 1957, p. 433).

Este planteamiento se conjuga en muchos casos con la línea crítica de Adorno y Horkheimer (1994) en La industria cultural al sumar la consideración de la dimensión deshumanizadora, alienante y totalitaria del sistema unitario conformado por el conjunto de las industrias del entretenimiento:

> La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras […] la «adaptación» experimental de una composición de Beethoven se hace según el mismo esquema con el que se lleva una novela de Tolstoi al cine. […] Durante el tiempo libre el trabajador debe orientarse según la unidad de producción. […] El número medio de palabras de una historia corta es intocable. Incluso los gags, los efectos y los chistes están calculados como armazón en que se insertan. Son administrados por expertos especiales y su escasa variedad se deja distribuir, en lo esencial, en el despacho. La industria cultural se ha desarrollado con el primado del efecto, del logro tangible, del detalle técnico sobre la obra, que una vez era la portadora de la idea y fue liquidada con esta (Adorno y Horkheimer, 1994, pp. 166-171).

En efecto, estas tendencias negativas se pueden ver agravadas por la digitalización y la posibilidad de una participación cultural hiperfragmentada.

Distintos análisis e investigaciones están abordando los peligros asociados. En el campo de la lectura, Liu (2005) ha señalado de qué modo la pantalla impone sus propias condiciones a la práctica lectora al erosionar, al menos, algunos de sus efectos positivos: «orientación a la navegación y al escaneo», «detección de palabras clave», «lectura en diagonal y más selectiva», etc.; definitivamente, se dedica menos tiempo a la lectura en profundidad y sostenida. En la misma línea, Baron (2015), sin perder de vista las ventajas de la lectura digital (comodidad, ahorro y amplitud de los bienes culturales), señala sus inconvenientes: la distracción, la multitarea y la falta de concentración. Baron observa, además, el efecto del uso sobre la oferta: los cambios en las formas de leer suponen cambios en la forma de escribir: autores y editores optan por obras más cortas y que no exigen reflexión. Finalmente, Mangen, Walgermo y Brønnick (2013) llevan esta problemática al ámbito de la educación y la adquisición de competencias de comprensión lectora.

Estos mismos argumentos se han planteado al hilo de la digitalización de la escucha de música. Kjus (2016) pone el foco crítico en la creciente dependencia de los usuarios de las plataformas de pago de streaming musical respecto de las recomendaciones de carácter algorítmico de nuevas obras musicales, pues en verdad conducen, en apariencia de forma neutral, a una reducción de la diversidad cultural, ya que, aunque los catálogos musicales

son literalmente inmensos, los mecanismos matemáticos de exploración no lo son y a la larga impiden en realidad descubrir nuevos artistas y estilos, lo que disloca por imperativo técnico y por dejación del consumidor el verdadero conocimiento de la evolución musical. La inducción de esta pasividad es, además, uno de los quid de la cuestión: «el descubrimiento se torna pasivo y es controlado por la plataforma». El resultado es la homogeneización del gusto musical, un efecto ya comprendido por las investigaciones clásicas de las industrias culturales que parece ahora ampliado en virtud de la digitalización. Son célebres los análisis de Horkheimer y Adorno, como los trabajos de este último en materia musical. En relación con el conjunto de las industrias culturales, también Morin (1966) lo había señalado, relacionándolo con la tendencia a la concentración burocrática de la industria cultural y al ánimo de lucro que guía todo el sistema, lo que llevaba a la estandarización y el conformismo de los productos, en detrimento de las vanguardias y de la experimentación, por más que las crisis periódicas supusieran la introducción de alguna novedad o «electrodo negativo» con el fin de reconectar con el público.

Kjus también destaca cómo la fragmentación de la escucha, como la de la lectura, lleva a una especie de participación ansiosa, observable en el cambio rápido de canción o en la reproducción de fragmentos de las canciones. Por último, señala el autor, la posibilidad de acceso a millones de canciones altera la conexión profunda con la música, mientras la compra o la adquisición de un álbum implicaba un compromiso mayor y un vínculo más duradero con la música. Son materias que habían sido ya abordadas por Hagen en 2015 y ampliadas por Bonini y Gandini en 2019.

En lo que atañe al impacto de la digitalización en las formas de apropiación de los videos, series y películas, los estudios críticos han continuado aunando las sensibilidades tocquevillianas y francfortianas, de modo que, junto con las temáticas anteriores, han abordado fenómenos como el «consumo multipantalla» y el binge-watching («atracón de series», consistente en ver capítulos de la misma serie de forma continua y no de forma periódica).

Tryon (2013) se refiere a ambos fenómenos. El consumo multipantalla (second-screen o multi-screen) supone que los usuarios utilizan de manera cada vez más marcada dispositivos secundarios (como teléfonos, tabletas o computadoras) mientras ven una película o serie, de modo que se simultanean usos culturales: se puede estar participando en redes sociales o consultando información sobre lo que se está viendo (o sobre cualquier otro asunto). Esto fragmenta la atención del espectador y altera la experiencia tradicional de ver una película o serie. Todo ello lleva a este autor a plantear el desarrollo de una «economía de la atención» en el consumo audiovisual, resultado de la implacable competencia entre las plataformas de streaming por captar la atención del espectador, al desarrollar algoritmos de recomendación y contenido personalizado. Respecto al fenómeno del binge-watching, que se asocia, sobre todo, al auge de plataformas como Netflix, el mismo autor pone el foco en el hecho de que este uso termina por afectar el diseño audiovisual, de modo que, al final, películas y series se conciben para ser vistas de forma seguida, no espaciada, lo que termina afectando la configuración de la trama, de los personajes y la estructura narrativa.

Lopes da Silva (2020), por su parte, extiende el concepto de binge al conjunto de las prácticas audiovisuales vinculadas al consumo digital, de manera que el exceso caracteriza la cantidad del contenido representado (binge-watching), la búsqueda de contenido (*binge-searching*) y el ritmo del contenido representado (*speed-watching*).

92.5. La clase social y la participación cultural

El estudio de la participación y el gusto culturales en relación con la clase ha estado muy presente en la sociología desde la década de los ochenta en gran medida gracias al impacto de la obra de Pierre Bourdieu. Desde planteamientos muy críticos, en línea con las llamadas «teorías de la reproducción social» y con una importante impronta de la visión weberiana de la estratificación social, Bourdieu consiguió hacer de la relación entre cultura y clase una de las cuestiones centrales del debate sociológico. Además, el peso de su obra a lo largo de varias décadas ha dado lugar al desarrollo de un cauce investigador vastísimo, donde no han faltado posturas encontradas, pero que ha terminado por configurar una comprensión y un conocimiento notables de las dimensiones de la participación cultural en su relación con la clase social. Gracias a ello sabemos que la clase social incide de forma directa en los gustos y prácticas culturales de la población y que la educación, especialmente muy vinculada a la posición económica, facilita o dificulta las posibilidades de apropiación de los bienes culturales y el interés por estos. Además, los datos vienen indicando que las personas con mayor nivel educativo tienden a desarrollar también una mayor amplitud cultural (Bennett, 1998) y, por tanto, disponen de mayores posibilidades de desarrollo y expresión culturales.

¿Qué se observa en el caso español respecto al papel de la clase en la participación cultural? Para responder a esta cuestión de manera adecuada, nos detendremos primero a realizar un breve examen sobre el estado de la educación de la población española, considerando sobre todo la particular distribución de los distintos niveles educativos en nuestro país. Tras ello, abordaremos la influencia de la clase sobre las prácticas analizando tres grandes variables: el gasto cultural en España, la penetración de las distintas prácticas culturales y, por último, las actitudes y representaciones respecto de la cultura. Podremos así constatar que la clase sigue siendo la gran variable independiente de la actividad cultural en nuestro país, aunque no en todas las prácticas y sin que esta impida el concurso de otras variables. Por último, nos detendremos muy brevemente en la organización territorial de estas desigualdades dada la heterogénea distribución de la riqueza y la formación entre las distintas comunidades autónomas.

92.5.1. El nivel educativo en España: avances y debilidades

Los indicadores empíricos resultantes de las grandes encuestas elaboradas por los organismos públicos en nuestro país desde principios de siglo

contemplan de manera clara el nivel educativo en relación con el gusto, las actitudes y las prácticas culturales, si bien el nivel de ingresos no ha recibido la misma atención [2]. Creemos, no obstante, que el conocimiento del nivel educativo no es un mal camino para acceder a la clase social de los sujetos, pues, aunque sería deseable contar con datos tanto del capital económico como del capital escolar, la educación es la dimensión de la posición social que se ha mostrado más efectiva en la configuración de la participación cultural. Por lo tanto, nos ceñiremos a esta. ¿Qué se observa en el caso español? Indudablemente, en nuestro país se ha producido un gran avance en materia educativa entre los años 2002 y 2022 por los siguientes motivos.

a) Se ha reducido en torno a la mitad el porcentaje de la población analfabeta en España (del 3,09 % de la población mayor de dieciséis años en 2002, al 1,3 % de 2023 y el 1,2 % de 2022 (INE, 2021-2023).
b) Se ha logrado un descenso notable del abandono escolar temprano (aquí el grupo de referencia es la cohorte comprendida entre los dieciocho y los veinticinco años), pues se ha pasado de una media de 32,2 % en 2004 a un 13,9 % en 2022 (INE, 2023).
c) El grupo formado por la población con un nivel educativo bajo ha dejado de ser mayoritario y ha disminuido en favor de niveles educativos superiores, pues de agrupar al 53,1 % de la población en 2002 ha pasado a un 32,1 % en 2022 (Eurostat, 2004-2023).
d) Se ha producido un importante incremento del grupo de población con nivel educativo alto, que ha pasado a ser el más numeroso en nuestro país, pues, mientras incluía al 27,6 % de la población en 2002, en 2022 supone el 44,8 %, siempre para el grupo de edad comprendido entre los veinticinco y los cincuenta y cuatro años (Eurostat, 2004-2023).
e) Con todo ello, además, las mujeres han alcanzado una «ventaja educativa» que, si bien no se da en todas y cada una de las dimensiones educativas, sí es mayoritaria y significativa, lo que ha permitido invertir una tendencia histórica. Así, siempre según datos de Eurostat (2004-2023), en la generación comprendida entre los veinticinco y los treinta y cuatro años, las mujeres han superado ampliamente a los varones en lo que respecta al nivel educativo, ya que el porcentaje de quienes logran solo un nivel educativo bajo se ha reducido mucho de forma mucho más drástica entre las mujeres (en 2022, representa a un 31,7 % de los varones de dicho grupo y a un 21,3 % de las mujeres) y el porcentaje de mujeres que logran niveles educativos altos ha crecido mucho más de lo que lo ha hecho el de los varones (un 44,1 % de los varones alcanza dicho logro educativo, frente al 57 % de las jóvenes).
f) En las cohortes de edad más avanzada, la más educada generación del baby boom va remplazando a las cohortes nacidas en la posguerra,

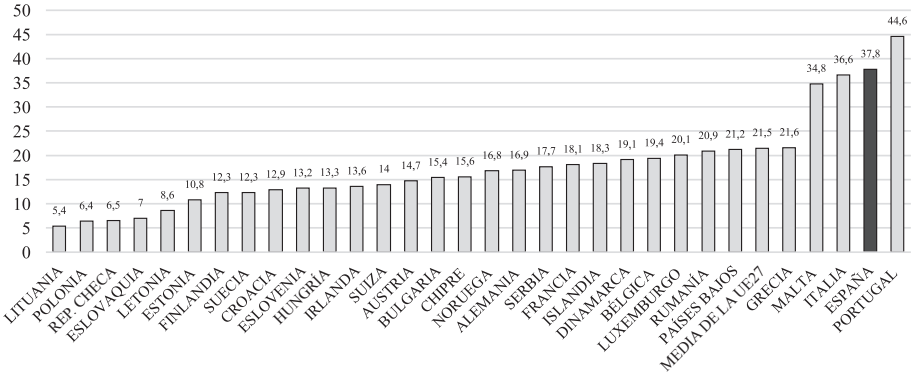
[2] Estas grandes encuestas sí recogen información sobre el nivel de ingresos en relación con el gasto cultural de las personas encuestadas, pero no en relación con la participación cultural; si acaso, se puede analizar la participación cultural en relación con la situación laboral de las personas de la muestra (trabajando, parado, jubilado, estudiando, trabajo doméstico u otros), lo que resulta muy insuficiente. El CIS, por el contrario, en su último estudio sí ha introducido la variable del nivel de ingresos (Estudio CIS [2024] sobre Cultura y estilos de vida).

entre las que el nivel de estudio era mucho menor y se daban más casos de analfabetismo.

Sin embargo, todos estos avances no pueden ocultar la existencia de aspectos negativos en lo que a la educación española se refiere. Los siguientes nos parecen los más significativos.

a) A pesar de los esfuerzos realizados en materia de abandono escolar temprano, España suele liderar el ranking europeo al respecto y es aventajada solo por Rumanía desde 2022 (European Commission, 2024, p. 30).
b) Además, España tiene el segundo mayor porcentaje de población con nivel educativo bajo de toda la Unión Europea para el grupo de edad comprendido entre veinticinco y sesenta y cuatro años (un 37,8 % de esa población), superando la media de la Unión Europea en un 16,3 % (Eurostat, 2004-2023).

GRÁFICO 92.15. *Población con nivel educativo bajo (2022, porcentaje respecto a la población de 25-64 años)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (online data code: edat_lfs_9903)[3].

c) Los avances generales logrados han supuesto una insuficiente reducción de la polarización educativa en nuestro país, la cual se ha cronificado desde hace décadas. Esta polarización persiste porque los grupos de nivel educativo alto y bajo han sido y son los más numerosos.
d) Ciertos indicadores apuntan al desgaste del medio escolar como instancia de movilidad social ascendente. Hay indicios de que las instituciones educativas han dejado de cumplir ese papel esencial de justicia social y se han plegado en mayor medida a una lógica reproductiva de las desigualdades, primero educativas y después de clase (Ministerio de Universidades, 2023, pp. 55-57).

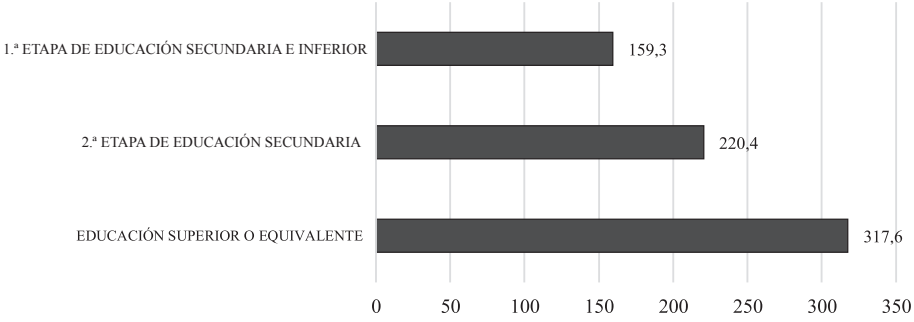
[3] Clasificación Internacional de Tipo de Educación (CITE 2011): inferior a enseñanza primaria, enseñanza primaria y primer ciclo de enseñanza secundaria (niveles 0-2).

Todo ello permite enmarcar el impacto de la clase en la configuración del gasto, las prácticas y las actitudes ante la cultura en el caso español y, más en general, comprender la existencia de ciertas tendencias en las prácticas culturales en términos globales.

92.5.2. El gasto cultural

El gasto privado en cultura constituye un dato importante para la investigación de la participación cultural de una sociedad, pues ayuda a delimitar la amplitud y frecuencia de sus prácticas culturales y contribuye a comprender la importancia concedida a estas. No obstante, el gasto cultural no debe considerarse en todos los casos una variable unívoca y terminante de la participación cultural, pues la caída del gasto no siempre se traduce en una reducción de las prácticas correspondientes ni tampoco revela necesariamente un bajo interés por estas. Sí parece, por el contrario, que el gasto cultural está condicionado de forma clara por la posición social de los sujetos, tanto por el nivel de ingresos [4] como por el nivel educativo, variables que, además, manifiestan una tendencia a la confluencia.

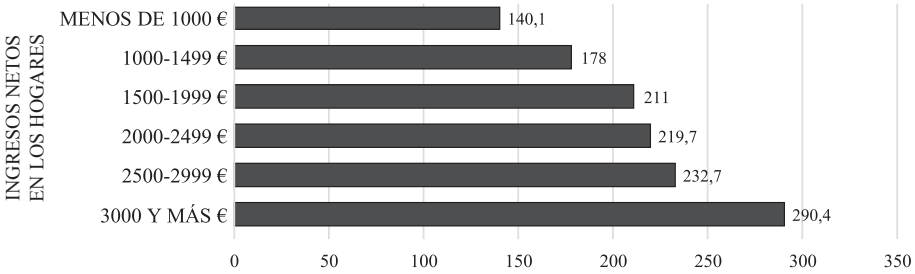
Gráfico 92.16. *Gasto cultural medio por persona y año según nivel de estudios (2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

[4] Desde hace décadas, nuestras instituciones realizan grandes encuestas de las prácticas culturales en España sin considerar el nivel de ingresos de la población encuestada (sí el nivel de estudios, sin embargo), pero ese dato (nivel de ingresos) sí es considerado cuando se trata de analizar el gasto en cultura.

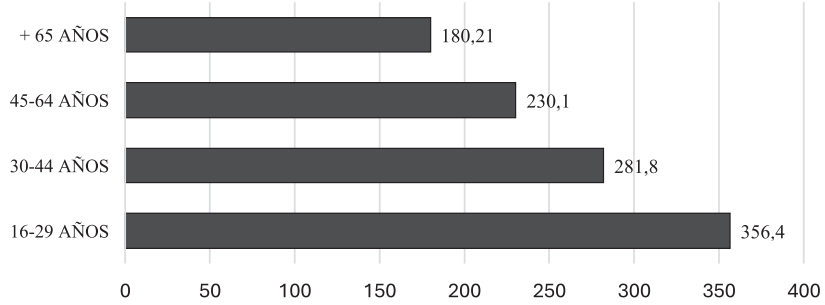
Gráfico 92.17. *Gasto cultural medio por persona y año según nivel de ingresos mensuales netos del hogar (2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Además, a partir de los datos disponibles, parece justificado inferir que la incidencia del nivel escolar en la participación cultural explica a su vez en gran medida, aunque no es una variable suficiente, la distribución del gasto cultural por grupos de edad, pues entre las cohortes jóvenes se da un mayor porcentaje de población con nivel educativo alto que va reduciéndose conforme avanzamos a los escalones más altos de la pirámide de población. En 2023, los jóvenes gastaron una media de 356,4 euros por persona en cultura, gasto que se ha reducido de forma progresiva hasta llegar a los 180,21 euros de media por persona que observamos en el grupo de los mayores de sesenta y cinco años.

Gráfico 92.18. *Gasto cultural medio por persona, año y edad (2023, en euros)*



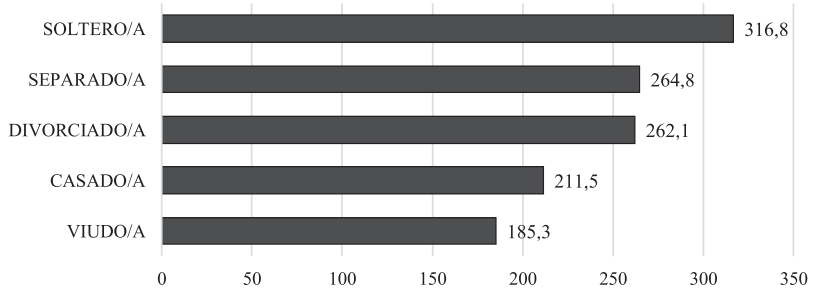
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Al mismo tiempo, no debe pasarse por alto que la edad también está asociada a circunstancias vitales con incidencia indiscutible en los estilos de vida que afectan a la participación cultural fuera del hogar y, con ello, al gasto. Sabemos que la situación de dependencia familiar y, por tanto, residencial, como la formación o no de una familia propia, tienen su peso en el aumento de las prácticas culturales externas al hogar. Este hecho revela la multidimensionalidad de las prácticas culturales, especialmente las externas,

pues a la dimensión significativa añaden una dimensión relacional (además de la social) que debemos tener muy en cuenta.

Lo anterior explica que se dé cierta relación entre el estado civil y el gasto cultural. Las personas solteras (grupo con una dominante juvenil, además) y las personas divorciadas y separadas realizan mayor gasto cultural. Estos grupos son los que suelen estar en los primeros puestos del gasto cultural, con una cierta ventaja por parte del grupo de personas divorciadas, si bien en 2023 han sido los célibes los que han encabezado las estadísticas. Obviamente, el más reducido gasto cultural de las personas viudas también está muy vinculado a la edad y, *por ende*, a un menor nivel educativo.

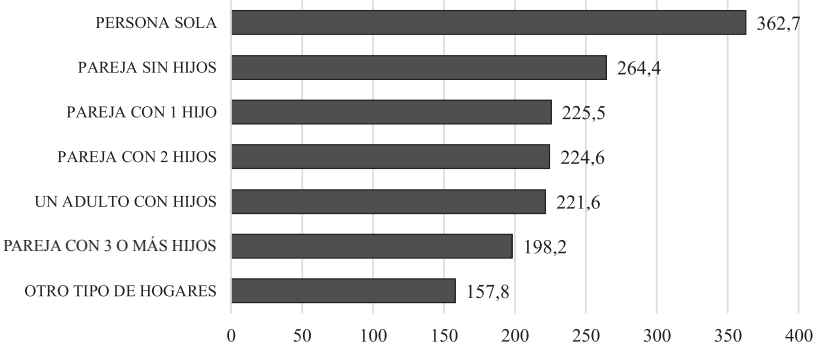
Gráfico 92.19. *Gasto cultural medio por persona, año y estado civil (2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

El análisis de las variaciones del gasto cultural también permite constatar la influencia que ejerce sobre este el tipo de hogar y nos lleva a considerar el peso de los estilos de vida en la vida cultural, el cual también está condicionado por las estructuras familiares.

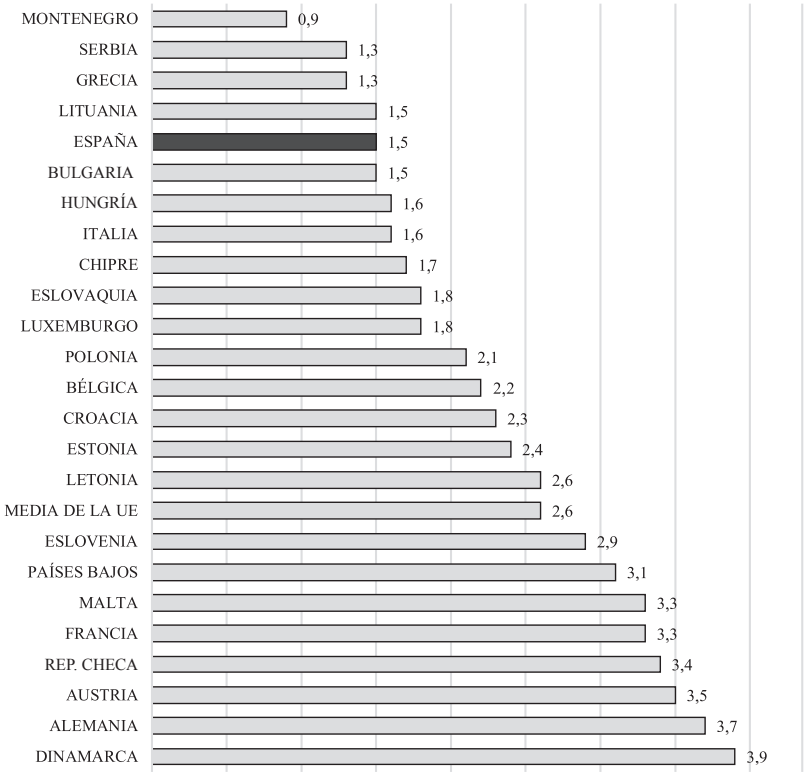
Gráfico 92.20. *Gasto cultural medio por persona, año y tipo de hogar (2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Sin menoscabo del análisis anterior, el estudio de la incidencia de la clase social sobre las prácticas culturales también requiere de una perspectiva más general que ponga en relación la participación cultural del conjunto de la ciudadanía de un país con su grado de instrucción, también en términos globales. Pues bien, si observábamos antes que España presenta una desventaja estructural respecto a Europa en lo referido al nivel educativo de su población, constatamos ahora que esta se plasma en cierto modo en su participación cultural, pues se corresponde con un menor gasto cultural privado, que en España es de los más bajos de Europa. Según datos de Eurostat (2010-2020; 2022), en promedio los hogares de la Unión Europea destinan el 2,6 % de su presupuesto total a la adquisición de bienes y servicios culturales, mientras el mismo organismo asigna a España un 1,5 % (como Bulgaria y Lituania). Solo en Montenegro, Serbia y Grecia los hogares destinan una partida aún menor de su presupuesto al gasto en bienes y servicios culturales.

GRÁFICO 92.21. *Peso del gasto cultural respecto al gasto total de los hogares (2020, en %)*

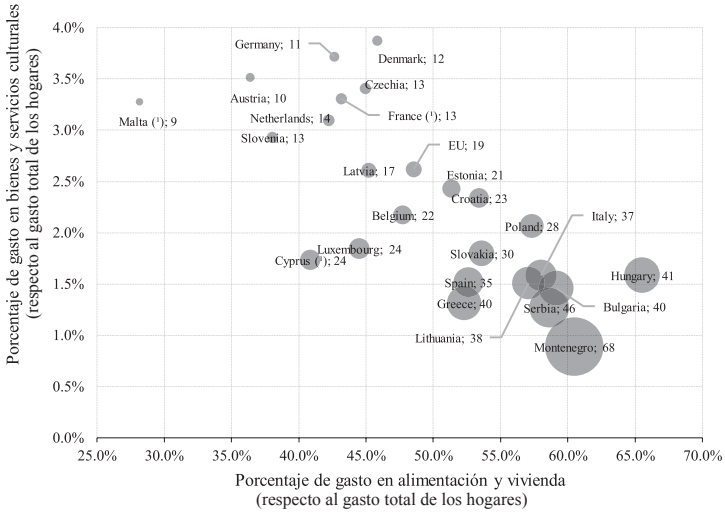


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (online data code: cult_pcs_hbs).

Es cierto que este porcentaje del gasto cultural debe ser considerado también en términos relativos, esto es, contemplando los estándares de vida de los distintos países y, por tanto, también el esfuerzo realizado por las familias en cada uno de

ellos para hacer frente a las necesidades básicas en alimentación y vivienda. Al respecto, disponemos de los datos de Eurostat (2020) que ofrecemos en el gráfico 92.22. Los países donde el gasto en vivienda y alimentación entraña un mayor esfuerzo en relación con el total de ingresos están situados a la derecha de la tabla, localización que suele conllevar un desplazamiento a sus niveles inferiores, donde se localiza el menor porcentaje de gasto cultural. No obstante, de la lectura detenida de los datos se deduce que es necesario alejarse de cualquier forma de determinismo, pues, mientras España ocupa la decimosexta entre los veinticuatro países de la UE en relación con el esfuerzo económico que deben realizar sus ciudadanos para cubrir sus necesidades de alimentación y vivienda, el gasto cultural de sus habitantes sitúa a nuestro país aún más a la cola, en la vigésima posición. Si calculamos la relación entre ambos indicadores (porcentaje de gasto destinado a la satisfacción de primeras necesidades y porcentaje de gasto cultural), nuestro país ocupa la posición decimoctava entre los veinticuatro. Por consiguiente, la disponibilidad económica de los hogares no explica del todo el gasto cultural en nuestro país, lo que acredita la importancia de la variable educativa para interpretar el fenómeno. De hecho, España parece tener estándares de vida similares a los de Croacia o Estonia, pero la población de ambos países dedica un porcentaje sensiblemente mayor de su presupuesto a la cultura, lo que se explica por la estructura de niveles educativos de la población de todos estos países[5].

Gráfico 92.22. *Relación entre el esfuerzo de gasto de los hogares en vivienda y alimentación y el gasto en cultura (2020)*

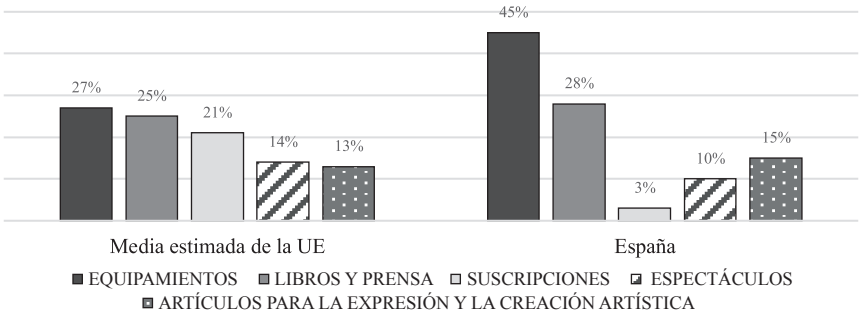


Fuente: Eurostat 2020 (online date codes: hbs_exp_t121 y cult_pcs_hbs).

[5] Según datos de Eurostat para el año 2023 (Eurostat 2004-2023) recabados al cierre de esta publicación, en Croacia el 10,8 % y en Estonia el 10,6 % de la población comprendida entre los veinticinco y los sesenta y tres años tiene nivel educativo bajo, mientras que en España, este indicador alcanza el 35,8 % del mismo grupo de edad.

El peso de la clase social también parece condicionar la distribución del gasto privado en las distintas partidas de bienes y servicios culturales. Los datos permiten profundizar en el análisis comparativo entre España y los países de nuestro entorno y reflejan que el gasto que la población española realiza para la adquisición de equipamientos para el hogar es notablemente superior a la de la media de la UE. Esta inversión mayor en equipamientos no afectaría al gasto en libros y prensa o al gasto en artículos para la expresión y la creación artística (recordemos que España ocupaba una prudente décima posición en prácticas culturales *amateur*), pero sí al resto de partidas, en especial al gasto en suscripciones a radio y televisión y al gasto en espectáculos.

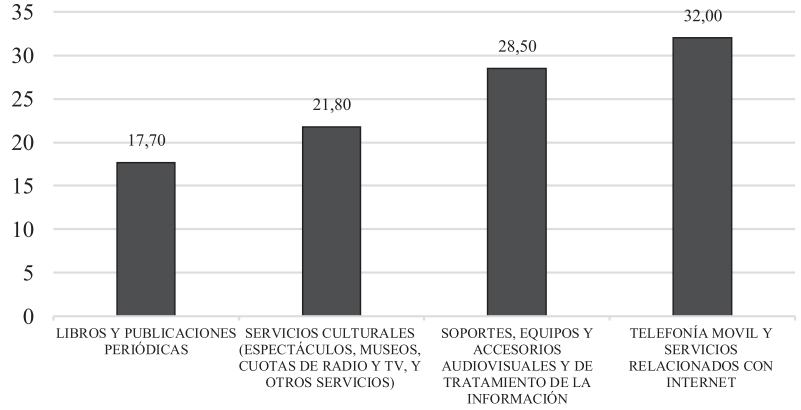
GRÁFICO 92.23. *Distribución del gasto cultural de los hogares en diversas partidas (2008, porcentaje de gasto para cada partida)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (2020, online data code: cult_pcs_hbs).

Los datos del *Anuario de Estadísticas Culturales* (Ministerio de Cultura, 2024) varían respecto a los de la agencia europea, pues indican que la proporción del gasto en libros y prensa en nuestro país es un 10,3 % más reducida de lo que registran los datos de Eurostat y difiere también en parte el gasto atribuido a espectáculos y servicios culturales por ambas instituciones. En realidad, los datos del Ministerio de Cultura español concuerdan con los de otras instituciones nacionales (con los datos de la CNMC, por ejemplo) y presentan el interés añadido de calcular de manera diferenciada el gasto destinado a soportes, equipos y accesorios audiovisuales, de un lado, y en telefonía móvil y servicios relacionados con Internet, de otro, lo que permite conocer la partida de gasto cultural más relevante en España: la dedicada a telefonía móvil y a servicios relacionados con Internet, que constituye un 32 % del conjunto. Si a esto le sumamos el 28,5 % destinado a soportes, equipos y accesorios audiovisuales (siempre según el Ministerio de Cultura), resulta que un 60,5 % del presupuesto de los hogares destinado a la cultura va a parar a servicios de telefonía, soportes y equipos.

Gráfico 92.24. *Distribución del gasto cultural privado en España (2023, porcentaje de gasto destinado a cada partida)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

En resumen, los hogares en España están entre los que menos gastan en cultura en el conjunto de la Unión Europea. Además, la parte más importante de ese gasto se destina a aquella partidas que también incluyen el pago de los servicios de comunicación y la adquisición de soportes, equipos y accesorios audiovisuales en detrimento de partidas más «exclusivamente» culturales como pueda ser la asistencia a espectáculos. Todo ello refuerza la tesis de una desventaja cultural española, que aquí atribuimos al nivel educativo medio de nuestro país y, más en particular, al hecho de que en España un 37,8 % de la población comprendida entre los veinticinco y los sesenta y cuatro años solo ha alcanzado un nivel educativo bajo, lo que nos sitúa 16,3 puntos por encima de la media europea para este colectivo y a unos treinta puntos porcentuales de algunos los países que han conseguido situar esa población por debajo del 10 %.

92.5.3. Clase y prácticas

Nos detendremos ahora a analizar el impacto de la clase social sobre las prácticas culturales en España. La posición de clase incide en el tipo de prácticas realizadas, en su frecuencia y también en los contenidos precisos asumidos por estas, pues la elección de los géneros o autores de las obras culturales también adopta una distribución no aleatoria que se observa muy condicionada por la clase social. Fue este justamente uno de los temas fundamentales abordados por Bourdieu en La distinción. No obstante, aquí debemos limitarnos a abordar las dos primeras cuestiones, si bien antes realizaremos algunas advertencias de carácter metodológico.

La primera advertencia se refiere a los indicadores utilizados para integrar la clase social en el análisis de los datos de participación cultural. Si antes, en el estudio del gasto, pudimos aludir tanto al peso del nivel de estudios como al del

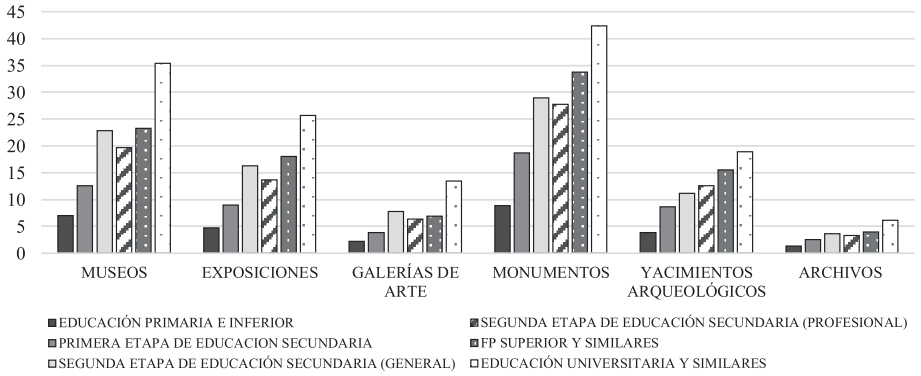
nivel de ingresos, aquí deberemos contentarnos con integrar la primera de estas dos variables, pues las encuestas que permiten una visión longitudinal, las del Ministerio de Cultura y la Fundación Autor, no incorporan la variable de nivel de ingresos en su estudio. El mismo plan de encuestas sí contempla la situación laboral de las personas encuestadas (esto es, si trabajan o están en paro, jubiladas, estudian, se dedican al trabajo doméstico u otros), pero este indicador es claramente insuficiente para captar la clase, pues con la excepción de la situación de paro, las variables señaladas pueden agrupar personas con niveles de ingresos y procedencias sociales muy dispares, por lo que el dato resulta muy poco revelador. El Estudio CIS 3476 sobre Cultura y estilos de vida (2024) sí ha introducido la variable del nivel de ingresos, si bien se trata de datos que se han iniciado en 2024 y no permiten un análisis histórico.

La segunda consideración se refiere a la escasez de indicadores disponibles para el estudio de los efectos de la desigualdad sobre las prácticas culturales. El Ministerio de Cultura, en sus Anuarios de Prácticas Culturales o en la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, interroga a las personas encuestadas sobre la realización o no de una serie de prácticas en determinado periodo histórico (en el último año para el grupo de prácticas ocasionales y en el último mes para el grupo de prácticas frecuentes). Esta cuestión es adecuada para captar una diferencia tan rotunda en relación con las prácticas culturales como es la participación o no participación en ellas por parte de las personas de la muestra, pero no para apreciar otro tipo de diferencias importantes que sí podrían objetivarse si se interrogará más precisamente sobre la frecuencia con que se realiza la práctica, el uso del tiempo o las modalidades más específicas. Por lo tanto, en el momento actual en España no podemos determinar la existencia de otros diversos efectos posibles de la desigualdad social en la participación cultural entre quienes sí participan en una determinada práctica, lo que no significa que estos efectos no existan, sino solo que no podemos observarlos con las herramientas metodológicas expuestas.

¿Qué ocurre en el caso español? El impacto de la clase, identificada aquí con el nivel educativo, interviene en todas las prácticas culturales que hemos denominado ocasionales y que son externas al hogar: la visita a museos, exposiciones y galerías de arte, a monumentos y yacimientos, a archivos, a bibliotecas, la lectura de libros, la asistencia a artes escénicas (teatro, ópera, zarzuela, ballet o danza y circo) y musicales (conciertos de música clásica y de música actual) y la asistencia al cine (este último arroja menores diferencias en la asistencia entre quienes tienen nivel de estudios medio y alto). De todo ello damos cuenta en los siguientes gráficos.

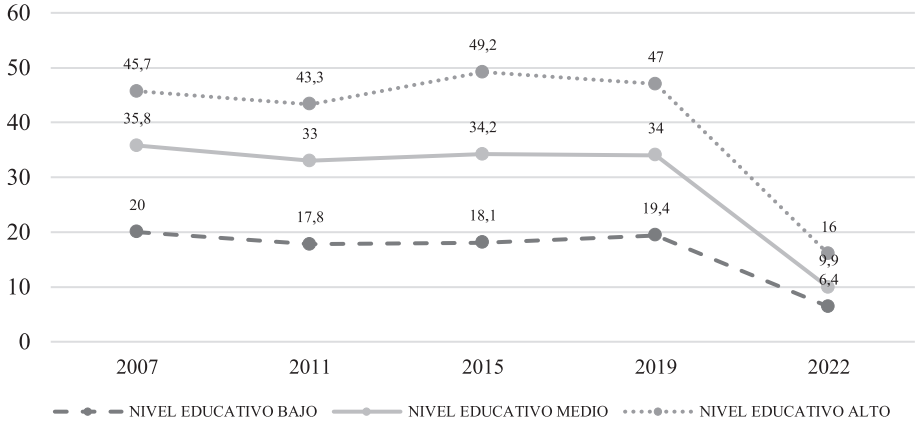
En el gráfico 92.25 puede observarse que el porcentaje de población que participa en las prácticas culturales consideradas aumenta conforme lo hace el nivel educativo. También se constata que los porcentajes de participación se reducen entre quienes, con el mismo nivel educativo (bajo, medio o alto), recibieron una formación profesional respecto a quienes recibieron una formación general (se observa en el contraste entre la segunda etapa de formación secundaria general o profesional y entre quienes obtuvieron un diploma de FP superior y una titulación universitaria). Por su parte, el gráfico 92.26 da cuenta de la relación existente entre una práctica singular como es la asistencia al teatro y el nivel educativo.

Gráfico 92.25. *Realización de distintas prácticas culturales no frecuentes y nivel educativo (2022, porcentaje de población que realiza la práctica para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

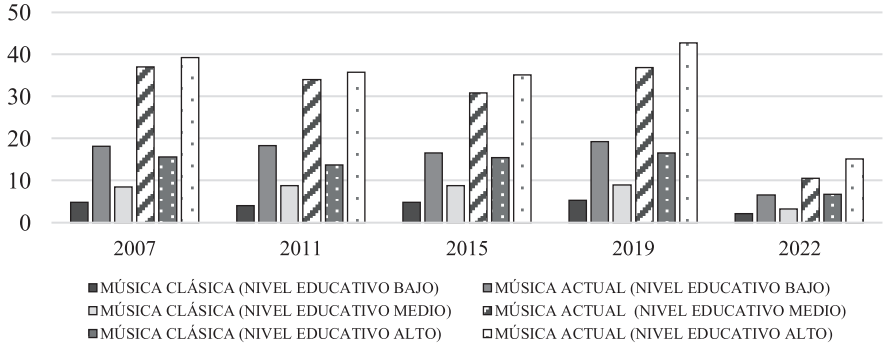
Gráfico 92.26. *Asistencia al teatro en el último año y nivel educativo (2022, porcentaje de asistentes en cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

La asistencia a las llamadas «artes musicales», representada en el gráfico 92.27, también se ve afectada por el nivel de estudios, incluso cuando se trata de conciertos de música actual. Un mayor nivel educativo implica siempre una mayor proporción de individuos que realizan la práctica cultural. Señalamos también el carácter minoritario de la asistencia a conciertos de música clásica y la popularidad de la asistencia a conciertos de música actual.

Gráfico 92.27. *Asistencia a conciertos y nivel educativo (2022, porcentaje de asistentes en cada nivel educativo)*

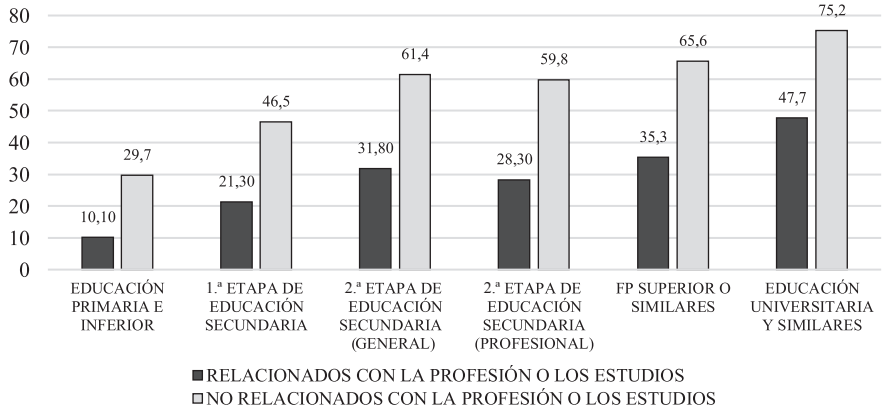


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Por último, consideraremos el efecto del nivel de estudios sobre la lectura de libros, el uso de bibliotecas y la asistencia a las salas de cine.

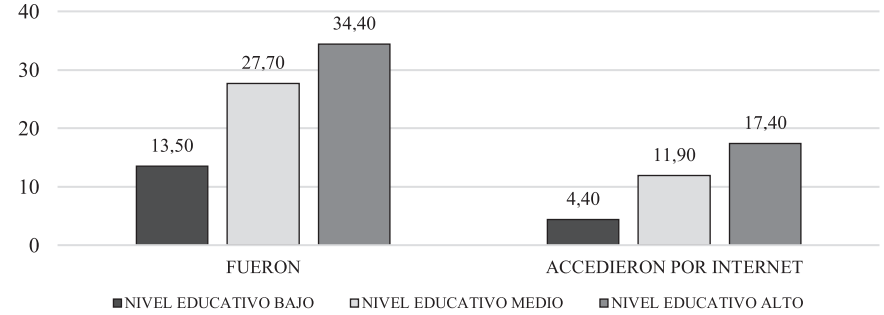
Los datos relativos a la penetración de la lectura de libros presentan la particularidad de no ofrecer registros muy desiguales entre quienes disponen de un nivel educativo medio de tipo general respecto a la educación profesional.

Gráfico 92.28. *Lectura de libros y nivel educativo (2022, porcentaje de lectores en cada nivel educativo)*



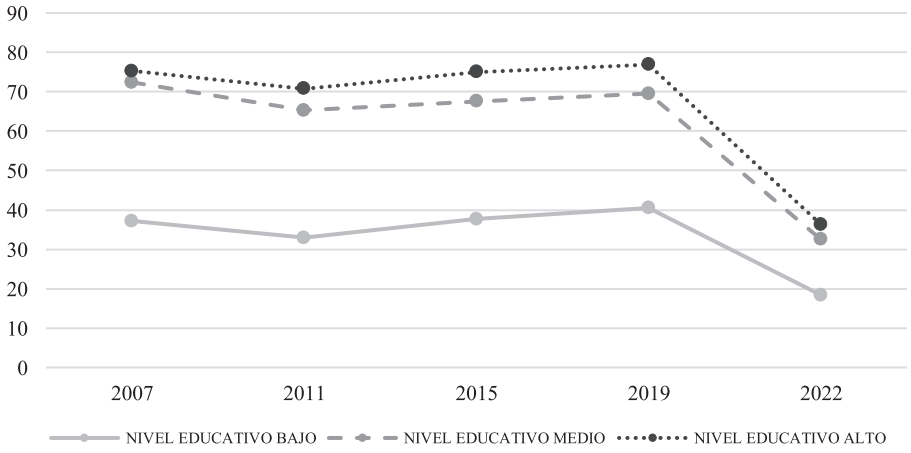
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Gráfico 92.29. *Uso de bibliotecas y nivel educativo (porcentaje de usuarios para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

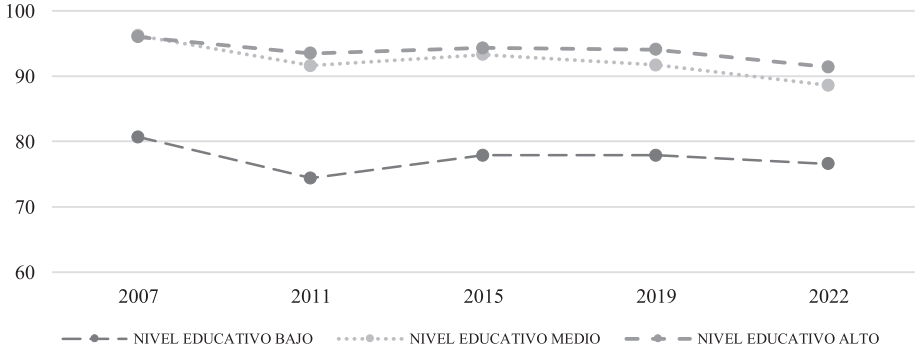
Gráfico 92.30. *Asistencia al cine y nivel educativo (porcentaje de asistentes según nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

El efecto del nivel de estudios en la penetración de las prácticas «frecuentes» se torna un poco menos claro, aunque sigue siendo observable. Una de las prácticas más extendidas es la escucha de música. Su porcentaje de penetración ofrece muy pocas diferencias entre los niveles formativos alto y medio de la población, pero cae un 10 % entre quienes tienen un nivel educativo bajo.

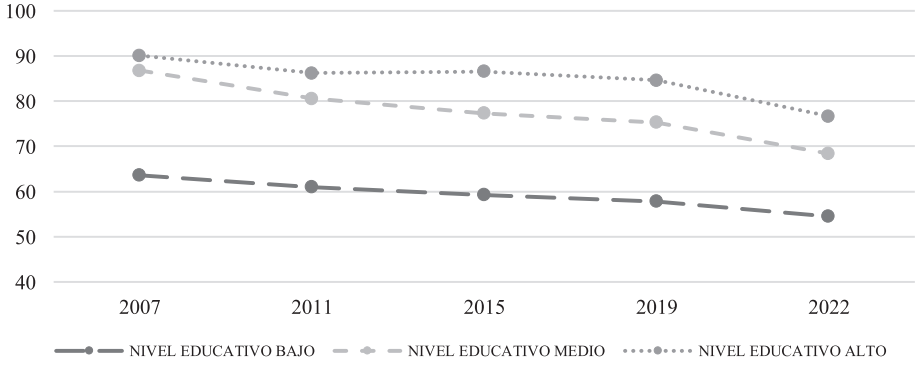
Gráfico 92.31. *Escucha de música y nivel educativo (según porcentaje de oyentes para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Similar distribución encontramos en la penetración de la lectura de prensa en los distintos niveles educativos. Hay leves diferencias entre el nivel educativo alto y medio en lo que atañe a la realización de la práctica «en el último mes», pero estas aumentan al pasar al nivel educativo bajo.

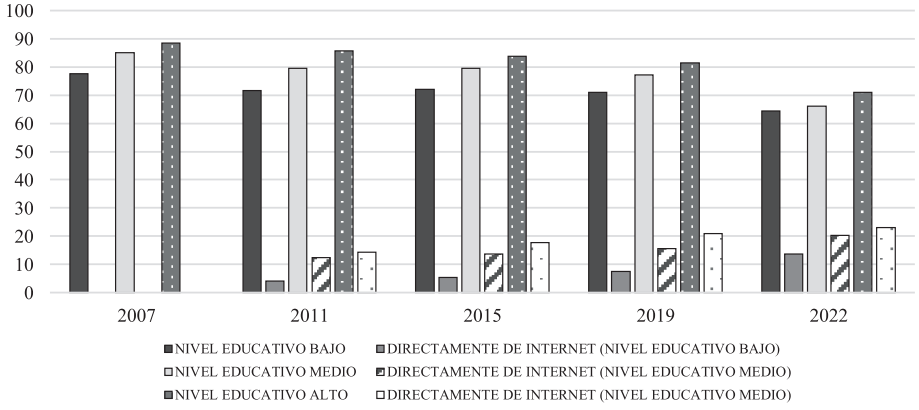
Gráfico 92.32. *Lectura de prensa y nivel educativo (según porcentaje de lectores para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Valoraremos ahora la incidencia del nivel de estudios en la penetración de las prácticas audiovisuales. La escucha de radio, como su digitalización, acusan la incidencia del nivel de estudios.

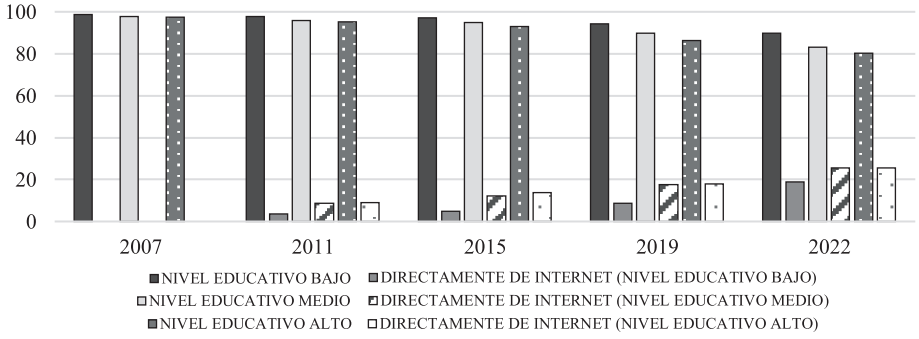
Gráfico 92.33. *Escucha de radio y nivel educativo (porcentaje de escucha para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

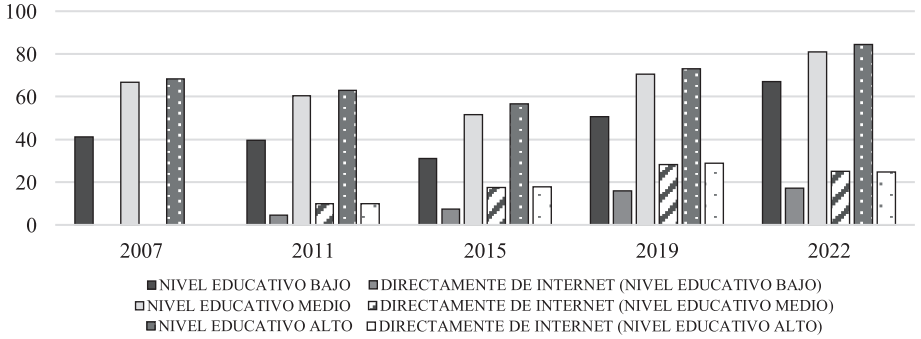
El visionado de televisión y vídeos presenta niveles de penetración muy amplios y con muy discretas diferencias entre cada nivel de estudios, si bien es llamativo que la penetración del visionado de vídeos aumenta con el nivel de estudios mientras se reduce la de la televisión. De lo dicho se deduce que el nivel de estudios incide positivamente en la selectividad y diversificación de los contenidos que vemos en nuestras pantallas.

Gráfico 92.34. *Visionado de televisión y nivel educativo (porcentaje de espectadores para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

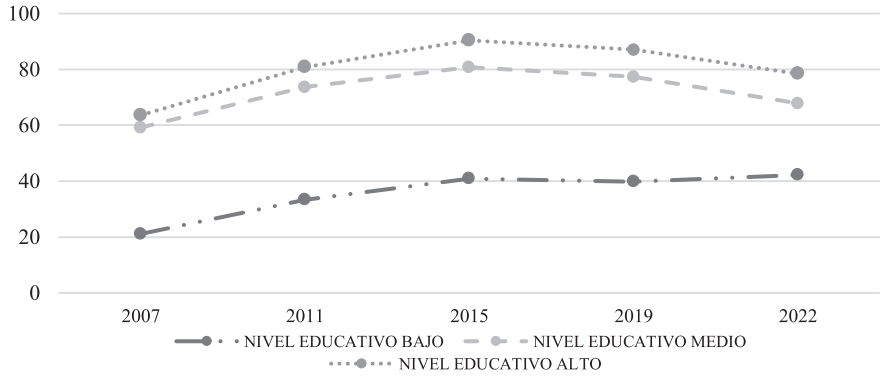
Gráfico 92.35. *Visionado de vídeos y nivel educativo (porcentaje de espectadores para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

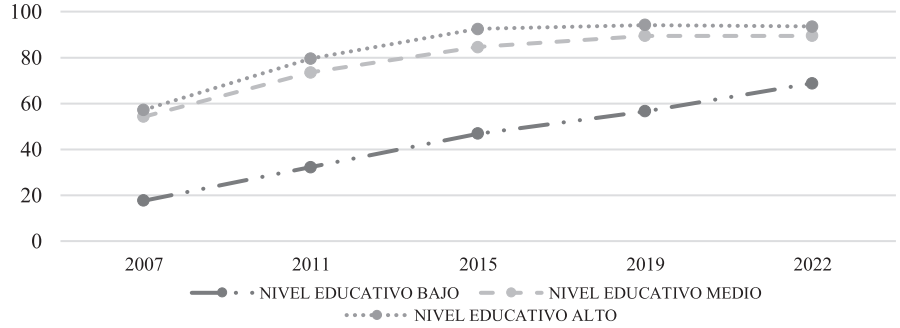
Nos detendremos ahora en el efecto de la clase social (nivel de estudios) en la penetración del uso del ordenador y de la navegación en Internet por ocio o tiempo libre. Puede advertirse que las diferencias en el porcentaje de penetración de ambas prácticas son mínimas entre quienes tienen un nivel de estudios medio y alto, pero se amplían ostensiblemente para el grupo con un nivel de estudios bajo (el promedio de estas diferencias en el periodo considerado supera los treinta y cinco puntos porcentuales). Por lo tanto, las prácticas culturales propias de la sociedad digital reflejan de modo muy acusado la incidencia de la posición social.

Gráfico 92.36. *Uso del ordenador por ocio y tiempo libre según nivel educativo (2007-2022, según porcentaje de usuarios para cada nivel educativo)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Gráfico 92.37. *Navegación en Internet por ocio y tiempo libre según nivel educativo (según porcentaje de internautas para cada nivel educativo)*

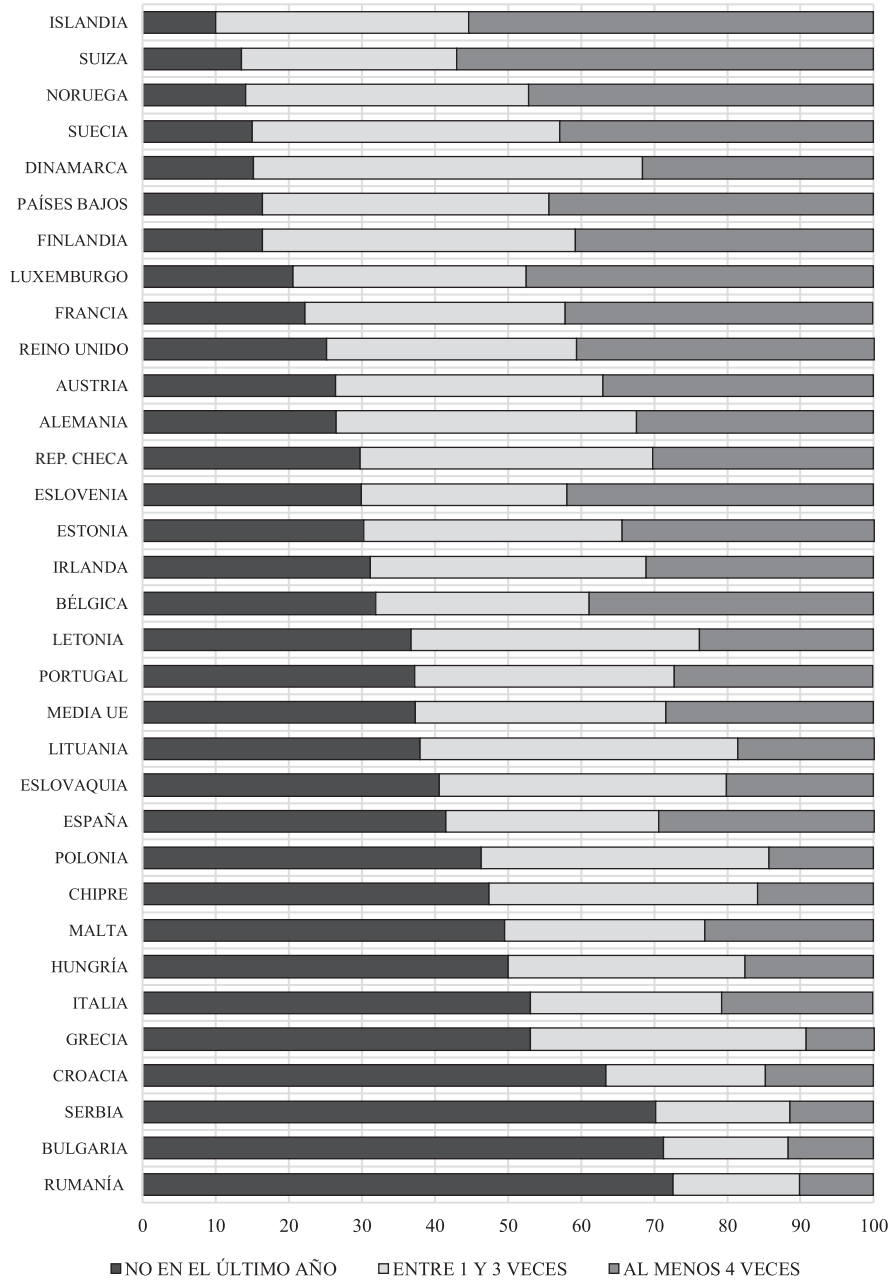


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Por último, proponemos adoptar una perspectiva más amplia que considere la realización de prácticas culturales más elitistas como son la asistencia a espectáculos escénicos, a lugares de interés cultural o al cine en el conjunto de los países de la UE y que analice dichos resultados para el caso español en atención al nivel educativo de su población. Disponemos a tal efecto de datos de Eurostat sobre la frecuencia con que la población de los distintos Estados miembros de la UE realizó las prácticas culturales reseñadas en el año 2015[6]. Estos datos se reflejan en el gráfico 92.38 y ponen de manifiesto que, si bien la penetración de estas prácticas en España en términos globales no está entre las más bajas de Europa, sí queda claramente por debajo de la media europea y muy lejos de los países nórdicos o Francia, Austria o Alemania. En promedio, podríamos afirmar que ocupamos la posición veintiuno entre un total de treinta y dos países. Resulta muy interesante que los resultados revelen en buena medida la polarización educativa de la sociedad española y la desventaja derivada de las dimensiones de la población con nivel de estudios bajo en nuestro país, pues en España la moda viene dada por el grupo de quienes no asistieron a ninguna de las prácticas culturales señaladas, colectivo que alcanza un 41,5 % de la población (la media de este grupo en la Unión Europea es del 37,3 %), mientras el porcentaje de quienes asistieron con frecuencia está levemente por encima de la media europea (un 29,5 % de la población en el caso de España, un 28,4 % en promedio en Europa). Por último, el porcentaje de quienes realizaron entre una y tres veces este tipo de prácticas (en un registro «medio» de participación cultural, podríamos decir) está algo por debajo de la media europea, pues es del 29,1 % de la población para España y del 34,3 % para el promedio de la UE.

[6] Eurostat recoge también los datos relativos a 2022, pero hemos tomado como referencia los datos de 2015 con el fin de evitar la introducción de posibles sesgos derivados de los efectos de la pandemia y de las distintas medidas adoptadas por los respectivos Gobiernos.

Gráfico 92.38. *Asistencia a actividades culturales (cine, prácticas escénicas o sitios culturales, 2015, según porcentaje de población para cada tipo de participación)*

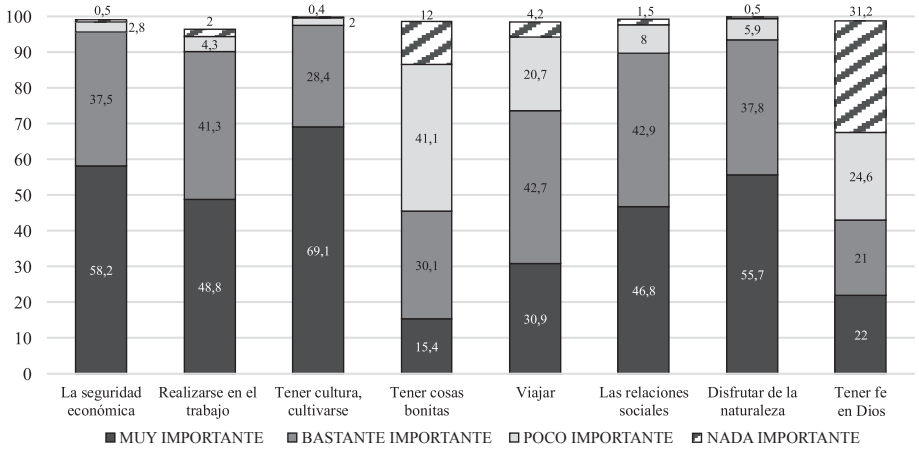


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eurostat (online data code: ilc_scp37).

92.5.4. Las actitudes ante la cultura

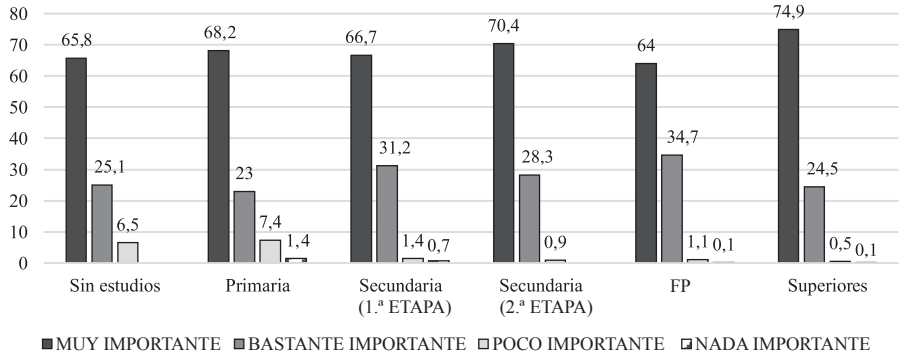
¿Se plasma todo lo anterior en el valor concedido a la cultura por parte de la ciudadanía en España? ¿Se ve afectada esta valoración por el nivel educativo de la población, de modo que los sujetos con menores ingresos y nivel educativo manifiesten un menor aprecio por esta? Lo cierto es que no constatamos una correlación tan evidente. El reciente Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida ha introducido varias cuestiones orientadas a testar el valor que la ciudadanía otorga a la cultura como valor personal, también en términos relativos respecto de otros valores vitales. Los resultados han sido un tanto inesperados, pues «tener cultura, cultivarse» aparece como el valor más estimado, incluso por delante de motivaciones vitales como son realizarse en el trabajo, tener fe en Dios o tener seguridad económica. Además, las puntuaciones no difieren en la medida en que cabría esperar si consideramos las respuestas en relación con el nivel educativo de la población. El nivel formativo recibido incide de forma positiva en las actitudes hacia la cultura, pero ni mucho menos del modo en que incide realmente en el gasto y las prácticas culturales.

Gráfico 92.39. *Actitudes hacia la cultura (2024)*



Pregunta: ¿En qué grado los siguientes valores son importantes en su vida?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

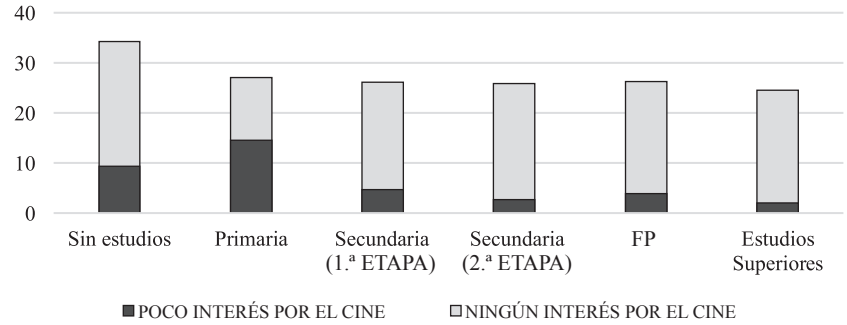
Gráfico 92.40. *Actitudes hacia la cultura y nivel de estudios (2024, porcentaje según nivel de estudios)*



Pregunta: ¿En qué grado tener cultura, cultivarse, es importante en su vida?
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Se observa que, con variaciones mínimas, el conjunto de la población valora de forma muy positiva «la cultura» y «cultivarse» y es anecdótica la proporción de personas que se pronuncia de manera desafecta al respecto. Sin embargo, la expresión de desafección sí aumenta cuando se interroga a los encuestados respecto a prácticas culturales concretas, esto es, cuando dejamos de evocar la idea de cultura. La proporción de personas que expresa desinterés respecto a la asistencia al cine o la lectura aumenta entonces con más claridad. El nivel educativo de los encuestados incide, además, en las respuestas en mayor medida, aunque sea de manera relativamente discreta.

Gráfico 92.41. *Personas que declaran poco o ningún interés por el cine (porcentaje según el nivel de estudios)*



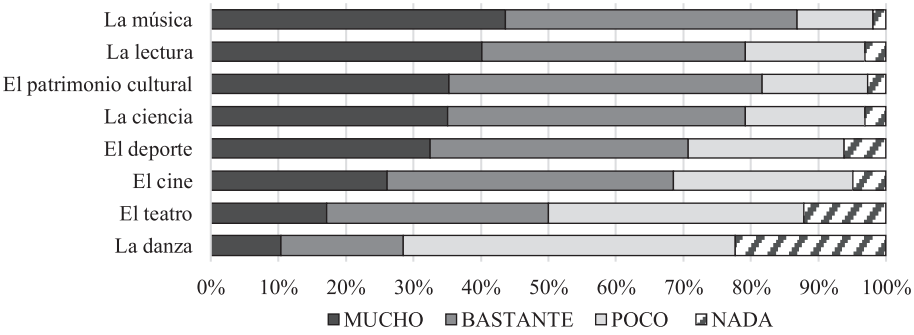
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

Interpretamos estos datos a partir de los resultados de una investigación realizada recientemente por el Tampere Group for Sociology of Culture (Universidad de Tampere, Noruega). Dicha investigación ha abordado

«cómo la gente común entiende el significado de la cultura en Europa y cuáles son sus implicaciones sociopolíticas» y lo ha hecho a partir del análisis de las respuestas de la población europea a preguntas abiertas directas que interrogaban sobre qué es para los encuestados la cultura en el marco de una encuesta de la Comisión Europea lanzada en los años 2006 y 2007. Los resultados han permitido concluir la existencia de tres grandes representaciones de la cultura, tres ideas relativamente coherentes cuyo peso varía en los distintos contextos nacionales y de acuerdo con las principales divisiones sociodemográficas y factores sociopolíticos y culturales. La primera de ellas es designada como «concepción estrecha» y equipara de modos distintos la cultura con las artes. La «comprensión amplia», por el contrario, alude de maneras diversas a la cultura como modo de vida de un grupo. La tercera se refiere a las formas pasadas y presentes de la actividad humana y contiene dos temas específicos: uno que tiene que ver con la humanidad, con nuestra capacidad de crear y expresar, con el cultivo y la educación de uno mismo, y otro más relacionado con el patrimonio que posee una dimensión histórica y que muchas veces se mezcla con los «buenos modales» y el comportamiento civilizado. Pues bien, los resultados de la investigación apuntan que, para el caso español (también para el francés), la idea dominante de cultura de la gente común es la idea de cultura como cultivo, la cual nos remite a la idea humanista de cultura.

De lo anterior se puede deducir que en España la cultura, considerada como cultivo de uno mismo, parece tener una legitimidad de largo alcance entre el conjunto de la población, lo que ayuda a comprender el contraste existente entre la máxima valoración obtenida por «la cultura y cultivarse» en la reciente encuesta del CIS y el interés declarado, mucho más modesto, hacia prácticas culturales concretas (las cuales se integran más bien en otra de las representaciones de cultura, la primera de las formuladas por el Tampere Group for Sociology of Culture). De este modo, la elevadísima legitimidad del valor «cultivarse» no se transfería a las expresiones particulares de la cultura, como tampoco se traduce en el gasto cultural en nuestro país.

Gráfico 92.42. *Interés manifestado por diversas prácticas culturales (porcentaje de población)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Estudio CIS 3476 (2024) sobre Cultura y estilos de vida.

92.5.5. La participación cultural y la desigualdad territorial

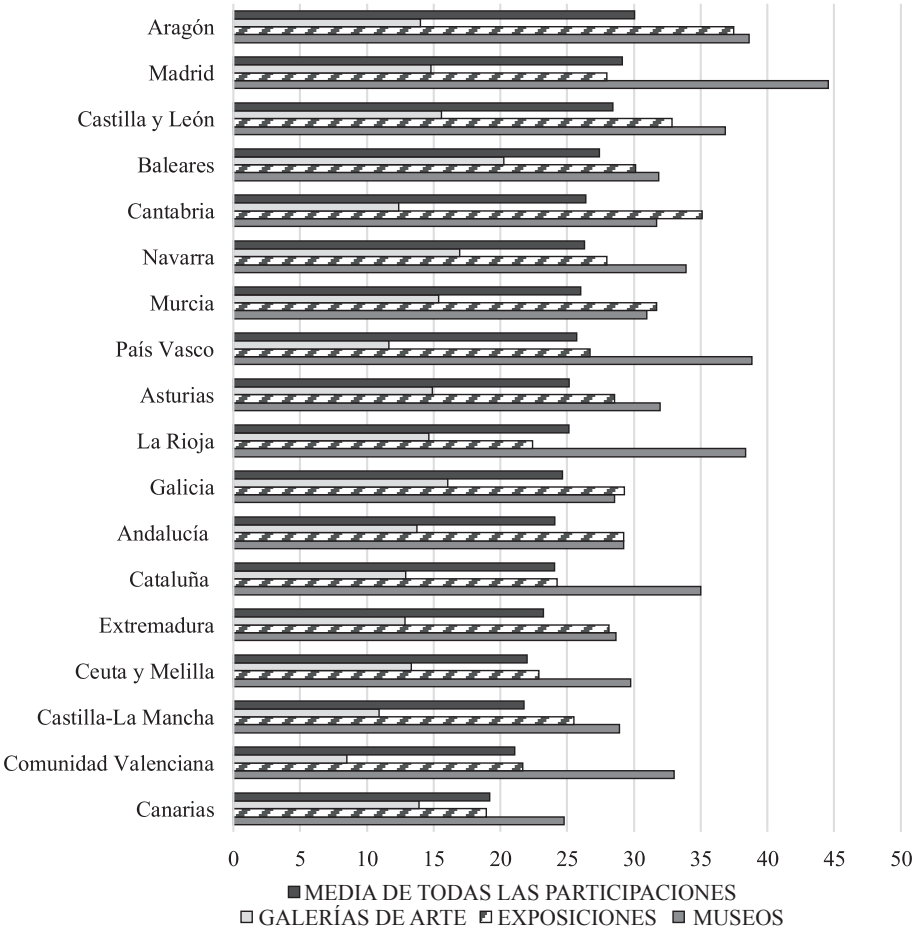
El estudio de la distribución de la participación cultural en el territorio español merecería un estudio aparte que lamentablemente excede de las posibilidades de este trabajo, pero no queremos dejar de aludir al hecho de que España es un país complejo y muy desigual en el ámbito territorial, en el que la distribución de la población, la renta y el nivel educativo no sigue un patrón homogéneo en las distintas comunidades autónomas, lo que se plasma en la distribución de la participación cultural de sus habitantes. A esta desigualdad cabe añadir que ciertas comunidades autónomas concentran de manera muy evidente los grandes equipamientos culturales (museos, teatros, auditorios, etc.), lo que necesariamente constituye un incentivo y una oportunidad para la participación cultural de su población.

¿Pero cómo se expresan las desigualdades mencionadas en las prácticas culturales? Constatamos la existencia de grandes desigualdades que remiten a la estructura social subyacente (nivel de ingresos y nivel educativo) y que nos permiten concluir en la necesidad de progresar en materia de cohesión social y territorial en nuestro país. De entre los indicadores disponibles (sobre todo, se refieren a las prácticas culturales ocasionales), hemos optado por dos de ellos, con el objeto de ilustrar al menos esta desigualdad: la penetración de la asistencia a museos, exposiciones y galerías de arte, por un lado, y la lectura, por otro lado.

El primer indicador revela la importante incidencia de la disposición de equipamientos culturales en la participación cultural, pues la Comunidad de Madrid lidera con solvencia el *ranking* nacional de penetración de la visita a museos entre su población, en consonancia con la concentración de estos grandes equipamientos culturales en su territorio. Sin embargo, si nos interesamos por la penetración de esta práctica en términos más amplios, esto es, considerando la población que, además, visita exposiciones y galerías de arte, los resultados se modifican parcialmente[7], tal y como pone de manifiesto el gráfico 92.43, en el que hemos comparado la media del porcentaje de población que realizó estas prácticas en las distintas comunidades autónomas en los años 2007, 2011, 2015 y 2019, años en que se publicaron las correspondientes encuestas de hábitos y prácticas culturales en España. Los datos se presentan ordenados según la media de la penetración en las tres prácticas culturales en conjunto.

[7] Los datos se corresponden con el promedio de población que realizó estas prácticas en las distintas comunidades autónomas en 2007, 2011, 2015 y 2019 (los años en lo que se publicaron datos del Ministerio de Cultura). Los de 2022 no se han tenido en cuenta para evitar variaciones de naturaleza exógena, dada la pandemia de COVID-19, cuya incidencia varió en el tiempo a través de las comunidades autónomas.

Gráfico 92.43. *Visita a museos, exposiciones y galerías por comunidades autónomas (2007-2019, porcentaje de población que asistió)*



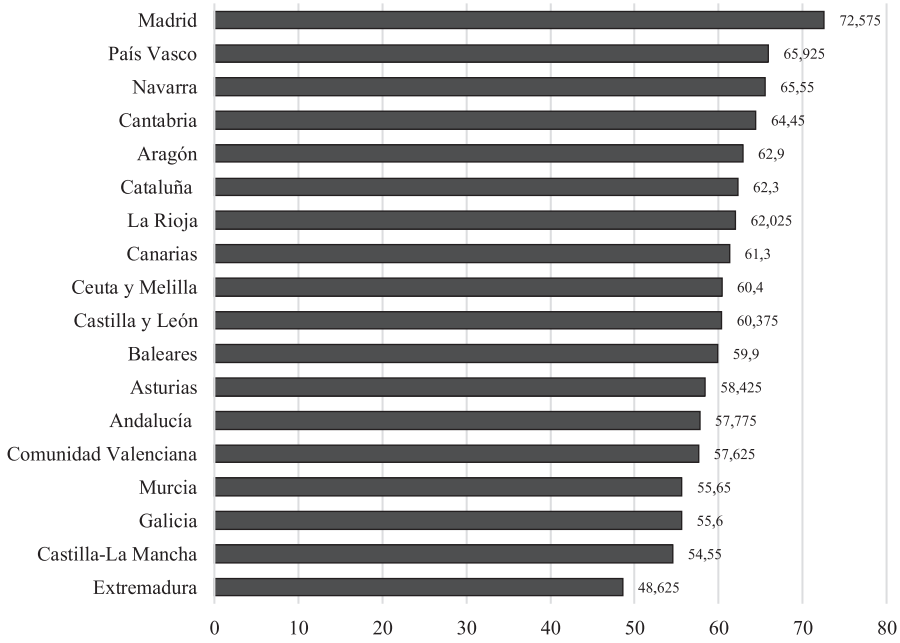
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2007, 2011, 2015 y 2019).

El gráfico 92.43 pone en manifiesto la existencia de desigualdades culturales innegables entre las comunidades autónomas. Así, la media de la penetración de las visitas a museos, exposiciones y galerías en Canarias es de 19,2 %, mientras en Aragón, comunidad que lidera la penetración de esta práctica, es del 30,05 %. La distancia entre el indicador más bajo y el más alto por comunidades autónomas alcanza, pues, el 10 %.

La segunda práctica que vamos a considerar es la penetración de la lectura de libros. También aquí hemos optado por elaborar la media del periodo para cada comunidad autónoma, con el objeto de neutralizar fluctuaciones coyunturales. Aquí la disparidad entre comunidades autónomas aún es mayor que en el caso de la asistencia a museos, exposiciones y galerías. Mientras el

porcentaje de personas que leyó libros en Madrid alcanza el 72 % de la población, este dato se reduce en Extremadura al 48,6 %. La distancia entre la comunidad autónoma con mayor penetración de esta práctica y la comunidad con el menor nivel de penetración es de un 23,95 % de la población. Por otra parte, se observa que la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Extremadura figuran en los dos *rankings* entre las cinco comunidades con peores porcentajes de participación, mientras Madrid y Cantabria figuran en ambos casos a la cabeza.

GRÁFICO 92.44. *Media de población que leyó libros por comunidades autónomas (2007-2019, porcentaje de la población total)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

92.6. El género y la participación cultural

Abordaremos ahora los efectos del género sobre la participación cultural en España, una variable de la que pueden deducirse diversas formas de desigualdad.

En lo que atañe a la incidencia del género en el gasto cultural, en primer lugar, se constata que, si bien existía una diferencia entre varones y mujeres a principios de siglo, estás se han reducido drásticamente. En el año 2000, las

encuestas atribuían de media a las mujeres un gasto cultural de 184,6 euros por año y a los hombres una media de 170,8 euros, lo que supone que el gasto cultural de los varones es un 13 % más reducido. Sin embargo, los datos relativos a 2022 indican una reducción de estas diferencias. Así, en dicho año la media de gasto cultural fue de 245,4 euros entre las mujeres y de 239,8 entre los hombres, de modo que la diferencia en el gasto cultural entre ambos sexos se reduce a un 2 %, esto es, una diferencia de 5,6 euros de media por persona.

En lo que atañe a las prácticas *amateur*, las diferencias por género no llegan en ningún caso a superar una media del 5 % de penetración para cada sexo. La escritura, la pintura, el dibujo, el resto de las artes plásticas, el teatro, la danza y el baile (también el flamenco) y cantar en un coro son actividades con mayor penetración entre mujeres que entre varones, pero estas diferencias son discretas, de modo que la más acusada es la que se da en las artes plásticas, que no alcanza el 5 % de diferencia de penetración. Por su parte, la fotografía, el vídeo y la práctica de instrumentos musicales tienen mayor penetración entre varones, sin que estas diferencias alcancen siquiera el 4 %, que se sitúan más bien en torno al 1 % y el 3 %.

¿Qué observamos en el caso de las prácticas culturales «consumidoras»? Un importante contraste en la distribución por género de las desigualdades según se trate de las llamadas prácticas ocasionales o de las frecuentes. Así, no constatamos desigualdades en lo que respecta a las prácticas culturales ocasionales, las más elitistas. Es más, se da aquí incluso cierta ventaja entre el conjunto de la población femenina.

La asistencia a museos, exposiciones y galerías de arte alcanza un nivel de penetración muy similar entre varones y mujeres. Aquí, las diferencias por sexo suelen ser inferiores a un 2 % y la ventaja puede oscilar en favor de uno u otro sexo en función del año.

La práctica de la visita a monumentos y yacimientos es ligeramente superior entre los varones, diferencia que oscila en porcentajes menores al 4 %), y algo similar se observa en el caso de los archivos y en la asistencia a artes musicales (entre un 1,5 % y un 5 % de diferencia), aunque la asistencia a conciertos de música clásica compromete a un porcentaje levemente mayor de mujeres.

La principal ventaja masculina entre las prácticas ocasionales se da aquí en la asistencia a conciertos de música actual, aunque esta desigualdad se ha aminorado: a principios de siglo era de 5 % y, al final del periodo, es inferior al 3 %. Similar tendencia se ha dado en el caso del cine, práctica que alcanza a un 4 % más de los varones que de mujeres en 2007, pero que ha logrado una penetración finalmente muy similar, con diferencias solo en el entorno del 1 %.

Por el contrario, es algo mayor la proporción de las mujeres que visita o accede a bibliotecas (entre un 2 % y un 4 %), diferencia que aumenta cuando se trata de la lectura de libros, pues se sitúa entre el 4,9 % y el 8,9 %. También el porcentaje de mujeres que asiste a las artes escénicas es superior al de los hombres (entre un 5 % y un 6 %).

No obstante, los datos arrojan una realidad muy distinta cuando contemplamos las prácticas culturales frecuentes, pues aquí sí se aprecian diferencias notables en favor de los varones. En la tabla 92.1, se ofrece un resumen de la ventaja masculina, donde se expresan las diferencias en la penetración de cada una de ellas a lo largo del tiempo entre hombres y mujeres.

Tabla 92.1. *Diferencia en el nivel de penetración de las prácticas culturales entre mujeres y hombres*

	2007	*2011*	*2015*	*2019*	*2022*
PUBLICACIONES PERIÓDICAS DIRECTAMENTE DE INTERNET	9	9	12,5	10,2	7,3
(GRATUITAS)	2,6	8	13,9	12,6	9,6
PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL	11,2	13,4	14,4	13	9,4
PRENSA DEPORTIVA	36,8	47,4	50	44,8	35,7
REVISTAS CULTURALES	-0,6	2,8	1,3	0	0

Nota: Valores positivos = mayor penetración entre varones, valores negativos = mayor penetración entre mujeres.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Tabla 92.2. *Diferencia en el nivel de penetración de las prácticas culturales entre mujeres y hombres*

	2007	*2011*	*2015*	*2019*	*2022*
ESCUCHA DE MÚSICA	3,3	4	3,6	1,8	0,6
ESCUCHA DE MÚSICA EN ORDENADOR O DIRECTAMENTE DE INTERNET		4,6	5,6	3,9	3,9
RADIO	5,4	4,9	6,5	3,7	5
RADIO EN ORDENADOR O DIRECTAMENTE DE INTERNET		3,5	1,4	-1,5	-7,2
VÍDEO	9	7,5	8,8	3,3	0,9
VÍDEO EN ORDENADOR O DIRECTAMENTE DE INTERNET		2,5	5	4,1	3,4
TELEVISIÓN	-0,2	0,1	-1,2	-1,8	-1,4
TELEVISIÓN EN ORDENADOR O DIRECTAMENTE DE INTERNET		7,1	10,1	14,8	23,3
VIDEOJUEGOS		13,5	12,4	13,7	11,5
ORDENADOR POR OCIO O TIEMPO LIBRE	10,7	9,5	6,2	7,1	5,5
INTERNET POR OCIO O TIEMPO LIBRE	9,2	8,6	5,2	4,5	3

Nota: Valores positivos = mayor penetración entre varones, valores negativos = mayor penetración entre mujeres.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Los datos anteriores confirman el conocido carácter masculino de la prensa deportiva y el equilibrio entre hombres y mujeres en la lectura de revistas culturales, pero también acreditan la existencia de diferencias persistentes en el grado de penetración del resto de prácticas en perjuicio de las mujeres.

En lo que atañe a las prácticas audiovisuales frecuentes, las diferencias son menores, salvo para el caso del vídeo, si bien la desigual de penetración se ha reducido en 2022, como también ha sucedido la penetración del uso de ordenador o de Internet por ocio o tiempo libre.

¿Por qué se produce una clara desventaja de las mujeres en su implicación en prácticas culturales frecuentes y no en las prácticas ocasionales o las *amateur*? Creemos que la respuesta debe considerar diversos factores, tal y como reclama –por ejemplo– la desigual penetración por género de la prensa deportiva, pero, a nuestro juicio, el factor más importante no es otro que la persistente desigualdad de género propia del ámbito reproductivo y que se plasma en el desigual tiempo invertido por hombres y mujeres en tareas reproductivas (Moreno-Colom, Ajenjo y Borràs, 2018), lo que bien puede alejar a un cierto porcentaje de mujeres de algunas prácticas culturales frecuentes.

92.7. Las prácticas culturales, entre dos crisis

Llegamos así a la última de las propuestas de nuestro trabajo, referida a los efectos que sobre la participación cultural tuvieron las dos grandes crisis que han perturbado la evolución de nuestro país en este primer cuarto de siglo: la Gran Recesión española (2008-2012) y la provocada por la pandemia de COVID-19.

Se ha denominado Década Prodigiosa al periodo comprendido entre los años 2000 y 2008 en el que se desarrolló una burbuja especulativa de base inmobiliaria y financiera que atrajo capitales del exterior, sobre todo a través de las cajas de ahorro. La entrada de capitales superó ampliamente los cien mil millones de euros y supuso el endeudamiento a gran escala del país, sobre todo del sector privado y de las familias. Esta burbuja especulativa estallaría a finales de 2007 y precipitaría una crisis económica que se prolongó durante el periodo que hoy conocemos como Gran Recesión, una etapa particularmente dura, como revela el hecho de que, a finales de 2012, la tasa de paro en España superara el 26 %.

Entre 2014 y 2019 se produjo cierta recuperación económica, si bien esta fue tímida y desigual y respondió sobre todo al fuerte tirón del sector turístico. España alcanzaba en 2014 un crecimiento económico por encima del 3 % y veía reducirse su tasa de paro al 16,55 %, si bien en 2018 y 2019 el crecimiento del PIB se moderó (en un 2,4 % y un 2 %, respectivamente) y también la creación de empleo, que aumentó solo en un 2,79 %.

Este nuevo ciclo fue interrumpido en marzo de 2020 por la extensión de la primera gran oleada de la pandemia de COVID-19 en España. En su conjunto,

esta pandemia provocó una mortalidad extraordinaria en nuestro país que, según datos de The Lancet (2022), rondaría las 162 000 personas fallecidas. La situación provocó una contracción económica sin parangón que se prolongó durante más de un año. Además, aunque a partir de 2021 comenzaron a aparecer en signos de recuperación económica, de nuevo muy desiguales, tanto la invasión de Ucrania por parte de Rusia, iniciada en febrero de 2022, como también el aumento del precio de la energía y la situación inflacionista subsiguiente mermarían otra vez la economía de los hogares españoles.

¿Cómo repercutieron estos ciclos económicos, sobre todo la Gran Recesión y la pandemia, en las prácticas culturales? El progreso general de la participación cultural en nuestro país, fundamentado en la adquisición progresiva de un mayor nivel educativo entre la población, no ha impedido que los ciclos económicos –y, por ello, las crisis– hayan castigado la participación cultural, aunque no todas las prácticas se han visto afectadas o igualmente afectadas: han sido las prácticas ocasionales y externas al hogar (con alguna excepción), y no las prácticas frecuentes y especialmente desarrolladas en el hogar, las que han experimentado caídas de diversa magnitud.

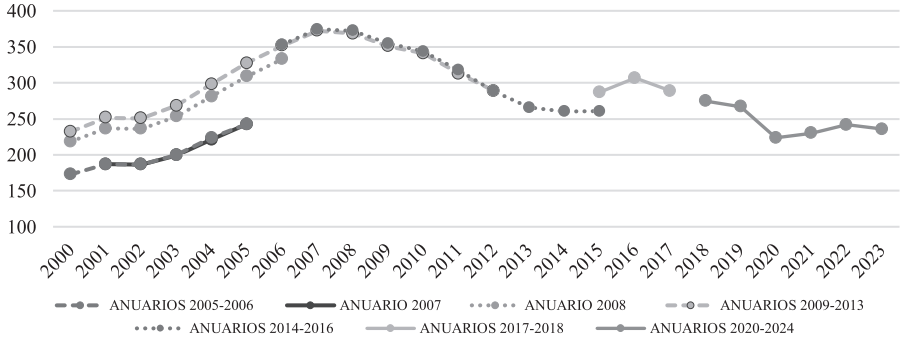
Lo anterior puede observarse de manera directa, aunque no solo, en la evolución del gasto cultural privado durante este cuarto de siglo, toda vez que las prácticas ocasionales extradomésticas suelen demandar pago por servicio. Cierto es que otras prácticas habituales y más orientadas al ámbito doméstico, como son el visionado de televisión o la escucha de música, pueden estar asociadas a distintas formas de suscripción (y, por tanto, de gasto), pero no dependen de estas, pues más bien requieren la previa adquisición de equipamientos que tienen años de vida útil. Por lo dicho, el gasto cultural doméstico informa de manera relevante de los vaivenes de las prácticas culturales extradomésticas.

A continuación, presentamos la evolución del gasto cultural privado en España durante el siglo xxi. Disponemos a tal efecto de datos recogidos por los sucesivos anuarios de estadísticas culturales elaborados por el Ministerio de Cultura. Esta empresa estadística ha sido objeto de discontinuidades metodológicas durante estos años[8], pero aun así permite observar las oscilaciones del gasto cultural de la ciudadanía de todo el periodo, siempre con las debidas cautelas. Comenzaremos observando los indicadores generales de gasto, que representamos en el gráfico 92.45.

Como puede observarse, la evolución del gasto cultural privado se corresponde solo *grosso modo* con la evolución de la economía española expuesta anteriormente. Sí se observa una consonancia entre ambas en los periodos de la Década Prodigiosa y la Gran Recesión, pero no así en los años posteriores, pues la relativa recuperación económica del periodo 2014-2019 no repercutió en un restablecimiento del gasto privado en cultura. Detengámonos en los indicadores disponibles.

[8] De ahí que, en aras del rigor, hayamos optado por mostrar el conjunto de estos indicadores agrupándolos de acuerdo con su metodología y coherencia.

Gráfico 92.45. *Evolución del gasto cultural medio por persona en España, 2000-2023 (en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2006, 2013, 2016 y 2024), Anuarios de Estadísticas Culturales.

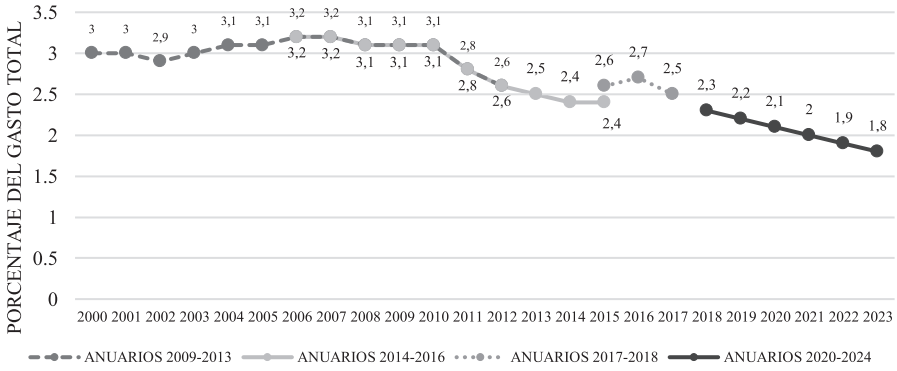
En 2007, el gasto cultural registró su valor máximo para todo este cuarto de siglo al alcanzar los 372-374 euros anuales per cápita. Este gasto fue reduciéndose de manera progresiva en los años posteriores hasta llegar a los 288 euros por persona de 2012, lo que supuso una caída de un 23 % respecto a 2007). No obstante, la caída del gasto privado en cultura no había concluido aquí, pues en 2013 y en 2014 el gasto anual aún cayó en otros veintitrés y luego cinco euros, respectivamente (para fijarse en una media de 265,7 euros en 2013 y de 260,1 euros en 2014), donde se mantuvo más o menos hasta 2019, año en el que el nivel de gasto medio por persona se fijó en 266,9 euros y, por tanto, en un registro muy similar. Por lo tanto, si entre los años 2014 y 2019 hubo alguna tímida recuperación del gasto cultural –lo que tampoco podemos afirmar taxativamente, pues los datos son contradictorios–, de poco sirvió, pues en 2019 el gasto privado en cultura no manifestaba mejoría alguna respecto al registro de 2012, sino más bien una caída moderada: de los 288 euros del año 2012 se había pasado a los 266,9 euros de 2019.

Por si esto fuera poco, la pandemia supuso un embate sin precedentes para el gasto cultural privado, que se hundió en 2020 hasta los 223,6 euros anuales por persona, el nivel más bajo conocido en nuestro país en el siglo xxi, y tampoco en los años posteriores se ha dado una recuperación: en 2021, el gasto aumentó únicamente en 6,4 euros por persona (con una media de 230 euros) y, en 2022, en otros once euros por persona (alcanzando solo los 241 euros). Además, en 2023, el gasto volvería a caer a los 235,5 euros de media per cápita, una cifra muy similar a la del año 2000 y muy alejada de los 372,2 euros de gasto medio de 2007.

Más reveladora aún es la evolución del gasto cultural privado en términos relativos, esto es, en consideración al peso alcanzado por la partida del gasto destinada a cultura en el conjunto del presupuesto de los hogares. Estos datos se representan en el gráfico 92.46 y corroboran que la importancia relativa del gasto cultural en España también ha descendido a lo largo de estos años, al pasar de constituir el 3,2 % del conjunto de los presupuestos familiares en el

momento álgido de la Década Prodigiosa (2006 y 2007) a situarse en el 2,4 % de 2014 y 2015. Asimismo, y de nuevo, no se constatan signos de recuperación con posterioridad (salvo los muy aislados y discutidos indicadores de los años 2016 y 2017), pues el gasto pasó de implicar el 2,7 % del gasto total de los hogares en 2016 a experimentar una caída pronunciada e ininterrumpida a partir de esta fecha, de modo que el último dato del INE, el referido a 2023, sitúa el porcentaje del gasto cultural de los hogares en el 1,8 % de su gasto total[9], el valor más bajo de todo el siglo XXI. Aquí sí, no ha habido progreso alguno, sino declive continuado.

GRÁFICO 92.46. *Evolución del gasto cultural en relación con el presupuesto de los hogares en España (2000-2023, porcentaje de gasto total)*



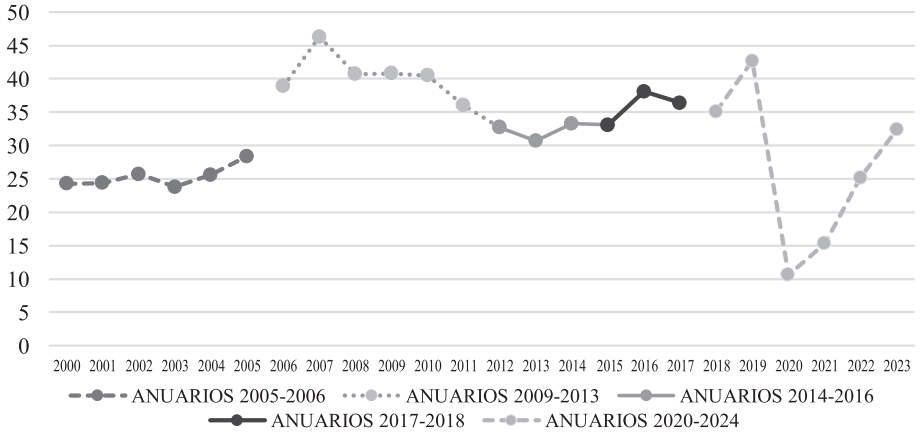
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2006, 2013, 2016 y 2024), Anuarios de Estadísticas Culturales.

Además, sabemos que las sucesivas caídas del gasto cultural no han afectado por igual a los distintos bienes y servicios culturales: el gasto en equipamientos y servicios culturales para el hogar apenas se ha resentido, aunque también ha experimentado retrocesos en algunos años. Son más bien las prácticas culturales ocasionales (las más elitistas) y, especialmente, las extradomésticas las grandes perjudicadas en cada crisis. En este sentido, valoraremos la evolución del gasto privado en espectáculos culturales. Los datos disponibles se muestran en el gráfico 92.47.

Los indicadores del gasto privado en espectáculos culturales revelan una historia sometida a grandes disrupciones, pues, tras el gran crecimiento del sector en la Década Prodigiosa, se dieron caídas particularmente severas en la Gran Recesión y la pandemia. En efecto, el gasto alcanzó en 2007 los 46,3 euros de media por persona, su valor más alto en el siglo, y fue descendiendo luego de manera progresiva hasta llegar a su valor más bajo

[9] Debemos señalar la desviación de los datos españoles respecto de los europeos, pues Eurostat reconoce a España en 2020 un porcentaje de gasto del 1,5 % respecto del gasto cultural total, lo que es un dato todavía más reducido que el recogido por el INE.

Gráfico 92.47. *Gasto medio por persona en espectáculos en España (2000-2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2006, 2013, 2016 y 2024), Anuarios de Estadísticas Culturales.

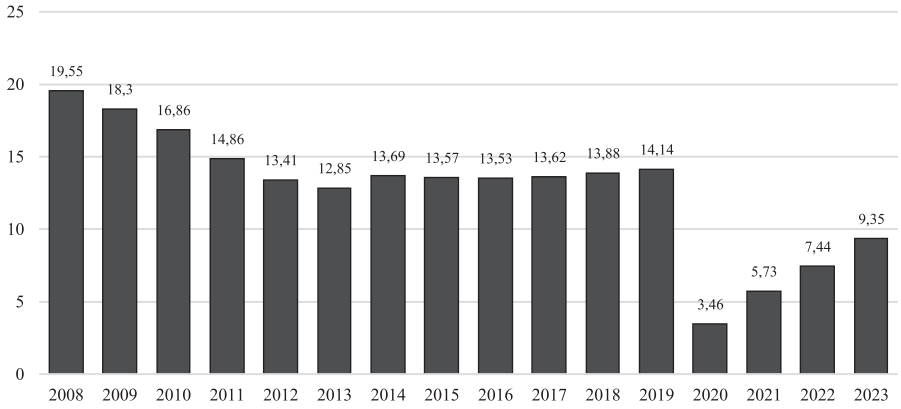
en la Gran Recesión, el de 2013, cuando el gasto medio per cápita en espectáculos fue de 30,7 euros (15,6 euros menos que en 2007, lo que entraña una reducción de un 33,7 %). Con la recuperación económica posterior, sin embargo, este indicador apenas alcanzó los treinta y tres euros, en 2014 y 2015, aunque desde entonces el gasto aumentó con claridad: 2019 fue un año particularmente positivo, al alcanzarse un gasto medio por persona de 42,7 euros (hay que señalar que fue debido a la especial participación de los conciertos de música actual).

Lamentablemente, la pandemia resultó en particular dura con estas prácticas, lo que se observa en la rotunda caída del gasto en esta partida en el año 2020, pues de los 42,7 euros de 2019 se pasó a los 10,6 euros de 2020 por persona, hecho que supone una reducción de 32,1 euros (un 75,1 %). Con posterioridad, la recuperación ha sido patente, pero más lenta de lo esperado, de modo que en 2023 hemos alcanzado los 32,4 euros per cápita de gasto, lo que nos sitúa a diez euros del gasto medio previo a la pandemia.

¿Qué sabemos de la participación real en estas prácticas y de su grado de penetración en el conjunto de la población? El Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales (2024) ofrece datos muy significativos al respecto, pues registra el volumen de espectadores y su evolución. Estos datos revelan una evolución muy similar a la que se deduce de los indicadores del gasto cultural privado, pues los cambios en el número de espectadores se corresponden con las etapas y crisis económicas en nuestro país: se observan el gran aumento de espectadores en la época prodigiosa, años en que se alcanzaron niveles de público que no volverían a repetirse; la crisis posterior; luego una relativa recuperación, seguida de la gran caída de espectadores provocada por la pandemia, y, por último, la muy lenta recuperación de la

participación de la época pospandémica (los 9,35 millones de espectadores de espectáculos escénicos de 2023 están todavía lejos de los 14,14 millones del año 2019).

Gráfico 92.48. *Asistentes a espectáculos escénicos (2008-2023, en millones de espectadores)*



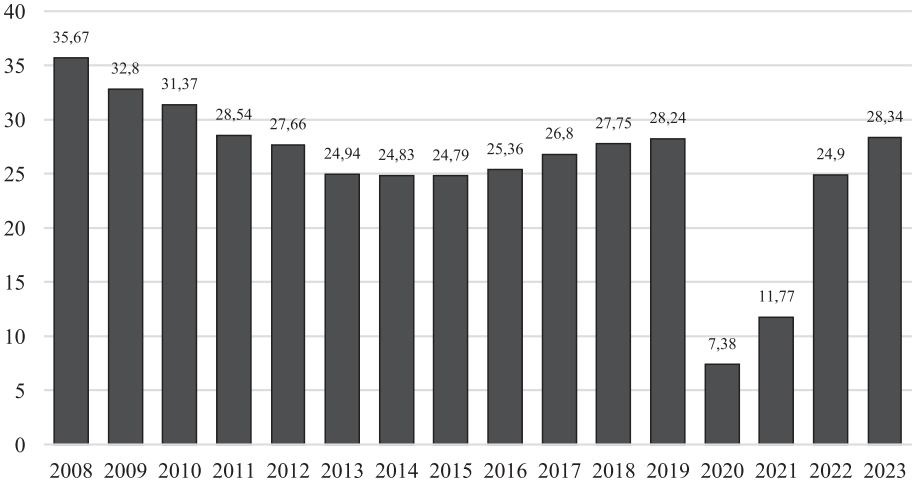
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SGAE (2024), Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales.

A lo anterior hay que añadir el hecho de que, en realidad, la mayoría de las prácticas están experimentando una recuperación mucho más lenta de lo que reflejan los indicadores anteriores, pues lo cierto es que una única práctica está desempeñando el indiscutible papel de locomotora del sector: nos referimos a los conciertos de música popular, que han alcanzado sus niveles prepandémicos y han elevado de modo un tanto engañoso la media de participación en el conjunto de las artes escénicas. Por otra parte, si bien esta «locomotora» ha alcanzado los veintiocho millones de espectadores de 2019, no son los 35,67 millones de la Década Prodigiosa (datos de 2008).

Otros indicadores coinciden en establecer la misma evolución, por ejemplo los relativos a la penetración social de la visita a museos, exposiciones y galerías de arte en el conjunto de la población. Lamentablemente, la recuperación de la participación cultural extradoméstica en España todavía está por llegar.

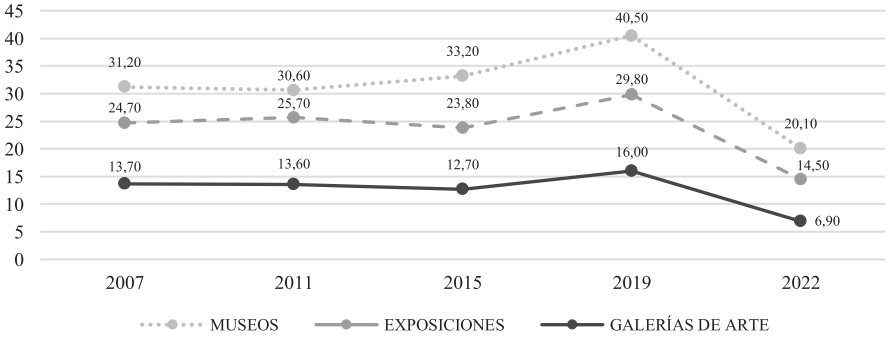
La evolución de las prácticas lectoras y del gasto correspondiente constituye un caso aparte entre el conjunto de prácticas ocasionales. Se trata de una práctica considerada más elitista y que, sin embargo, se asocia especialmente, aunque no solo, al ámbito doméstico. Pues bien, lo que revelan los indicadores disponibles aquí no es sino una evolución sui generis, esto es, un claro crecimiento a principios de siglo (la Década Prodigiosa), pero una caída ininterrumpida desde entonces sin apenas síntomas de recuperación reciente.

Gráfico 92.49. *Espectadores de música popular en vivo (2008-2023, en millones de espectadores)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SGAE (2024), Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales.

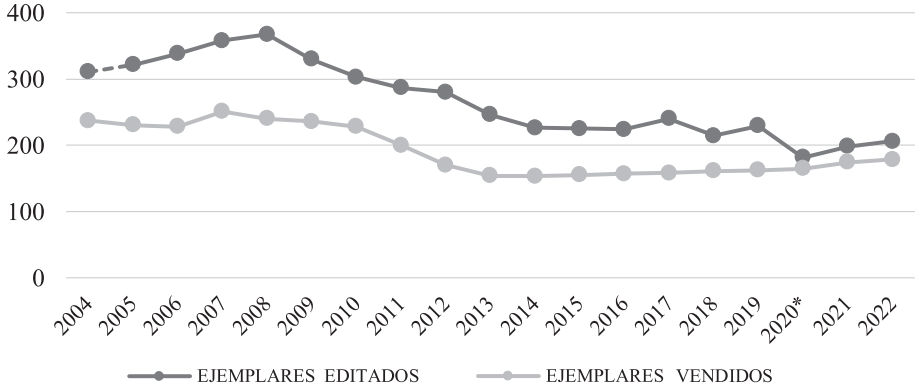
Gráfico 92.50. *Evolución de la penetración de la visita a museos, exposiciones y galerías de arte (2007-2022, porcentaje de población)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

Los indicadores revelan que, en España, se alcanzó el récord de ventas de libros en 2007, con doscientos cincuenta millones de ejemplares vendidos, y que, desde entonces, esta cifra ha ido descendiendo progresivamente para tocar fondo en 2013 (con 153,8 millones de ejemplaros vendidos), sin que pueda hablarse en ningún momento de una recuperación. Se evidencia, por tanto, una clara incongruencia entre el gasto privado en libros y la situación económica del país, pero también respecto a la participación cultural real, pues sabemos que el hábito lector no ha dejado de crecer en España. Para resolver esta paradoja no cabe sino formular aquí la hipótesis de que la ciudadanía ha

Gráfico 92.51. *Número de libros vendidos (y editados) en España (2004-2022, en millones de ejemplares)*

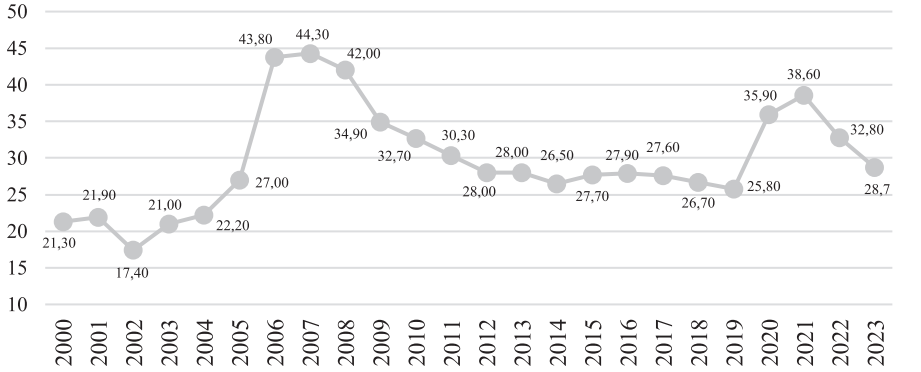


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2024), *Anuario de Estadísticas Culturales*.

intensificado el uso de las bibliotecas y también la práctica de descargas electrónicas, tanto legales como no legales. En este sentido, el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España de 2022 (CONECTA, 2023; 2024) apuntaba que el porcentaje de los lectores que pagan por los libros digitales ha descendido en nuestro país a un 66,3 %.

¿Han experimentado otras partidas del gasto cultural, especialmente las relativas a las prácticas culturales frecuentes, un descenso similar del gasto? Como ya hemos anunciado, el gasto privado aquí, si bien ha podido acusar ciertas crisis, no ha experimentado las grandes disrupciones de las prácticas culturales ocasionales extradomésticas. A modo de ejemplo, podemos considerar la evolución del gasto en equipos para el tratamiento de la información. Aquí se acusan

Gráfico 92.52. *Gasto medio per cápita en España en equipos para el tratamiento de la información (2000-2023, en euros)*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Cultura (2006, 2013, 2016 y 2024), Anuarios de Estadísticas Culturales.

el incremento del gasto durante la Década Prodigiosa y los perniciosos efectos de la Gran Recesión, pero también un comportamiento muy distinto durante de la pandemia, hecho que pone de manifiesto que los hogares de nuestro país hicieron un importante esfuerzo durante dicho periodo en la adquisición de este tipo de equipos, lo que, dado su ciclo de vida útil, explica la caída del gasto en los años posteriores. La pandemia constituyó un obstáculo insalvable para algunas prácticas culturales, pero también un inesperado impulso para otras.

En resumen, las grandes afectadas por la gran crisis de la pandemia de COVID-19 han sido las prácticas culturales ocasionales extradomésticas, más elitistas: las artes escénicas y la visita a museos, exposiciones y galerías, así como al cine, a la ópera o a la danza. Sin embargo, el gasto de los españoles sí se ha recuperado en otras actividades de ocio después de la pandemia: la hostelería y el turismo sí han alcanzado en 2024 los niveles anteriores a 2020. Se diría que la población de nuestro país siente la imperiosa necesidad de restituir su vida social, sus actividades dionisiacas. No obstante, dadas las fuerzas estructurales que afectan las grandes tendencias en participación cultural, ¿no es razonable esperar que antes o después se producirá esa deseada recuperación de las prácticas escénicas y musicales? Así lo creemos.

Por otro lado, además, nuestro recorrido permite constatar que el hogar, un nuevo hogar digitalizado, se ha mantenido imperturbable como un ámbito de cultura a través de sus diversos dispositivos durante todo el periodo, sin que apenas se haya visto afectado por las grandes disrupciones económicas y sanitarias de este primer cuarto de siglo.

Bibliografía

Adorno, Theodor y Horkheimer, Max (1994). La industria cultural. En: Dialéctica de la Ilustración (pp. 165-212). Madrid: Trotta.

AIMC (2024). Marco general de los medios en España. Madrid: AIMC.

Ariño, Antonio (2015). La cultura en España en la era digital. En: *España 2015. Situación Social* (pp. 1356-1379). Madrid: CIS.

Baron, Naomi S. (2015). *Words Onscreen: The fate of reading in a digital world*. New York: Oxford University Press.

Bennett, Milton J. (ed.) (1998). *Basic Concepts of Intercultural Communication*. Yarmouth, Maine: Intercultural Press.

Bonini, Tiziano y Gandini, Alessandro (2019). «'First week is editorial, second week is algorithmic': Platform Gatekeepers and the Platformization of Music Curation». *Social Media + Society,* 5(4), pp. 1-11.

Bourdieu, Pierre (1998). *La distinción*. Madrid: Taurus.

Cabur, Beatriz (2015). «La telepresencia en el teatro de texto». 1616: Anuario de Literatura *Comparada,* 5, pp. 75-84.

Carr, Nicholas (2017). *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.

Castells, Manuel (1996). *La era de la información.* (Vol. 1). Madrid: Alianza.

Causey, Matthew (2016). «Postdigital Performance». *Theatre Journal,* 68(3), pp. 427-441.

Chartier, Roger (1994). *El orden de los libros: lectores, autores y bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII.* Barcelona: Gedisa.

Chatzichristodoulo, Maria (2012). *«Cyberformance? Digital or Networked Performance? Cybertheaters? Or Virtual Theatres? …or all the above?».* Cyposium. Disponible en: http://www.cyposium.net/selected-presentations/chatzichristodoulou/, acceso 4 de agosto de 2025.

CIS (2024). *Cultura y Estilos de vida.* Estudio 3476. Madrid: CIS.

CNMC (2023). *Panel de Hogares de la CNMC 2023.* Disponible en: https://data.cnmc.es/panel-de-hogares, acceso 30 de julio de 2025.CNMC (2024).

Panel de Hogares de la CNMC (2024). Disponible en: https://data.cnmc.es/panel-de-hogares, acceso 30 de julio de 2025.

CONECTA (2023). Hábitos de lectura y compra de libros en España. Madrid: CONECTA.

CONECTA (2024). Hábitos de lectura y compra de libros en España. Madrid: CONECTA.

Cornago Bernal, Óscar (2004). «El cuerpo invisible: teatro y tecnologías de la imagen». *Arbor,* 177(699-700), pp. 595-610.

Darnton, Robert (2010). *Las razones del libro futuro, presente y pasado.* Madrid: Trama.

Devasagayam, Raj; Stark, K. y Watters, D. (2019). «Digital binge-watching: An exploratory study». *Journal of Marketing Development and Competitiveness,* 13(4), pp. 92-101.

Dixon, Steve y Smith, Barry (2007). *Digital Performance: a History of New Media in Theater, Dance, Performance Art and Installation.* Cambridge: The MIT Press.

Eurostat (2010-2020). *Mean consumption expenditure of private households on cultural goods and services by COICOP consumption purpose.* Comisión Europea. doi: 10.2908/CULT_PCS_HBS

Eurostat (2015-2022). *Persons practicing artistic activities by sex, age, educational attainment and frequency.* Comisión Europea. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/product/page/ILC_SCP07, acceso 30 de julio de 2025.

Eurostat (2017). *Special Eurobarometer 466:* Cultural Heritage. Comisión Europea. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/bookmark/a58c32ca-5359-4751-8be5-d0945a128 268?lang=en, acceso 1 de agosto de 2025.

Eurostat (2020). *Household expenditure_on_culture.* Comisión Europea. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_household_expenditure_on_culture, acceso 28 de julio de 2025.

Eurostat (2022). *Persons participating in cultural or sport activities.* Comisión Europea. doi: 10 2908/ilc_scp37

European Commission (2024). *Education and Training Monitor 2024.* Comparative report. Union Europea: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture.

Eurostat (2004-2023). *Population by educational attainment level, sex and age (%).* doi: 102908/edat_lfs_9903

Fundación SGAE (2024). *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, musicales y Audiovisuales 2024*. Madrid.

Gauntlett, David (2011). *Making is Connecting: The Social Power of Creativity, from Craft and Knitting to Digital Everything*. Malden, MA: Polity Press.

GfK DAM (2024). *Wrapped Digital 2023*. Disponible en: https://www.gfk-media-measurement.com/es/insights, acceso 5 de agosto de 2025.

Giannachi, Gabriela (2004). *Virtual Theatres: an Introduction*. London-New York: Routledge.

Hagen, Anya N. (2015). «The playlist experience: Personal playlists in music streaming services». *Popular Music and Society,* 38(5), pp. 625-645.

Han, Byung-Chul (2010). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.

Han, Byung-Chul (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

INE (2021-2023). *Encuesta de población activa*. Disponible en: https://www.ine.es/, acceso 28 de julio de 2025.

INE (2023). *Encuesta de población activa*. Disponible en: https://www.ine.es/, acceso 4 de agosto de 2025.

INE (2024). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares 2024*. Disponible en: https://ine.es/dyngs/INEbase/es, acceso 1 de agosto de 2025.

JustWatch (2024). JustWatch.com. Tu guía de streaming para películas, series de TV y deportes. Disponible en: https://www.justwatch.com/es/proveedor/netflix, acceso 5 de agosto 2025.

Kjus, Yngvar (2016). «Musical exploration via streaming services: The Norwegian experience». *Popular Communication,* 14(3), pp. 127-136.

Lévy, Pierre (2007). *Cibercultura*. Barcelona: Anthropos.

Liu, Ziming (2005). «Reading behavior in the digital environment: Changes in reading behavior over the past ten years». *Journal of Documentation,* 61(6), pp. 700-712.

Lopes da Silva, Anderson (2020). «Are you still watching?. Technicity, Temporality, and Excess in Streaming Consumption». *Journal of Digital Media and Interaction,* 3(8), pp. 7-18.

Mangen, Anne; Walgermo, Bente R. y Brønnick, Kolbjorn (2013). «Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension». *International Journal of Educational Research,* 58, pp. 61-68.

Ministerio de Cultura (2006). *Anuario de Estadísticas Culturales* 2006. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2007). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007*. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2011). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010-2011*. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2013). *Anuario de Estadísticas Culturales* 2013. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2015). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015*. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2016). *Anuario de Estadísticas Culturales* 2016. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2019). Encuesta de *Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018-2019*. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura (2024). *Anuario de Estadísticas Culturales* 2024. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura y Fundación Autor (2005). *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2002-2003*. Resultados detallados. Madrid: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Universidades (2023). *Datos y cifras del sistema universitario español*. Publicación 2022-2023. Madrid.

Moreno-Colom, Sara; Ajenjo Cosp, Marc y Borràs Català, Vicent (2018). «La masculinización del tiempo dedicado al trabajo doméstico rutinario». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas,* 163, pp. 41-58. http://dx.doi.org/10 5477/cis/reis.163.41

Morin, Edgar (1966). *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus.

Morozov, Evgeny (2011). *El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.

Pérez García, Francisco y Uriel Jiménez, Ezequiel (eds.) (2022). *El equipamiento de los hogares y las dotaciones de capital de las familias del siglo* XXI. Bilbao: Fundación BBVA.

Purhonen, Semi; Verboord, Marc; Sirkka, Ossi; Nørgaard Kristensen, Nete y Janssen Susanne (2023). «Definitely (not) belonging to culture: Europeans' evaluations of the contents and limits of culture». *Poetics,* 101. doi: 10.1016/j.poetic.2023.101840

Romera Castillo, José (ed.) (2013). Teatro e Internet en la primera década del siglo XXI. Madrid: Verbum.

Sirkka, Ossi; Walo, Simon; Purhonen, Semi; Verboord, Marc; Janssen, Susanne y Bonnet Philippe (2024). «Understandings of Culture: A European Bottom-up Study Using Structural Topic Modeling». *Socius: Sociological Research for a Dynamic World,* 10. doi: 101177/23780231241 278 524

Simmel, Georg (2008). *De la esencia de la cultura*. Buenos Aires: Prometeo.

Spotify (2024). *La nueva edad dorada del audio*. Disponible en: https://ads.spotify.com/es-ES/insights-y-noticias/la-nueva-edad-de-oro-del-audio/, acceso 1 de agosto de 2025.

The Lancet (2022). «Estimating excess mortality due to the COVID-19 pandemic: a systematic analysis of COVID-19-related mortality, 2020-21». *The Lancet,* 399(10334), pp. 1513-1536.

Tryon, Chuck (2013). *On-demand culture: Digital delivery and the future of movies*. Rutgers University Press.

Weinberger, David (2011). *Too Big to Know*. New York: Basic Books.

Tocqueville, Alexis de (1957) [1835]. *La Democracia en América*. México: FCE.

Parte III.
Ciencia y educación

93. La cultura científica en España desde una perspectiva comparada

Rafael Pardo Avellaneda
Catedrático de Sociología y Director de la Fundación BBVA

El concepto de «cultura» es un objeto formal canónico de la sociología, apareciendo por lo común en el tercer capítulo de los manuales de referencia de la disciplina, inmediatamente detrás de los dedicados a presentar el perfil y sentido de la indagación sociológica y sus métodos. Su disposición temprana en esas obras didácticas no es casual, sino expresión del carácter fundacional que el vector de la cultura tiene en el modelado de la vida social y las instituciones, en la esfera privada y en la pública, desde la primera socialización a las interacciones sociales diarias en numerosos ámbitos, las preferencias y la conducta toda.

La denotación del concepto «cultura» en las ciencias sociales es amplia y diversa, incluyendo facetas y cristalizaciones múltiples de la cultura material (desde el espacio construido a la tecnología), las prácticas, convenciones y usos sociales (*folkways*) y, especialmente, la esfera integrada por el lenguaje, los conocimientos, los símbolos, los valores y las normas fundamentales («mores»), esto es, el conjunto de modos compartidos de entender y actuar en el mundo –las ideas y creencias–, los valores, las expectativas acerca de la conducta «normal» de individuos y organizaciones, el universo de las actitudes, el equipamiento mental transmitido entre generaciones, pero sujeto a procesos de innovación incremental y cambio radical (Kroeber y Kluckhohn, 1963). Una característica formal de la cultura de una sociedad y periodo es su radio de aceptación o grado de incorporación efectiva en los mapas mentales de los individuos, distinguiéndose entre el tríptico de la «cultura» (en singular, las ideas y valores predominantes), las «subculturas» (en plural, propias de profesiones y grupos sociales específicos, en principio compatibles con la cultura general) y las «contraculturas» (de grupos sociales opuestos a las ideas y valores hegemónicos). El componente simbólico de la cultura, trabajado desde la sociología, la psicología social, la ciencia política, la antropología cultural, algunas orientaciones de la ciencia económica y los estudios sobre comunicación y opinión pública, es el que interesa en estas páginas, especificado a propósito del subconjunto de la cultura científica en España, analizada fundamentalmente desde una perspectiva empírica comparada con Europa y otras sociedades singulares.

De todo el dominio simbólico incluido en el concepto general de cultura, el mejor formalizado y estimado empíricamente desde hace décadas en sociología y ciencia política es el de la llamada cultura cívica o cultura política, con una primera aportación seminal de Gabriel A. Almond y Sydney

Verba (1989). Con alcance más general, aunque menor desarrollo analítico, hay que mencionar los estudios sobre modernización de Alex Inkeles y David H. Smith (Inkeles, 1982, pp. 220-224; Inkeles y Smith, 1974, p. 28), en los que uno de los indicadores de la transición de sociedades tradicionales a sociedades modernas era el de los valores y las disposiciones o actitudes de la población, entre ellos el de la apreciación de la ciencia y de los «hábitos mentales» de la práctica científica. Los estudios clásicos de Ronald Inglehart (1977, 1990, 1997) sobre la transición de valores materialistas a «posmaterialistas», aunque con una llamativa ausencia de los valores asociados a la ciencia, constituyen uno de los casos más acabados de medición y análisis comparado de un subconjunto bien definido de la cultura de la sociedad. Con desarrollo y formalización variable han aparecido también numerosos estudios sobre cultura religiosa (entre ellos, la amplia literatura sobre secularización), cultura económica, cultura de la salud y, más recientemente, cultura medioambiental. Por lo general, las distintas familias de estudios sociológicos y politológicos relativos a la cultura han otorgado más peso y atención a la componente valorativo-actitudinal que a la cognitiva. En este capítulo se atiende igualmente a ambas dimensiones.

93.1. Los efectos culturales de la ciencia

La medición y análisis de la cultura científica referida a la población general, aunque cuenta con desarrollos de varios de sus elementos canónicos desde finales de los años cincuenta del siglo pasado, viene tomando forma dentro de la plantilla conceptual de la «cultura» solo en los últimos quince años, siendo una de sus expresiones la obra colectiva editada por Martin Bauer, R. Shukla, y Nick Allum, *The Culture of Science. How the Public Relates to Science Across the Globe* (Bauer, Shukla y Allum, 2012).

Es una significativa anomalía de la agenda de investigación sociológica el que una fuerza tan transversal y transformadora como la cultura asociada a la ciencia y la tecnología haya merecido una atención comparativamente escasa respecto a variables tradicionales de mucho menor alcance, quizás como consecuencia de atenerse al supuesto de que la ciencia es un dominio altamente especializado que queda reservado por entero a la comunidad científica. Podría hablarse, así, de subcultura científica, esto es, de la cultura específica de los profesionales de la ciencia, sus organizaciones e instituciones, pero no de la cultura científica de la población general. Pero hay razones poderosas que justifican el predicar de la entera sociedad la apropiación de la cultura científica, tanto en su dimensión cognitiva como valorativa y actitudinal.

Entre los varios tipos de efectos de la ciencia, documentados por la historia de la ciencia y de la tecnología e incluso por la historia general de las últimas décadas (Hobsbawm, 1994, pp. 257-286 y 522-557; Reynolds, 2000, pp. 494-538 y 657-692), Bertrand Russell (1952, p. 11) notó, a comienzos de los años cincuenta del pasado siglo, que uno de los más significativos es

precisamente de naturaleza cultural: la ciencia es un «factor dominante en determinar las creencias de la población educada», teniendo «efectos intelectuales directos, como el abandono de muchas creencias tradicionales y la adopción de otras nuevas motivadas por el éxito del método científico», habiendo crecido «una filosofía, que conlleva una nueva concepción acerca del lugar de los seres humanos en el universo» (Russell, 1952, p. 11). Los fundamentos cardinales de esa nueva perspectiva para entender y actuar en el mundo, puestos por la revolución científica del siglo XVII, fueron sintetizados elegantemente por Russell (1952, p. 16) como sigue: 1) «las afirmaciones fácticas deben basarse en la observación, no en una autoridad sin respaldo»; 2) «el mundo inanimado es un sistema autónomo y autosostenible, en el que todos los cambios se ajustan a las leyes naturales» y 3) «la Tierra no es el centro del universo, y probablemente el Hombre no sea su propósito (si es que tiene alguno)». La principal influencia de la ciencia en la cultura general fue no tanto la difusión de específicos conocimientos científicos, como un cambio radical en la forma de pensar, erosionando en numerosos dominios el modo tradicional de aceptar como veraces y válidas creencias sin fundamento analítico y empírico, basadas en la tradición y la autoridad. Un resultado de esa revolución conceptual fue el ocaso de numerosas creencias presentes en la cultura popular, ampliamente aceptadas, sin haber pasado nunca por un escrutinio crítico o prueba empírica, entre ellas la existencia de portentos o presagios (asociados a fenómenos naturales como los eclipses y los cometas), la brujería, la posesión demoniaca y numerosos tabús. El efecto social y moral agregado del cambio de perspectiva propiciado por la ciencia fue el «cese de la persecución y una actitud generalmente más humana» (Russell, 1952, p. 16).

El avance de la ciencia en los siglos XIX y XX contribuyó por su parte a debilitar los frágiles fundamentos de las concepciones del mundo totalizadoras (*Weltanschauungen*) de origen filosófico y religioso, así como las grandes ideologías políticas (Sacristán, 1983, pp. 28-30). Frente a estas construcciones epistémicamente deficientes –mezcla de afirmaciones fácticas con valores y fines, conectados mediante procedimientos incompatibles con las reglas de la lógica y resistentes al cambio– las teorías científicas han demostrado una clara superioridad. Basadas en el análisis de objetos formales fragmentarios y respaldadas por evidencia empírica obtenida a través de experimentos, técnicas observacionales sofisticadas y análisis estadísticos, las teorías científicas destacan por su veracidad, capacidad predictiva y constante evolución. Esta ventaja epistémica se ha traducido en aplicaciones prácticas altamente eficaces en una variedad de ámbitos, en continua expansión.

La potencia cognitiva y práctica de la ciencia se ha ido trasladando paulatinamente a la cultura general de la población a través de numerosas narrativas de radio diverso. Unas generales, asociando la ciencia en su conjunto con la consecución de ideales y grandes objetivos, a veces con efectos indeseados no previstos, entre ellas, avance del conocimiento y progreso, ciencia y expansión de la racionalidad, ciencia e incremento de la complejidad, ciencia y sociedad del riesgo; ciencia y belleza, ciencia y poder, ciencia y bondad, encarnando «las tres virtudes de verdad, bondad

y belleza», etiquetadas por Gerald Holton (1995, p. 92) como la «búsqueda newtoniana de omnisciencia», la «búsqueda baconiana de una suerte de omnipotencia» y el «descubrimiento de la belleza en la estructura, coherencia, simplicidad y racionalidad del mundo, un encantamiento kepleriano». Otras narrativas son de radio acotado, vinculadas a específicas áreas de la ciencia y la tecnología, como la conquista del espacio, el desciframiento del código de la vida, la lucha contra el cáncer, ciencia y poder militar, la erradicación de enfermedades infecciosas, la construcción de máquinas inteligentes, ciencia y creación de vida en el laboratorio, ciencia y conservación de la biodiversidad. La parte empírica de este capítulo presenta medidas relacionadas con varias de estas narrativas o facetas de ellas.

La eficacia cultural de las narrativas vinculadas a la ciencia, apoyadas en ejemplos prácticos de conocimientos que se trasladan de manera efectiva a la resolución de problemas y consecución de objetivos, ha generado confianza social en el conocimiento validado de los científicos y los tecnólogos, y distancia o desconfianza respecto a las doctrinas, construcciones holísticas y recetas de élites, autodeclarados *influencers*, profesiones y organizaciones que no cuentan con las exigentes credenciales cognitivas y procedimientos de cribado de explicaciones y modelos propios de la comunidad científica y de la ingeniería.

Pero, a pesar de sus débiles fundamentos epistemológicos, las narrativas y las ideologías alternativas a la ciencia no han caducado, revistiéndose con frecuencia con lenguajes de apariencia científica, proporcionando cobertura a manifestaciones que incluyen en el presente la llamada medicina alternativa, el negacionismo del cambio climático y del alcance y significado de la pérdida de biodiversidad, el rechazo de la eficacia de las vacunas, la negación de la teoría evolucionista y la del origen del universo, la promoción de teorías conspiratorias, el terraplanismo y, más en general, el *revival* de corrientes irracionalistas.

El efecto cultural automático derivado del avance científico no puede darse por sentado en las condiciones de alta complejidad de la sociedad global del presente, con el auge del neopopulismo, liderazgos abiertamente contrarios a la ciencia, las redes sociales del espacio digital, la pérdida de influencia de los medios de comunicación convencionales y sus profesionales y la intoxicación informativa a gran escala a través de algoritmos diseñados por *lobbies* y regímenes autoritarios de formas institucionales diversas.

El mantenimiento de un ecosistema cultural que, además de favorecer la investigación científica, amplíe el espacio de elección informada de los individuos y, en un plano más general, haga posible preservar y reforzar la esfera de la información validada como fundamento de la arquitectura institucional de las democracias pluralistas y las políticas públicas, exige incorporar como componente ordinario del trabajo de la comunidad científica el fomento de la cultura científica de la sociedad, retomando una preocupación de la segunda mitad del siglo xx.

93.2. La lógica de difusión de la ciencia al público

El programa contemporáneo de impulso de la comprensión pública de la ciencia surgió en el contexto sociopolítico de la Guerra Fría, marcado por la competencia por la hegemonía global entre la Unión Soviética y Estados Unidos. El impacto político y cultural del lanzamiento del Sputnik 1 por la URSS el 4 de octubre de 1957, al tomar la delantera en la carrera espacial, desencadenó un intenso debate y una serie de iniciativas orientadas no solo a la formación de un gran número de científicos e ingenieros, sino también a la promoción de una ciudadanía familiarizada con la ciencia. Se asumió que este conocimiento por parte del público, además de garantizar el futuro reclutamiento de investigadores, constituía un activo estratégico en la competencia entre las dos superpotencias y otras naciones avanzadas en la esfera económica.

Las razones subyacentes a la necesidad de una «alfabetización científica» en la sociedad fueron desarrolladas explícitamente, de manera incremental, en las décadas siguientes, atribuyéndoseles múltiples efectos de gran alcance. W. M. Laetsch (1987, pp. 1-7) las sintetizó de la siguiente manera: 1) el conocimiento científico permite al electorado tomar decisiones más informadas; 2) comprender la base de la tecnología moderna genera beneficios económicos y fortalece la seguridad nacional; 3) el conocimiento científico ayuda a erradicar la superstición y las perspectivas no racionales sobre el universo; 4) refuerza conductas positivas al evidenciar las consecuencias de las acciones, y 5) la familiaridad con el método científico fomenta una cosmovisión más ética. Ese autor, biólogo de plantas y administrador educativo, cuestionó o relativizó la mayoría de estos argumentos. En su lugar, defendió que la mejor manera de acercar al público a la ciencia es la misma que impulsa a los investigadores: la curiosidad intelectual, el deseo de comprendernos a nosotros mismos, nuestro entorno y la relación entre ambos. En su visión, la justificación última de la alfabetización científica es de naturaleza humanista (Laetsch, 1987, p. 10). Pero ese abanico de razones, incluyendo la curiosidad, han venido operando en las principales argumentaciones y programas de difusión de la ciencia hasta el presente.

Los años noventa, puntuados por crisis y avances de envergadura como las guerras del Golfo, las de Bosnia y de Kosovo, la formación de la Unión Europea con el Tratado de Maastricht, el genocidio de Ruanda y el fin del *apartheid* en Sudáfrica, fueron más relajados geopolíticamente que las décadas precedentes, tras el colapso institucional de la URSS en 1991 y el auge de la globalización. En ese nuevo marco prosiguió el debate acerca de las razones para promover la proyección de la ciencia al público, produciéndose una bifurcación en su fundamentación.

El primer fundamento del programa de «alfabetización científica» del público en esa década fue el empoderamiento de los ciudadanos en la esfera privada. Se postuló que una persona familiarizada con la ciencia podría tomar mejores decisiones en numerosos ámbitos, desde la salud, al trabajo, pasando por el consumo y el ocio. John Durant, entonces en el *Science Museum* de

Londres, elaboró ese abanico de razones en varios *papers* y capítulos. El otro fundamento propuesto estaba ligado a la esfera pública. Se reparó en que la democracia, antes o después, llegaría al ámbito de las políticas públicas de ciencia y tecnología. Abrir la participación de un público poco informado acerca de la ciencia, mediante consultas directas sobre cuestiones científico-tecnológicas controvertidas entrañaba riesgos notables –el politólogo Jon D. Miller, en Estados Unidos, fue el autor que más y mejor elaboró esa razón (Miller, 1983a, 1983b, pp. 29-48; Miller, Suchner y Voelker, 1980)–. Atendiendo a esta última razón y a un supuesto déficit de legitimación social de la ciencia (William Blanpied, en Holton y Blanpied (eds.), 1976, XIII-XV), la comunidad científica, por lo general interesada casi exclusivamente en el acceso privilegiado a las élites políticas decisoras sobre la financiación y regulación de la ciencia, se movilizó en algunos países para conectar directamente con la sociedad, impulsando programas de «comprensión pública de la ciencia», cuyo progreso debía medirse y analizarse periódicamente.

Salvo en algunos países escandinavos, apenas hubo casos de «demanda de voz» o participación directa del público en asuntos científico-tecnológicos. No obstante, en ciertos sectores de la opinión pública comenzó a gestarse un malestar, a veces latente y otras veces expresado abiertamente a través de movimientos sociales, en torno a algunos impactos de la ciencia y la tecnología. Este descontento, que llega hasta el presente, no implicaba una desconfianza generalizada hacia la ciencia, sino preocupaciones sobre efectos específicos percibidos como indeseables. Entre ellos, el ritmo de cambio social impulsado por la ciencia, los impactos medioambientales, la energía nuclear, el armamento atómico y la industria militar, la robótica y automatización avanzada (por sus efectos sobre el empleo y el empobrecimiento de tareas en plantas industriales), la investigación con tejido fetal, el uso de animales en la investigación, la modificación genética de plantas y animales con propósitos diversos (alimentación, biomedicina), la clonación y, más recientemente, la creación de embriones para obtención de células madre (*stem cells*) y la biología sintética (véanse Nelkin, 1992; Pardo, 2003, pp. 157-203, 2009, pp. 121-178, 2023, pp. 155-204; Pardo y Hagen, 2016, pp. 217-170).

En general, las tecnologías de la información y la expansión de Internet no generaron alarma en el público hasta años recientes. Durante varias décadas fueron adoptadas de manera entusiasta y generalizada en las sociedades avanzadas, comenzando con los ordenadores personales, el correo electrónico y la navegación en Internet mediante buscadores y posteriormente la explosión de los teléfonos móviles. Por su parte, las redes sociales digitales generan respuestas ambivalentes: por un lado, su adopción personal es casi universal; por otro, reciben críticas generalizadas por sus sesgos, su papel en la difusión masiva de falsedades promovidas por gobiernos autoritarios y diversos *lobbies*, así como por fomentar la creación de nichos y microcomunidades cerradas y conspirativas. La intensidad de uso de teléfonos móviles, tabletas digitales y redes sociales en los grupos de menor edad y entornos como el escolar es actualmente motivo de controversia, análisis académico y regulación. La irrupción de la Inteligencia Artificial Generativa ha dado lugar a un debate sobre los sesgos, la transparencia y la explicabilidad de los algoritmos, así como

sobre las áreas de aplicación de la IA y las implicaciones a medio plazo de su integración en diversas estructuras. Hasta ahora, el análisis crítico de la IA se ha desarrollado principalmente en el ámbito de las agencias reguladoras y las comunidades de especialistas en ética y derecho. Pero, paulatinamente, está alcanzando al conjunto de la sociedad a través de los medios de comunicación, la literatura y el cine. En contraste con la extensa literatura sobre las percepciones de la biotecnología y las ciencias de la vida, el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación, las redes y la IA presenta un déficit analítico-conceptual y, especialmente, de incorporación en los estudios sobre comprensión y percepciones públicas de la ciencia y la tecnología, siendo un área necesitada de especial atención. En todo caso, es importante enfatizar que estos desarrollos, a pesar de generar respuestas sociales ambivalentes, no han derivado en una crítica generalizada a la ciencia y las tecnologías digitales.

En este siglo, dos de los principales ejes de la comunicación científica son la crisis de biodiversidad y el cambio climático, retos fundamentales que requieren transformaciones profundas en múltiples aspectos de la vida social. Desde el modelo productivo y de consumo hasta la agricultura, la alimentación, el transporte, la energía, la arquitectura, el urbanismo y el ocio, estos cambios, por su magnitud y coste, exigen el consentimiento y compromiso activo de la población. Para ello, es crucial que el público comprenda los aspectos esenciales de ambos problemas, sus causas y las posibles estrategias para abordarlos.

En el caso de estas dos áreas críticas de las ciencias ambientales, la difusión del conocimiento enfrenta no solo las dificultades habituales de comunicar conceptos científicos complejos al público, sino también la resistencia organizada de una poderosa red de actores políticos y empresariales que, por una combinación de intereses y motivaciones ideológicas, minimizan o niegan abiertamente la gravedad de estos fenómenos e incluso su misma existencia (presentados como *hoax* o bulos).

Desde los primeros años del siglo XXI, junto a avances positivos de gran relevancia, como el empoderamiento de las mujeres, la esfera pública ha estado marcada por profundos cambios regresivos. Entre ellos destacan la polarización política promovida por las élites, el auge del populismo y el neoautoritarismo, el liderazgo de figuras iliberales y despóticas, la erosión del estado de derecho, la concentración oligopólica en el sector clave de las tecnologías digitales, las agresiones bélicas para redibujar las fronteras entre naciones y la drástica remodelación del orden internacional. Como acompañante cultural de esas manifestaciones, hay que notar la celebración conceptual de la llamada «posverdad» (=relativismo extremo), la falsedad e inconsistencia lógica como modo normal de conducta de las élites políticas, con la consiguiente crisis de confianza del público en las instituciones y las profesiones de la esfera pública.

La ciencia en general, y en particular las áreas medioambientales y de salud pública, están inmersas en ese campo de fuerzas, siendo objeto en algunos países de un asalto institucional desde el Estado, a través de instrumentos

convencionales (legislativos, administrativos y financieros), así como a través de las redes sociales, fomentando las narrativas conspirativas y el escepticismo hacia la racionalidad científica (Albarracín *et al.*, 2022; Mooney, 2005).

Con total independencia del negacionismo científico y el irracionalismo, desde el inicio del siglo han aparecido contribuciones conceptuales sólidas, algunas de ellas incluso reconocidas con el Premio Nobel, que, si se generalizan más allá de los problemas y dominios técnicos acotados para los que fueron desarrolladas, pueden erosionar o cuestionar algunos aspectos del ideal cultural de la Ilustración encarnado de la manera más acabada por la ciencia. Según estos estudios, desarrollados por científicos cognitivos y economistas conductuales, los seres humanos seríamos «tacaños cognitivos» (*cognitive misers*), recurriendo a atajos mentales, intuiciones holísticas y emociones para tomar decisiones. Nuestra estimación y jerarquización de riesgos entraría en conflicto con la métrica utilizada por los expertos, y nuestras estrategias y modos de operación estarían lejos de la metódica científica, basada en el análisis, la abstracción, la formalización lógico-matemática, la experimentación y el ciclo continuo de realimentación entre modelos y evidencia empírica.

Algunos influyentes autores han reaccionado frente a orientaciones que cuestionan o reducen el papel cultural de la ciencia en la actualidad (Holton, 1995, pp. 91-125), y las generalizaciones sobre el funcionamiento cognitivo de los humanos que, aun sin pretenderlo, terminan desdibujando el ideal de racionalidad científica. El psicólogo cognitivo Pinker ha señalado que, al menos en una parte del mundo, el público tiene «el lujo de [vivir] en una sociedad tecnológica avanzada con ciencia, historia, periodismo y una infraestructura de búsqueda de la verdad, incluyendo archivos, bases de datos digitales, instrumentos de alta tecnología y comunidades de edición, verificación de datos y revisión por pares» (Pinker, 2021, p. 300). La resultante de ese marco cultural e institucional es que a la gran mayoría de los individuos le importa la verdad (saber cómo son las cosas a tenor del conocimiento validado) y valora el criterio ético de la veracidad (atenerse como criterio de conducta respecto a los demás a lo que se sabe que es cierto), dos elementos constitutivos del núcleo cultural de la ciencia. Las redes sociales hacen mucho ruido y se han convertido en el espacio y canal preferido de difusión de falsedades, pero entre la población europea su credibilidad actual es baja. Con todo, la optimista lectura de nuestro tiempo por Pinker no puede hacer olvidar el dato de que en el presente las actitudes ante el conocimiento y la racionalidad asociada a la ciencia presentan un perfil cuasi bimodal en la sociedad con la ciencia más avanzada, Estados Unidos. Por un lado, existe un sector de la población con altos conocimientos y una actitud claramente positiva hacia la ciencia y la tecnología. Por otro, un segmento que, si bien mantiene el característico entusiasmo estadounidense por la tecnología como herramienta y por la innovación (Hugues, 2004), se atiene a creencias en colisión con la ciencia y consiente conductas de élites políticas que fomentan el escepticismo ante la ciencia y la racionalidad, atacan instituciones centrales de una sociedad avanzada como las universidades y las agencias reguladoras (=racionalizadoras), y sustituyen el razonamiento y la discursividad por «tuits» sobrecargados emocional y valorativamente. Por lo que hace a las sociedades europeas, el

desconocimiento y el rechazo global a la ciencia están presentes en segmentos minoritarios, pero con influencia social y política amplificada por el surgimiento de partidos políticos en los extremos y liderazgos populistas que toman a la ciencia como uno de sus objetivos a deslegitimar. Como ha notado la politóloga Eloísa del Pino:

> […] el más grave de todos los negacionismos es el de los políticos, como demuestra la evidencia empírica. Sabemos que cuando un ciudadano no tiene una opinión demasiado formada sobre un tema, se deja convencer con cierta facilidad por el discurso del líder del partido al que se siente más próximo. Según la evidencia, la información de los expertos tiene un impacto modesto para atenuar el efecto del partidismo o de la religión (Pino, 2025).

La combinación de bajo conocimiento científico de un segmento del público y élites políticas negacionistas suponen una barrera de difícil superación en la comunicación científica de cuestiones como el cambio climático o las vacunas a esas minorías.

De lo anterior se desprende que, por razones de contexto, a la lista de motivaciones canónicas para el fomento de la cultura científica anotadas más arriba, hay que añadir hoy la de contribuir a preservar la envolvente cultural integrada por conocimientos validados, valores y principios de racionalidad, esenciales para la pervivencia del pluralismo y las instituciones de la democracia, así como para la gestión efectiva y eficiente de un complejo sistema económico y social en cuya construcción y operativa está empotrada la ciencia.

93.3. La constitución y elementos del campo «comprensión de la ciencia por el público»

El objetivo práctico del programa de impulso de la familiaridad de la población con la ciencia ha sido dual hasta el presente: por un lado, promover actitudes positivas ante la empresa científica, asegurando el consentimiento o legitimación de la ciencia; por otro, extender un estilo de pensamiento analítico similar al de la comunidad científica. En correspondencia con esos objetivos, la comunicación de la ciencia a la sociedad tomó forma como campo de estudio interdisciplinar desde los años cincuenta hasta finales de los ochenta, con un enfoque también dual, por un lado, medir y analizar el interés del público por la ciencia y la comprensión elemental de la misma y, por otro, evaluar la apreciación y las actitudes ante la ciencia.

El primer estudio con base empírica sobre la recepción de la ciencia por parte del público data de finales de los años cincuenta del siglo pasado (Davis, 1958). Aunque su propósito era analizar de manera sistemática el grado de interés y seguimiento de la información científica a través de los distintos medios de comunicación, en él se delinearon conceptualmente y se

operacionalizaron métricamente diversas facetas de la variable «actitudes ante la ciencia». Estas fueron incorporadas posteriormente, en una forma simplificada, en el modelo canónico sobre percepciones generales de la ciencia, desarrollado en paralelo por John Durant en el Reino Unido (con la colaboración de Geoffrey Evans y Geoffrey P. Thomas; véase Durant, Evans y Thomas, 1989, pp. 11-14.) y J. D. Miller en Estados Unidos a finales de la década de los ochenta (Miller, 1983a, 1983b; Miller, Suchner y Voelker, 1980). Tres décadas más tarde, se introdujo la variable «conocimiento científico del público», quedando completado así el modelo con dos componentes principales: la estimación del nivel de «conocimiento científico» de la población adulta y la medición de sus predisposiciones o «actitudes hacia la ciencia». Un tercer elemento, de menor peso en comparación con el binomio conocimiento-actitudes y tratado con menor precisión que en el estudio de 1958, fue el «interés por la ciencia», considerado en sí mismo y en relación con otras áreas de información en competencia.

En el mencionado informe de 1958, referido a Estados Unidos y elaborado por Robert C. Davis, las actitudes hacia la ciencia y el grupo profesional de los científicos fueron tomadas como una de las principales variables explicativas del interés y seguimiento de las noticias científicas. A partir de los años ochenta se invertirían las posiciones, con las actitudes como la variable a explicar. Aunque no sería objeto de análisis sistemático hasta mediados de los años noventa, en la literatura primera estaba implícita la cuestión de las relaciones entre la dimensión cognitiva y la valorativa, bajo el supuesto de que un mayor conocimiento de la ciencia conlleva una valoración más favorable de sus efectos. La resistencia ante algunos desarrollos científicos, según ese modo de ver las cosas, era función directa de la débil alfabetización científica del público. Solventado este déficit, la resistencia se disolvería. Ese enfoque, etiquetado en la literatura especializada como «modelo de déficit», fue el paradigma seguido casi universalmente en los estudios cuantitativos.

Los dos principales supuestos del modelo de déficit, no analizados sino simplemente incorporados al mismo, tenían una raíz «cognitivista ilustrada». El primero consideraba el conocimiento como la variable central del modelo, entendiendo por conocimiento una suerte de enciclopedia, abarcando todas las ramas de las ciencias naturales y de la vida, con la llamativa exclusión de las ciencias sociales y la tecnología, que persiste hasta la actualidad. El segundo supuesto establecía una relación lineal y positiva entre conocimiento y actitudes, sin considerar otros factores moduladores de la apropiación cognitiva y predisposición del público hacia la ciencia, como los valores, las visiones del mundo (*worldviews*), entre estas de manera destacada las imágenes de la naturaleza y «lo natural» (Birnbacher, 2014), así como diversas creencias como las de matriz religiosa. Más que una hipótesis sometida a prueba formal o estadística, esta relación fue asumida como un supuesto. Por ejemplo, en el artículo de Durant publicado en *Nature* y en el capítulo de Geoffrey Evans y John Durant (en Jowell, Brook, y Witherspoon, 1989, pp. 105-119), los conocimientos y las actitudes se presentaban como bloques yuxtapuestos, sin establecer ninguna conexión formal entre ellos. Las encuestas internacionales llevadas a cabo documentaron que, efectivamente, el grado de familiaridad del

público con la ciencia era medio-bajo y ello se tomó, sin mayor análisis, como la variable explicativa del malestar o los temores ante algunos desarrollos científicos y tecnológicos disruptivos. Este supuesto, tomado como autoevidente, sería objeto de intenso debate en la década siguiente.

El objeto formal del campo «percepciones públicas de la ciencia» quedó estructurado en los siguientes componentes: 1) el grado de interés por la ciencia; 2) los patrones de adquisición de información científica a través de distintos medios, como periódicos, revistas, radio, televisión, museos de ciencia y tecnología, y museos de historia natural; 3) una prueba de conocimientos científicos elementales del tipo *know-what*, basada en preguntas cerradas de opción verdadero-falso sobre conceptos y principios científicos; 4) la comprensión del *know-how* o método científico (experimentación, grupos de control y probabilidad), evaluada mediante una combinación de preguntas cerradas y abiertas; 5) las actitudes generales hacia la ciencia, medidas a través de escalas combinando ítems positivos y negativos en un único indicador; y, en algunos casos, 6) las expectativas sobre el impacto futuro de desarrollos emergentes o de frontera de la ciencia y la tecnología.

En la década de los noventa se produjeron una serie de avances metodológicos y conceptuales que, en los primeros años del nuevo siglo, convergerían en diversas críticas al estilizado, pero insuficiente, modelo de déficit. Por un lado, los principales análisis buscaron refinar y ampliar las propiedades métricas de las escalas sumadas de conocimientos y actitudes, aplicando secuencialmente análisis factoriales exploratorios, seguidos de la estimación de su fiabilidad mediante el coeficiente Alpha de Cronbach. Al mismo tiempo, los enfoques tradicionales de modelización –como tablas de contingencia, regresiones múltiples, análisis de varianza (ANOVA), análisis de clúster y segmentación– coexistieron con la aparición de los primeros modelos SEM (análisis factoriales confirmatorios y modelos de ecuaciones estructurales tipo LISREL).

En 1995, una conferencia internacional celebrada en Berlín, impulsada por la Dirección General de Ciencia, Investigación y Tecnología de la Comisión Europea y organizada por el WZB (Berlin Science Center), debatió el estado de la cuestión. En el encuentro, se presentaron dos análisis empíricos principales, resultado de sendos contratos con la Comisión Europea: el primero, elaborado por John Durant, Martin Bauer, George Gaskell y otros, comparaba la comprensión y las percepciones de la ciencia y la tecnología en distintos países europeos; el segundo, desarrollado por Jon D. Miller, Rafael Pardo y Fujio Niwa, analizaba de manera comparada la percepción pública de la ciencia y la tecnología en la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y Canadá (Miller, Pardo y Niwa, 1997).

Este simposio, cuyas principales ponencias fueron posteriormente recopiladas en el libro *Between Understanding and Trust. The Public, Science and Technology*, editado por Meinolf Dierkes y Claudia von Grote (2000), marcó un punto de inflexión en los estudios sobre la comprensión y las actitudes del público hacia la ciencia.

Se propusieron nuevos enfoques y revisiones metodológicas, entre ellos, la partición de la tradicional escala sumada unidimensional de actitudes ante la ciencia en dos indicadores diferenciados: «promesas» (actitudes positivas) y «reservas» (actitudes negativas). La correlación entre ambas mostró variaciones significativas, de interés sustantivo, en las regiones y países analizados (Miller, Pardo y Niwa, 1997).

Además, se refinó la escala de conocimientos mediante la aplicación de la metodología Item Response Theory (IRT), calibrando el índice de dificultad de cada ítem de las baterías usadas en las principales encuestas y asignándoles pesos diferenciales en las escalas sumadas. Asimismo, se desarrollaron los primeros modelos cuasi-causales utilizando ecuaciones estructurales (SEM-LISREL).

Junto a estos avances técnicos, se empezaron a delinear elementos de un nuevo modelo conceptual basado en la «apropiación cultural» de la ciencia por parte del público, lo que implicó una ampliación de las variables consideradas. Se cuestionaron los dos enfoques estándar del modelo de déficit –la mera yuxtaposición de variables y la relación unidireccional del conocimiento a las actitudes– y se incorporó un concepto clave de la literatura sobre capital social: la «confianza» en la ciencia y en la comunidad científica, estableciéndola como un constructo central en los modelos posteriores.

Otra línea de trabajo comunicada por primera vez en 1994 (Bauer, Durant y Evans, 1994, pp. 163-186) y presentada con ligeras modificaciones un año después en el simposio de Berlín, publicada en la obra referenciada (Dierkes y Grote, 2000), buscó explicar las diferencias en el nivel de conocimientos científicos entre las sociedades europeas más avanzadas y las entonces menos desarrolladas. Bauer, Durant y otros propusieron una hipótesis que trascendía el análisis convencional basado en variables sociodemográficas (sexo, edad, educación, clase social), incorporando factores macro como el grado de desarrollo socioeconómico de los países y su reflejo en variables culturales nacionales, como el interés del público por distintas áreas de la ciencia.

En el análisis llevado a cabo por Bauer y colaboradores, emergió una aparente paradoja al estimar la consistencia de la escala de conocimientos mediante el coeficiente Alpha de Cronbach: los países europeos con un menor nivel medio de conocimiento obtenían un valor Alpha de Cronbach más alto (indicando mayor consistencia) que los países más desarrollados, en los que la población tenía un nivel medio de conocimiento científico más elevado. Para explicar este fenómeno inesperado, se propuso la hipótesis de un «efecto posindustrial»: en los países más avanzados, donde la familiaridad con la ciencia era mayor, los ciudadanos tendían a «especializarse», mostrando alto conocimiento de ciertas áreas y bajo conocimiento en otras. Este patrón individual generaba, a nivel agregado, una menor consistencia en la escala. En contraste, en sociedades menos desarrolladas, donde el conocimiento científico era más homogéneamente bajo, la escala presentaba una mayor consistencia.

Estos resultados se basaron en una errónea interpretación estadística de los datos y del modo en que el coeficiente Alpha de Cronbach mide la consistencia interna de una escala (Pardo y Calvo, 2004, pp. 203-227). A pesar de ello, la propuesta tuvo el mérito de ampliar la discusión más allá de los modelos convencionales, al introducir variables contextuales y culturales, enfatizando la relación específica que cada sociedad y cultura establece con el complejo sistema de la ciencia en un determinado periodo.

Otros análisis, basados en series temporales que evidenciaban una relativa estabilidad en el nivel de conocimiento científico de la población de países como Estados Unidos, propusieron una segmentación del público en función de dos variables: «interés» en la ciencia y «conocimiento» de la ciencia. Esta segmentación podía representarse en forma de pirámide, con tres niveles diferenciados: en la cúspide se situaba el «público atento a la ciencia», compuesto por quienes cumplían las condiciones de alto interés y alta información sobre ciencia; el segundo nivel estaba constituido por el «público interesado», que mostraba interés en la ciencia, pero con un nivel de conocimientos claramente inferior al interés y, en la base de la pirámide, estaba el resto de la población, con poco o ningún interés ni conocimiento sobre la ciencia. Miller (1983b) había formulado esta clasificación en su artículo seminal «Scientific Literacy: A Conceptual and Empirical Review» y las estimaciones obtenidas con estos criterios de estratificación a mediados de los años noventa (Miller, Pardo y Niwa, 1997, p. 75), mostraron comunalidades y diferencias regionales significativas:

- Europa: 10 % de público atento y 33 % de público interesado.
- Estados Unidos: 10 % de público atento y 47 % de público interesado.
- Canadá: 11 % de público atento y 40 % de público interesado.
- Japón: 7 % de público atento y 12 % de público interesado.

Desde mediados de los años noventa fueron surgiendo críticas al modelo de déficit, algunas de las cuales persisten hasta la actualidad, especialmente por una supuesta falta de relación entre conocimiento y actitudes. Estas críticas representaban la puesta en cuestión de un componente central del modelo casi desde sus inicios, pero su rendimiento fue sumamente débil. A diferencia de estas objeciones, repetidas en la literatura como un hallazgo corroborado, sin que, en realidad, su validez hubiera sido formalmente establecida nunca, otros autores desarrollaron líneas de análisis más productivas para acotar y explicar las anomalías, reales o supuestas, del modelo, en particular la aparente débil relación entre comprensión científica y actitudes más favorables hacia la ciencia en general.

Evans y Durant (1995, pp. 57-74) mostraron que un mayor nivel de conocimiento está asociado con actitudes más coherentes y diferenciadas o discriminadoras en función de las áreas de la ciencia de que se trate.

Revisitando la tesis de «no relación», Allum *et al.* (2008) ofrecieron resultados convergentes con los de Evans y Durant. Sobre la base de un detallado metaanálisis mostraron que las relaciones entre conocimiento de la ciencia y actitudes se caracterizan por una correlación positiva, aunque de magnitud reducida, invariante en los distintos países, pero con poder

predictivo desigual en función de los distintos dominios de la ciencia y la tecnología considerados. El conocimiento general de la ciencia estaría, por ejemplo, débilmente correlacionado con las actitudes respecto a un área específica de la ciencia como la modificación genética de plantas y animales, pero, en cambio, el conocimiento científico de biología y genética tendría un poder predictivo de fuerza considerable de las actitudes respecto a los alimentos genéticamente modificados (Allum *et al.*, 2008, pp. 35-54). Este hallazgo estaba alineado con el consenso en teoría de las actitudes, según el cual el nivel de abstracción de las variables cognitivas (creencias, conocimientos) debe ser similar al de las actitudes a explicar con su concurso y el nivel de especificidad de las actitudes debe estar, a su vez, alineado con el de la conducta a explicar (Ajzen, en Krebs y Schmidt, 1993, pp. 41-57).

Rafael Pardo y Félix Calvo (2006) propusieron un análisis alternativo, mostrando una asociación significativa entre el conocimiento científico y las actitudes hacia la ciencia. En lugar de atenerse al supuesto de la teoría de las actitudes acerca de la existencia de un continuo evaluativo desde el completo rechazo de la ciencia a su aceptación total, se utilizó el esquema dual de «promesas de la ciencia» (+) y «reservas hacia la ciencia» (-) (propuesto por Miller, Pardo y Niwa, 1997), pero examinando la especificidad de cada ítem de esas dos escalas, antes de colapsarlos en las mismas. Aplicada esa plantilla conceptual a la matriz de datos de un eurobarómetro reanalizado recurrentemente en la literatura (Eurobarómetro 38.1, 1992, que incorporó la mayoría de los ítems del estudio paralelo de Estados Unidos-Reino Unido de 1988, y que sería replicado con ligeras variaciones en 2001), se mostró que el grupo con el nivel más alto de conocimiento científico tiene menos dificultades para evaluar la ciencia (obteniendo un más bajo porcentaje de «respuestas no sustantivas» que otros grupos, esto es, menor número de respuestas «no sabe» y «neutrales») y, lo que es de mayor interés aquí, obtiene las puntuaciones más altas en casi todos los ítems relacionados con las «promesas de la ciencia» y las puntuaciones más bajas en los ítems que expresan «reservas hacia la ciencia». La conclusión de ese análisis fue reafirmar con soporte empírico que «no solo el patrón de percepción de la ciencia que se deriva de la variable de comprensión científica es claro y distintivo, sino que las diferencias [actitudinales] que revela entre un grupo [de alto conocimiento] y otro [de bajo conocimiento] son significativamente mayores que las encontradas con variables genéricas [como las sociodemográficas canónicas]» (Pardo y Calvo, 2006, pp. 3-46). Este es, precisamente, el tipo de análisis aplicado en la parte empírica de este capítulo, con resultados convergentes.

El análisis retrospectivo de los resultados basados en evidencia presentados en la literatura hasta los primeros años del siglo XXI revela que, si bien la variable del conocimiento científico está claramente asociada a las actitudes –con las especificaciones y precauciones previamente expuestas–, el modelo estándar presenta una anomalía significativa, que puede formularse de manera concisa de la siguiente forma. A pesar del modesto nivel de familiaridad del público en su conjunto con conceptos y principios científicos, las «actitudes generales» hacia la ciencia

resultaron ser claramente positivas. La combinación de ambos resultados (conocimientos +, actitudes +++) reportada en la literatura sugiere que el supuesto sobre la relación funcional entre actitudes y conocimientos requiere una revisión en el sentido siguiente.

Las predisposiciones hacia la ciencia están moldeadas por factores adicionales al conocimiento o nivel de «alfabetización científica», la mayoría de ellos de naturaleza cultural. Aunque los primeros análisis de este siglo no hicieron una referencia explícita al marco conceptual de la cultura, los estudios sobre actitudes hacia áreas específicas de la ciencia –particularmente la biotecnología de plantas y animales– fueron introduciendo variables culturales y grandes orientaciones (*worldviews*), además del conocimiento, para dar cuenta de la recepción de la ciencia, trascendiendo *de facto* el modelo de déficit. Entre estas variables figuran conceptos como «moralidad», «utilidad», «riesgo», «confianza» (*trust* relacional y *confidence* impersonal y racional), «naturalidad», «jugar a ser Dios», «imprudencia» (*recklessness*) y «dignidad» (de los animales) (Bauer y Gaskell [eds.], 2002; Gaskell *et al.*, 1997, pp. 845-847; Pardo *et al.*, 2009, pp. 1069-1075, 2012, pp. 353-372).

En el periodo más reciente, los principales conceptos y medidas operacionales de las percepciones de la ciencia por el público, provenientes de diversas tradiciones disciplinares, están siendo integrados, revisados y ampliados dentro del emergente marco teórico de la cultura científica. Aunque todavía no se puede hablar de un modelo cultural plenamente desarrollado y articulado para dar cuenta de la apropiación de la ciencia por el público –como sí ocurre con el minimalista modelo de déficit–, gran parte de los estudios se alinean o son compatibles con esta perspectiva cultural. Por su parte, la faceta cognitiva de la cultura científica se ha ampliado, introduciendo la dimensión «institucional» de la ciencia, junto a las tradicionales del conocimiento de conceptos, principios y métodos y el análisis de las predisposiciones y actitudes ante la ciencia ha integrado perspectivas de la «teoría de riesgos» y de la bioética.

93.4. Cartografía de la cultura científica en España hoy desde una perspectiva comparada

Sin rebasar el uso de técnicas exploratorias, las siguientes páginas presentan una cartografía de la cultura científica en España en la actualidad desde una perspectiva comparada. Para ello, se integran tanto indicadores clásicos del modelo de déficit como emergentes del marco de la cultura científica, comparando los rasgos más destacados de la sociedad española con los de otras diecisiete sociedades caracterizadas por una alta variabilidad, quince europeas –Alemania, Bulgaria, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estonia, Francia, Hungría, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa y Rumania– y Estados Unidos, Israel y Turquía (véase la nota 1, con la ficha técnica de la encuesta al final de este capítulo).

93.4.1. Dimensión cognitiva: Interés y comprensión de la ciencia

93.4.1.1. Interés e información declarados acerca de la ciencia

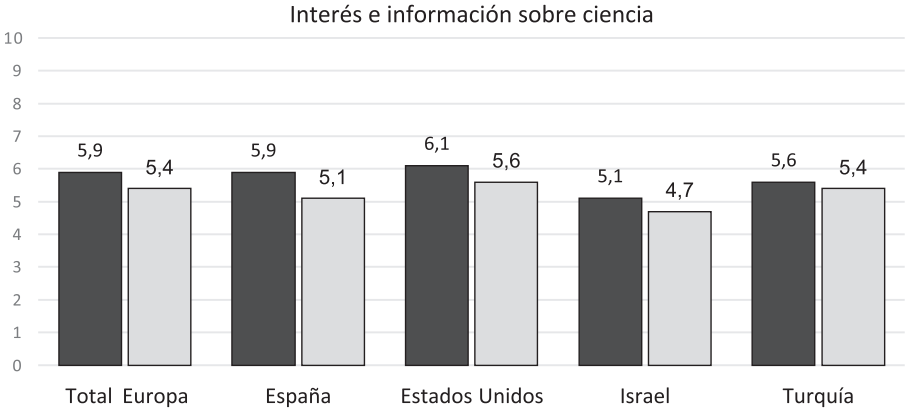
En todas las sociedades analizadas en estas páginas se observa que la ciencia alcanza un nivel medio de «interés declarado», oscilando entre un 6,1 (en una escala de cero a diez) en Estados Unidos y un 5,1 en Israel. Como es habitual en estudios que miden el díptico interés-información, la percepción de estar informado se sitúa varias décimas por debajo (véase gráfico 93.1). España muestra una pauta similar a la europea en términos de interés, pero con un nivel inferior en la autopercepción de información.

Un indicador reciente de la presencia de la ciencia en las interacciones sociales es la frecuencia con la que se abordan temas científicos en las conversaciones con familiares, amigos y compañeros de trabajo. En todas las sociedades avanzadas la ciencia es un componente significativo del espacio conversacional, con una distribución de mayor variabilidad que la observada en los indicadores de interés e información, con Estados Unidos en primera posición (con un 51 % que declara haber incorporado la ciencia a la conversación), seguido de Europa a siete puntos de distancia (44 %) y España a diez puntos (41 %). Por su parte, en las sociedades menos avanzadas de las incluidas en la muestra, Israel se sitúa a veinte puntos de Estados Unidos (31 %) y Turquía a treinta y tres (18 %), poniendo de manifiesto diferencias marcadas entre ambos grupos de sociedades. La diferencia observada entre España y el promedio europeo en términos de información declarada y presencia de la ciencia en la conversación se refleja también en algunos aspectos del nivel de conocimiento científico, que se ofrecen a continuación.

93.4.1.2. Nivel de conocimiento

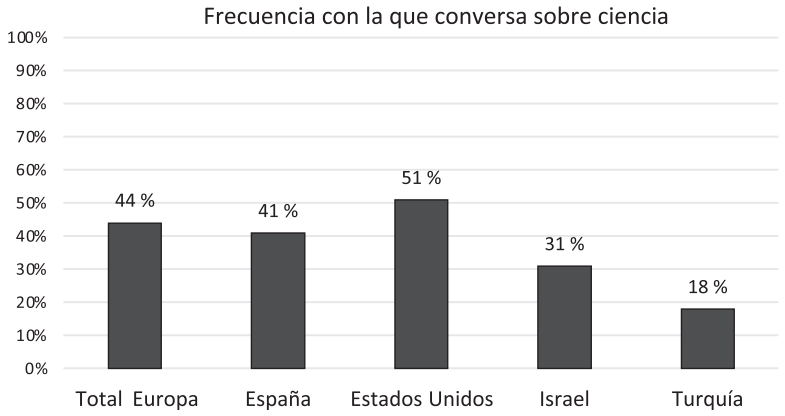
Desde los años ochenta hasta comienzos del presente siglo, la evaluación del conocimiento científico del público se ha basado en dos indicadores canónicos: el conocimiento de conceptos y principios científicos, y la comprensión de la metodología científica. En términos generales, el primer indicador, referido a «saber de ciencia» o *know-what*, se ha operacionalizado mediante una batería de diez o más ítems, cuyo contenido ha experimentado pocas variaciones a lo largo del tiempo. La agregación de estos ítems acostumbra a dar como resultado una escala sumada con un valor Alpha de Cronbach de 0,65 a 0,7. Este nivel es suficiente para segmentar o particionar a la población en estratos de conocimiento, aunque no puede considerarse una métrica de alta precisión (Pardo y Calvo, 2004, pp. 203-227). El segundo componente, el conocimiento tipo *know-how* o «saber cómo», pretende medir la comprensión por el público de la metódica de la ciencia, en especial la contrastación de hipótesis y modelos mediante evidencia empírica (experimentación, otras técnicas observacionales) y el requisito de reproducibilidad intersubjetiva de los resultados. Algunos investigadores propusieron a comienzos del siglo incorporar un tercer componente: la ciencia como institución (Bauer, Petkowa y

Gráfico 93.1. *Interés en los temas científicos*



■ Interés: Me gustaría que me dijera cuál es su grado de interés acerca de cada uno de los temas que le voy a leer. Media en una escala de 0 a 10, donde 0 significa que no le interesa nada y 10 que le interesa muchísimo

□ Información: ¿Y en qué medida se considera usted informado acerca de estos mismos temas? Media en una escala de 0 a 10, donde 0 significa que no se siente nada informado y 10 que se siente muy informado



■ ¿Podría decirme con qué frecuencia forman parte de sus conversaciones con familiares, amigos o compañeros de trabajo los temas de ciencia y tecnología? Porcentaje que contesta con «mucha», «bastante» frecuencia

Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

Boyadjieva, 2000, pp. 30-51). La conceptualización ofrecida para este nuevo componente resultó ser débil, y la propuesta de operacionalización derivó en una serie de elementos sin la debida conectividad. Posiblemente, estas limitaciones explican el modesto impacto de la propuesta en la literatura y su infrecuente implementación en estudios empíricos de las dos últimas décadas.

Pese a dichas limitaciones, el conocimiento de la dimensión institucional de la ciencia –su arquitectura organizativa y los mecanismos formales e informales que interconectan a la comunidad científica– constituye un componente fundamental en cualquier modelo contemporáneo de evaluación de la cultura científica en la sociedad. En este sentido, es importante reconocer la contribución de Bauer y colaboradores. En el estudio empírico que sustenta este capítulo se utilizó un indicador crucial para medir la comprensión de la ciencia como institución: el (re)conocimiento de la naturaleza del filtro de publicación por el que debe pasar toda pieza de conocimiento antes de ser considerada como conocimiento público validado.

93.4.1.2.1. Conocimiento científico tipo *know-what*

Para evaluar el conocimiento científico de tipo *know-what* («saber qué»), se aplicó un test compuesto por once conceptos básicos, empleado en numerosos estudios internacionales. La aplicación de este test revela que nociones elementales de la física clásica –como el origen del universo o el movimiento relativo de la Tierra y el Sol– son comprendidas por la mayoría de la población. En contraste, se observa un conocimiento considerablemente más débil acerca de conceptos de áreas científicas más recientes, como la genética y el cambio climático (véase tabla 93.1). Entre un 25 % y un 70 % de la población española desconoce cuestiones básicas, tales como que la Tierra no ocupa el centro del universo y que el cambio climático no se debe a un agujero en la capa de ozono.

El agrupamiento de las respuestas de la escala en cuatro segmentos de conocimiento (véase gráfico 93.2) –«alto» (de nueve a once respuestas correctas), «medio» (de seis a ocho), «bajo» (de tres a cinco) y «muy bajo» (de cero a dos)– indica que, en las sociedades avanzadas (Europa, España y Estados Unidos), predomina un nivel de conocimiento (elemental) medio (63 % en España, 60 % en Estados Unidos y 57 % en Europa). En contraste, Israel y, especialmente, Turquía presentan una pauta diferente, con una mayor proporción de la población ubicándose en los segmentos de conocimiento bajo y muy bajo. Un aspecto relevante del caso español es que el grupo de conocimiento alto se sitúa ocho puntos por debajo de la media europea.

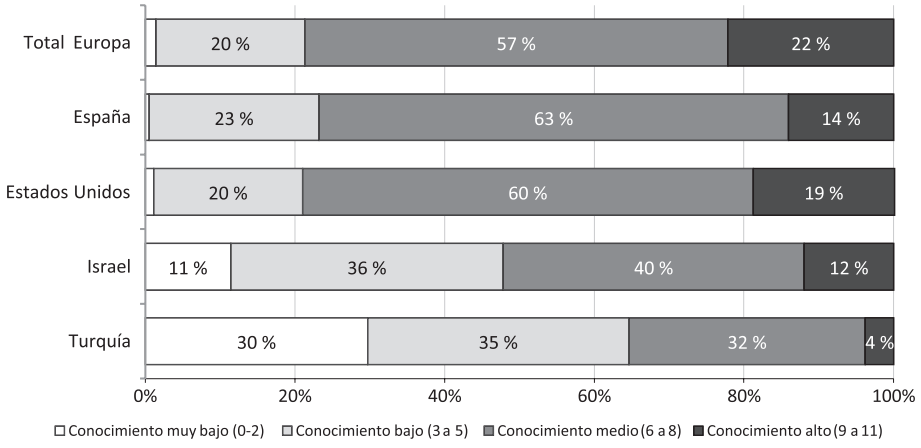
En Europa en su conjunto, en España y en Estados Unidos, el conocimiento científico tipo *know-what* no muestra una fuerte estratificación social atendiendo a variables sociodemográficas tradicionales como el sexo, la edad y el nivel educativo. Esto contrasta con lo observado en Israel y Turquía (véase gráfico 93.3). En España, las diferencias se asocian principalmente al nivel de estudios formales, distinguiéndose especialmente el segmento con estudios primarios frente a los

Tabla 93.1. *Nivel de conocimiento* know-what

	Total Europa	*España*	*Estados Unidos*	*Israel*	*Turquía*
La Tierra está en el centro del universo (F)	77 %	75 %	77 %	60 %	38 %
Casi todos los microorganismos son perjudiciales para los seres humanos (F)	76 %	83 %	74 %	54 %	41 %
El sol gira alrededor de la Tierra (F)	76 %	72 %	76 %	71 %	52 %
El cromosoma X o Y del padre determina el sexo del recién nacido, el que sea niño o niña (V)	75 %	63 %	76 %	75 %	81 %
El universo comenzó con una gran explosión (V)	75 %	78 %	71 %	49 %	67 %
Las células de los seres humanos adultos por lo general no se dividen (F)	62 %	63 %	60 %	52%	42 %
Los láseres funcionan mediante ondas sonoras (F)	62 %	55 %	64 %	53 %	27 %
Los tomates comunes que comemos no tienen genes, mientras que los tomates obtenidos por ingeniería genética sí (F)	58 %	60 %	60 %	54 %	32 %
La luz que llega del sol a la Tierra está hecha de un solo color: blanco (F)	57 %	51 %	47 %	39 %	24 %
Los antibióticos destruyen los virus (F)	48 %	43 %	52 %	29 %	23 %
El cambio climático se produce por el agujero en la capa de ozono (F)	33 %	27 %	32 %	20 %	16 %

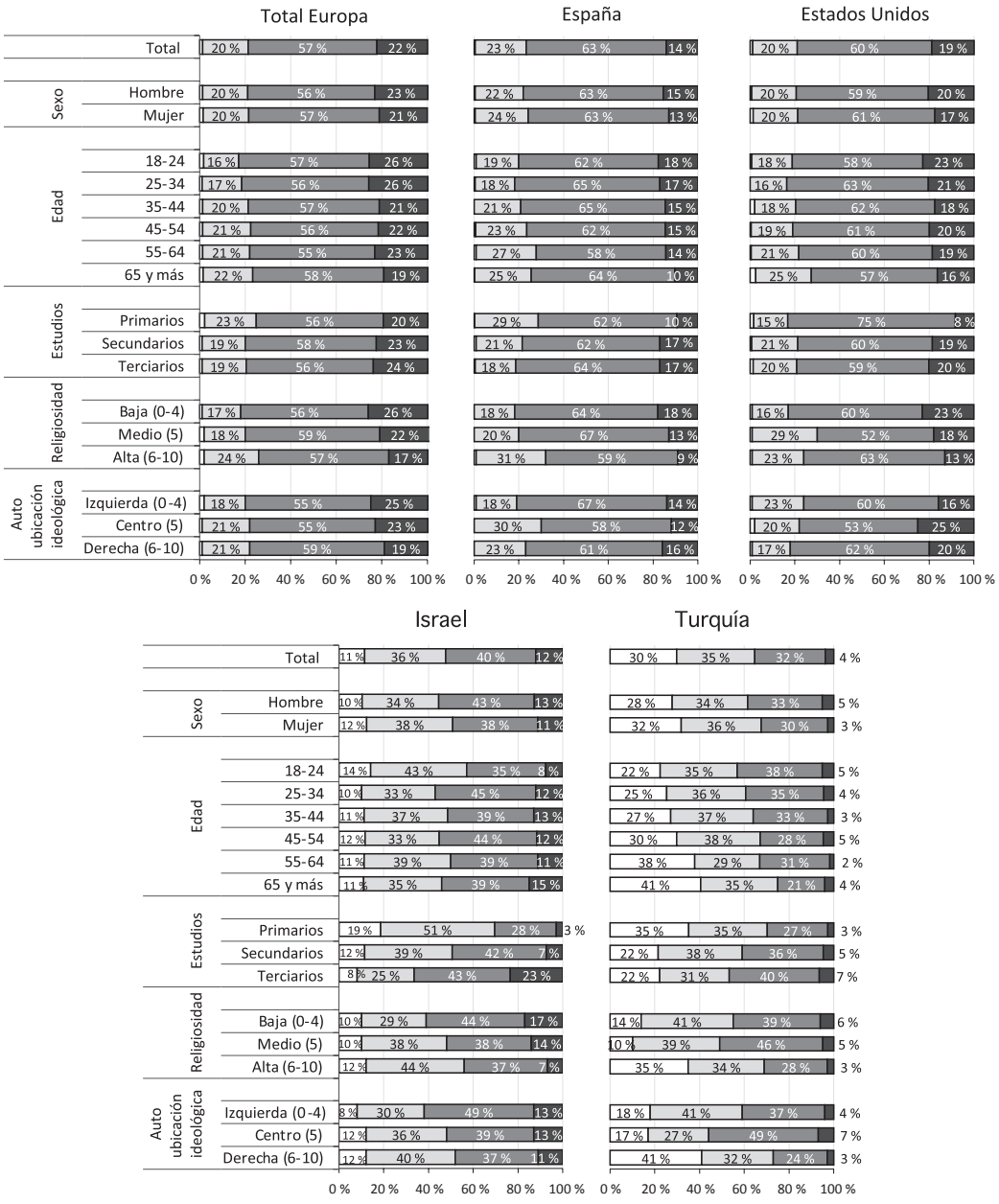
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

Gráfico 93.2. *Segmentación por nivel de conocimiento* know-what



Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.3. *Nivel de conocimiento* know what *según variables sociodemográficas*



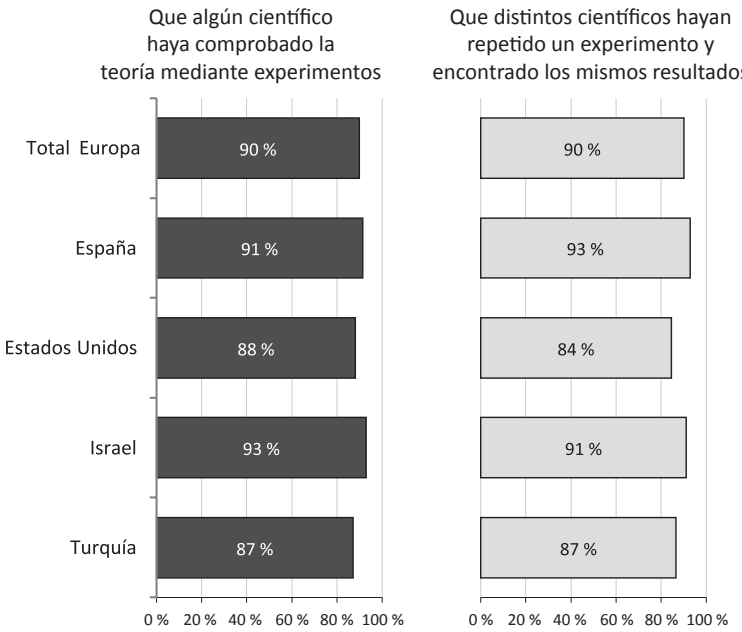
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

que poseen estudios secundarios y terciarios. Asimismo, el grupo de alto nivel de conocimiento es mayor entre los jóvenes, concretamente, en los grupos de edad de dieciocho a veinticuatro años y de veinticinco a treinta y cuatro años. Aun con estas diferencias, la magnitud relativamente reducida de las variaciones en España sugiere la existencia de un entorno institucional con instrumentos de difusión de la ciencia –como los medios de comunicación, museos e Internet– que atenúan significativamente las diferencias sociales en términos de equipamiento cognitivo en lo que al conocimiento científico se refiere.

93.4.1.2.2. Conocimiento científico tipo *know-how*

El modo científico de interrogar a la naturaleza –mediante la realización de experimentos que confrontan ideas (hipótesis, modelos, teorías) con evidencia empírica (datos, observaciones) y la capacidad de reproducir los resultados (replicabilidad de los hallazgos)– constituyen dos aspectos fundamentales que distinguen el trabajo científico de otras prácticas sociales y explicaciones. Entender el perfil básico del modo de operar de la ciencia permite al público demarcar la veracidad de afirmaciones y explicaciones fundamentadas analítica y empíricamente de otras basadas en la mera autoridad, fuentes reveladas

Gráfico 93.4. *Conocimiento* know-how*: el experimento y la replicabilidad*



Pregunta: Para llegar a la conclusión de que una teoría científica es verdadera, ¿qué importancia cree usted que tienen los siguientes criterios?
Nota: Porcentaje que contesta «muy» y «bastante importante».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

o esotéricas (Baggini, 2017), una capacidad de distinguir con múltiples consecuencias en la toma de decisiones personales y colectivas, entre ellas las adoptadas por las agencias reguladoras: «Cualquier sociedad que logre ser mínimamente funcional debe tener […] una apreciación sólida de la utilidad infinitamente proteica de la verdad» (Frankfurt, 2006, p. 15).

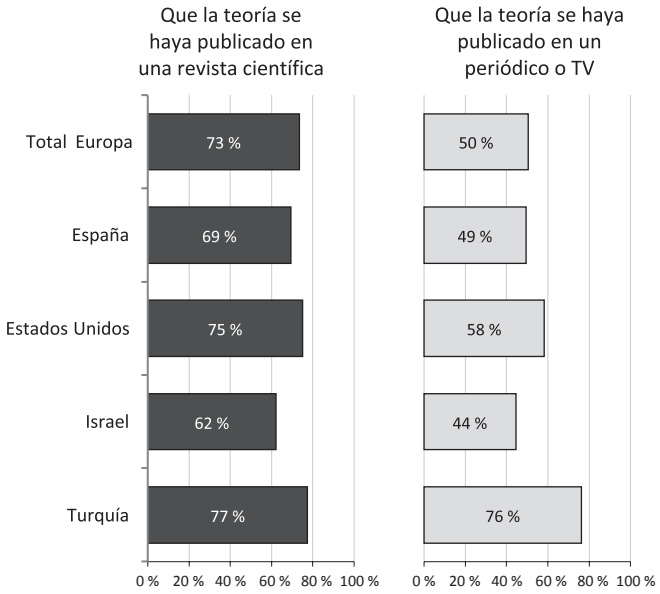
Grandes mayorías comprenden que la comprobación experimental es esencial para determinar la veracidad de las teorías y reconocen que los resultados de un experimento deben ser replicables por investigadores independientes para considerarse válidos (véase gráfico 93.4).

93.4.1.2.3. La ciencia como conocimiento público validado

A pesar de la proliferación de *preprints* (prepublicaciones no revisadas por «pares») en sitios abiertos en la web y, en algunas ocasiones, del anticipo de supuestos resultados científicos a través de los medios de comunicación, prácticas que se vieron impulsadas durante la pandemia del COVID-19, la comunidad científica sigue descansando en un pilar esencial de la arquitectura de la ciencia, la publicación en revistas científicas reconocidas, siguiendo formatos y procesos de evaluación rigurosamente establecidos. Los *papers* (artículos científicos) son el formato de elección de comunicación a

Gráfico 93.5. *La ciencia como conocimiento público: la función de las revistas científicas*

Para llegar a la conclusión de que una teoría científica es verdadera, ¿qué importancia cree usted que tienen los siguientes criterios? Porcentaje que contesta muy + bastante importante



Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

la comunidad científica de resultados relevantes (novedosos, significativos y suficientemente corroborados) ofrecidos en revistas especializadas, a través de un proceso que tiene como paso crucial el *peer review* y, sobre la base de este, la decisión editorial de rechazar, aceptar con modificaciones menores o sustanciales o, muy infrecuentemente, aceptar para publicar el texto remitido, con tasas de rechazo de originales entre el 80 % y el 90 % en revistas de referencia como *Science* o *Nature*.

Aunque en ese proceso hay varios pasos difíciles de comunicar al público y de capturar vía encuesta, como mínimo resulta esencial medir si se entiende que la ciencia de interés (original y relevante) considerada válida en un determinado periodo se hace pública a través de las revistas científicas, no de los medios de comunicación generales, aunque los mejores de estos, aquellos que cuentan con secciones de ciencia, se hagan eco de los avances una vez han visto la luz en las correspondientes publicaciones especializadas.

La gran mayoría de la sociedad española comprende, sin diferencias significativas respecto a los demás países estudiados, que los resultados de una investigación se convierten en conocimiento público validado a través de su publicación en revistas científicas especializadas, y –en menor medida– mediante su aparición en medios generalistas (véase gráfico 93.5). La formulación de la pregunta no permite discernir si se sabe o no que este segundo tipo de comunicación ocurre únicamente después de la publicación en revistas con «revisión por pares», un aspecto que futuros estudios deberán aclarar.

93.4.1.2.4. Familiaridad con grandes figuras de la ciencia

Una medida adicional de la componente cognitiva del emergente marco analítico de la cultura científica del público es la identificación de las grandes figuras de la historia de la ciencia, es decir, aquellas que han fundado un campo o impulsado cambios paradigmáticos. En la mayoría de los países analizados, existe consenso en torno a dos referentes del campo de la física: Albert Einstein y, en menor medida, Isaac Newton (véanse tablas 932a, 932b y 932c). Por otro lado, las menciones a figuras centrales de la biología y la genética, como Crick y Watson, son muy escasas en todos los países. Estos datos ilustran que la física ocupa un lugar preponderante en la cultura científica de la sociedad.

Las principales figuras nacionales suelen aparecer con un porcentaje significativo de menciones en los respectivos países, en algunos casos por su peso indubitable en la ciencia universal, en otros por ser referentes a escala nacional: Louis Pasteur y Marie Curie en Francia; Isaac Newton, Charles Darwin y Stephen Hawking en Reino Unido; Galileo Galilei en Italia; Albert Szent-Györgyi en Hungría y Niels Bohr en Dinamarca. En España, dos claros exponentes de la biomedicina, el asturiano –nacionalizado estadounidense– Severo Ochoa obtiene un 11 % de menciones, Santiago Ramón y Cajal, figura fundacional de un área científica de la mayor relevancia hoy como las neurociencias, alcanza un modesto 8 % de

Tabla 93.2a. *Conocimiento de grandes científicos: patrones universales y nacionales**

España		*Portugal*	
Albert Einstein	48 %	Albert Einstein	44 %
Marie Curie	25 %	Isaac Newton	16 %
Isaac Newton	22 %	Marie Curie	14 %
Severo Ochoa	11 %	Charles Darwin	9 %
Charles Darwin	9 %	Antonio Damasio	8 %
Margarita Salas	8 %	Pedro Nunes	8 %
Santiago Ramón y Cajal	8 %	Lidia Salgueiro	7 %
Galileo Galilei	6 %	P. Isabel da Silva Moreira	7 %
Francia		*Alemania*	
Albert Einstein	49 %	Albert Einstein	61 %
Louis Pasteur	36 %	Marie Curie	21 %
Marie Curie	33 %	Isaac Newton	17 %
Blaise Pascal	11 %	Galileo Galilei	7 %
René Descartes	11 %	Robert Koch	7 %
Isaac Newton	11 %	Charles Darwin	6 %
Charles Darwin	8 %	Carl Friedrich Gauss	6 %
Irène Joliot-Curie	7 %	Max Planck	6 %
Reino Unido		*Italia*	
Albert Einstein	38 %	Albert Einstein	51 %
Isaac Newton	33 %	Galileo Galilei	25 %
Charles Darwin	19 %	Isaac Newton	13 %
Stephen Hawking	16 %	Leonardo da Vinci	12 %
Marie Curie	14 %	Guglielmo Marconi	12 %
Alexander Fleming	13 %	Charles Darwin	12 %
Galileo Galilei	6 %	Rita Levi-Montalcini	10 %
Alexander Graham Bell	6 %	Enrico Fermi	9 %
Países Bajos		*Dinamarca*	
Albert Einstein	44 %	Niels Bohr	49 %
Charles Darwin	23 %	Albert Einstein	47 %
A. van Leeuwenhoek	12 %	Isaac Newton	14 %
Isaac Newton	10 %	Thomas Alva Edison	8 %
Thomas Alva Edison	9 %	Marie Curie	6 %
Nikola Tesla	8 %	Tycho Brahe	6 %
Hendrik Lorentz	7 %	Ole Rømer	5 %
Leonardo da Vinci	5 %	Hans Christian Ørsted	5 %

Pregunta: ¿Podría Ud. decirme el nombre de los tres científicos que, en su opinión, han sido los más importantes de toda la historia a nivel mundial?
Nota: *Se recogen los ocho científicos más mencionados en cada país.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

TABLA 93.2b. *Conocimiento de grandes científicos: patrones universales y nacionales**

Bulgaria		*Eslovaquia*	
Albert Einstein	49 %	Albert Einstein	51 %
Isaac Newton	21 %	Isaac Newton	25 %
Marie Curie	19 %	Nikola Tesla	21 %
Nikola Tesla	15 %	Thomas Alva Edison	11 %
Dmitri Mendeléyev	7 %	Charles Darwin	11 %
John Vincent Atanasoff	5 %	Marie Curie	9 %
Stamen Grigorov	5 %	Alexander Fleming	7 %
Elka Todorova	5 %	Ludovít Štúr	6 %
Estonia		*Hungría*	
Albert Einstein	49 %	Albert Einstein	33 %
Isaac Newton	28 %	Albert Szent-Györgyi	32 %
Charles Darwin	14 %	Ignaz Semmelweis	16 %
Marie Curie	10 %	Isaac Newton	12 %
Thomas Alva Edison	7 %	Marie Curie	7 %
Nikola Tesla	7 %	Edward Teller	7 %
Dmitri Mendeléyev	6 %	Katalin Karikó	6 %
Karl Ernst von Baer	5 %	John von Neumann	5 %
Polonia		*República Checa*	
Albert Einstein	44 %	Albert Einstein	52 %
Marie Curie	39 %	Isaac Newton	19 %
Nicolaus Copernicus	24 %	Marie Curie	19 %
Thomas Alva Edison	18 %	Nikola Tesla	15 %
Isaac Newton	18 %	Thomas Alva Edison	13 %
Nikola Tesla	17 %	Jan Evangelista Purkyne	12 %
Alexander Graham Bell	7 %	Gregor Mendel	8 %
Georges Charpak	3 %	Otto Wichterle	6 %
Rumanía			
Albert Einstein	48 %		
Isaac Newton	23 %		
Henri Coanda	9 %		
Ana Aslan	8 %		
Marie Curie	8 %		
Nikola Tesla	7 %		
George Constantinescu	7 %		
Mina Minovici	7 %		

Pregunta: ¿Podría Ud. decirme el nombre de los tres científicos que, en su opinión, han sido los más importantes de toda la historia a nivel mundial?
Nota: *Se recogen los ocho científicos más mencionados en cada país.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

Tabla 93.2c. *Conocimiento de grandes científicos: patrones universales y nacionales**

Estados Unidos		*Israel*	
Albert Einstein	38 %	Albert Einstein	61 %
Isaac Newton	29 %	Isaac Newton	31 %
Nikola Tesla	18 %	Thomas Alva Edison	14 %
Thomas Alva Edison	13 %	Galileo Galilei	11 %
Jonas Salk	13 %	Charles Darwin	11 %
Stephen Hawking	8 %	Marie Curie	9 %
Benjamin Franklin	7 %	Nikola Tesla	9 %
Ronald McNair	3 %	Stephen Hawking	7 %
Turquía			
Albert Einstein	32 %		
Thomas Alva Edison	23 %		
Isaac Newton	20 %		
Nikola Tesla	15 %		
Aziz Sancar	12 %		
Ibn-i Sina	7 %		
Galileo Galilei	6 %		
Louis Pasteur	5 %		

Pregunta: ¿Podría Ud. decirme el nombre de los tres científicos que, en su opinión, han sido los más importantes de toda la historia a nivel mundial?
Nota: *Se recogen los ocho científicos más mencionados en cada país.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

menciones en relación con el alcance de su contribución científica, un dato sugestivo del débil esfuerzo por celebrar y asociar la identidad nacional al conocimiento científico. Es interesante notar que una destacada científica española, Margarita Salas, en un plano distinto del de Cajal, obtiene el mismo porcentaje de menciones, seguramente por las recurrentes iniciativas de promoción de diversas facetas de su figura impulsadas desde el Gobierno nacional y otras organizaciones.

93.4.2. Dimensión valorativa y actitudinal

En esta sección se presentan ítems correspondientes a las dos dimensiones valorativas, denominadas «promesas» y «reservas» (Miller y Pardo, 2000, pp. 81-130). Sin embargo, en lugar de proceder a agrupar inmediatamente estos ítems en dos escalas, únicamente sobre la base de su valencia positiva o negativa, se mantienen inicialmente por separado para permitir una cartografía más detallada de las áreas y facetas de la ciencia que son valoradas de forma positiva, negativa o ambivalente. En un segundo paso, los ítems con una misma valencia se suman, obteniendo así una puntuación global.

93.4.2.1. Promesas (+) de la ciencia. Impactos materiales y cognitivos

– Impactos materiales

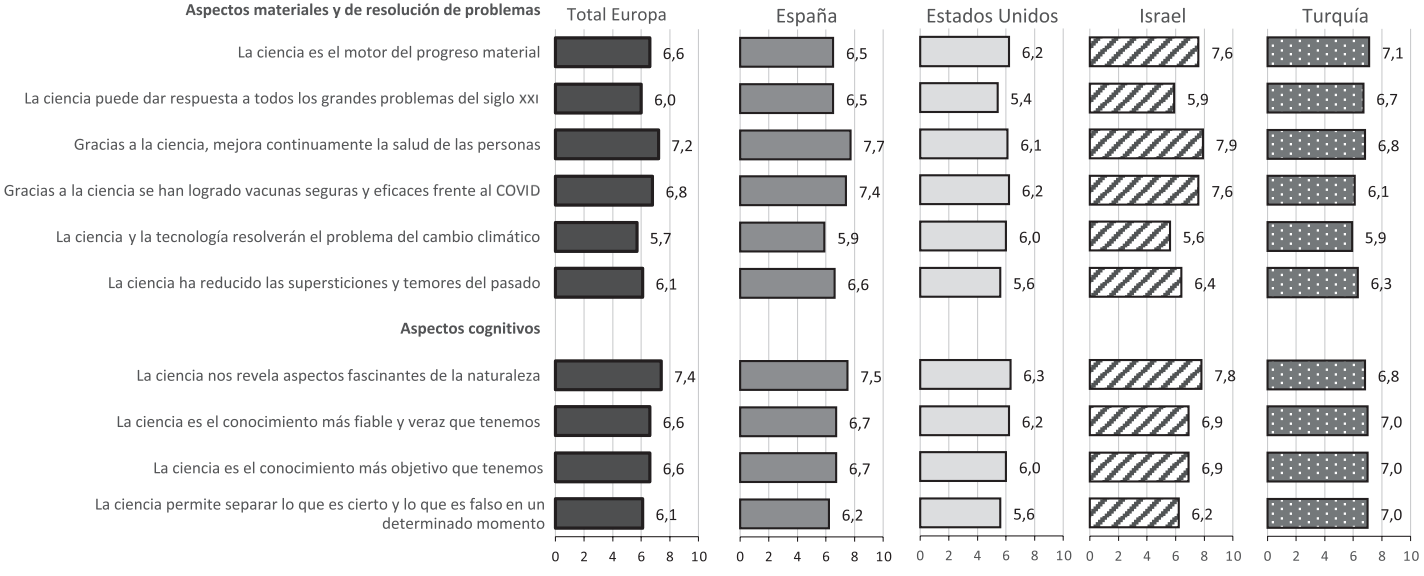
Tradicionalmente las «promesas», medidas a través de encuestas, han atendido especialmente a la capacidad del conocimiento científico para satisfacer necesidades materiales y resolver problemas. En la encuesta base de este capítulo, los ítems diseñados con este propósito abarcan las áreas tradicionales del progreso material, la salud y la disipación de supersticiones y temores, e incluyen también aspectos del presente, como el cambio climático, las vacunas contra el COVID-19 y los principales desafíos del siglo XXI, en este último caso sin mayor especificación.

La ciencia es percibida como el motor del progreso material, con una valoración media de 6,6 en Europa y 6,5 en España, en una escala de 0 a 10. Además, se le reconoce la capacidad para resolver los grandes problemas del siglo XXI, 6,0 en Europa y 6,5 en España; mejorar la salud, 7,2 en Europa, 7,7 en España; lograr vacunas seguras y eficaces contra el COVID-19, 6,8 en Europa, 7,4 en España; abordar el cambio climático, 5,7 en Europa y 5,9 en España y, en un plano psicológico, la reducción de temores del pasado, 6,1 en Europa, 6,6 en España. Con excepción de un ítem, España se sitúa por encima de la media europea, indicando la alta apreciación de la ciencia en su faceta práctica.

– Impactos cognitivos

Atendiendo al contexto de los últimos años, caracterizado por el relativismo y la negación del valor diferencial de la ciencia para establecer la verdad de modelos y teorías (McIntyre, 2018), presentes en la cultura general y la esfera pública como actitudes escépticas y negacionistas, se incorporaron cuatro nuevos ítems de «promesas» dirigidos a captar la apreciación por el público de la faceta estrictamente cognitiva de la ciencia. Tres de estos ítems son deliberadamente redundantes, a efectos de asegurar su confiabilidad métrica: la ciencia como «el conocimiento más fiable y veraz» (media de 6,6 en Europa y 6,7 en España), la ciencia como «el conocimiento más objetivo» (con idénticas medias en ambos casos), y la afirmación de que la ciencia «permite separar lo que es cierto de lo que es falso» (media de 6,1 en Europa y 6,2 en España). El cuarto ítem, que se sitúa a medio camino entre la faceta epistemológica y la estética, es «la ciencia nos revela aspectos fascinantes de la naturaleza», con una media de 7,4 en Europa y 7,5 en España. En todas las sociedades analizadas es mayoritaria la percepción de la contribución cognitiva diferencial de la ciencia, con puntuaciones más bajas en el caso de Estados Unidos, sociedad en la que se viene desarrollando un asalto al conocimiento desde orientaciones políticas populistas. España se coloca por encima de la media de los países europeos en esta faceta crucial (véase gráfico 93.6).

GRÁFICO 93.6. *Promesas o actitudes positivas respecto a la ciencia: facetas materiales y cognitivas*



Pregunta: Quisiera que me dijera su grado de acuerdo o de desacuerdo con cada una de estas frases. Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 indica que está «completamente en desacuerdo» y 10 que está «completamente de acuerdo».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

93.4.2.2. Reservas (-) ante la ciencia. Naturaleza, cambio social

A finales de los años sesenta, surgieron movimientos y se formularon interpretaciones críticas sobre los efectos que la ciencia aplicada genera en diversos ámbitos –tanto tangibles como intangibles– (Ellul, 1964; Marx, 1988, pp. 160-178). Dichos efectos abarcan desde alteraciones en la naturaleza y el acelerado ritmo del cambio social hasta el aumento de la complejidad, la alienación o deshumanización, y una supuesta destrucción de los valores morales. Estos impactos, junto con la percepción del incremento de riesgos –especialmente el peligro de una guerra mundial–, son los que, en la mayoría de los casos, hacen que las percepciones sobre la ciencia cambien de una valencia positiva a negativa o, en otros casos, a una posición ambivalente. Ese complejo de efectos fue sometido a medida en la encuesta multipaís que sirve como referencia comparativa del caso español.

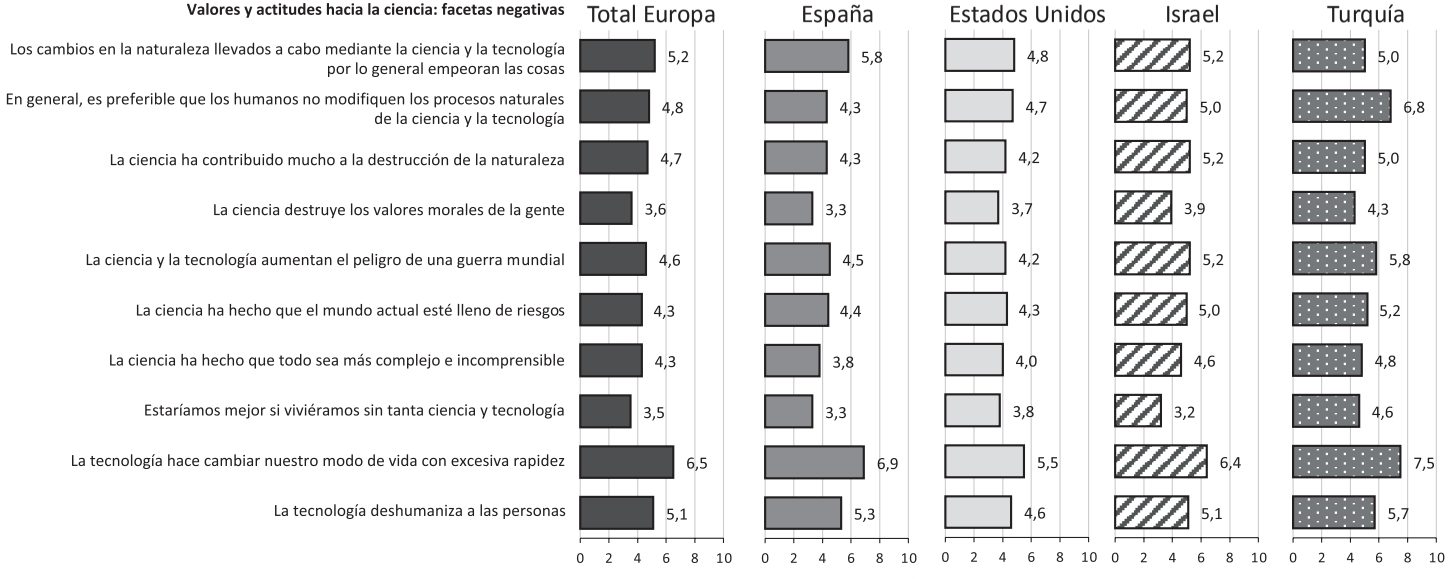
El ritmo de cambio social, las transformaciones de la naturaleza y la deshumanización son tres aspectos en los que la mayoría de la población, en todos los países considerados, coincide de forma variable. Predomina el acuerdo en que la tecnología «hace cambiar nuestro modo de vida con excesiva rapidez» (con una media de 6,9 en España y 6,5 en Europa; en Turquía, este valor alcanza 7,5, lo que evidencia el impacto de la ciencia y la modernización en una sociedad menos desarrollada). Se observa una imagen ambivalente en cuanto a la relación entre ciencia aplicada (o tecnología) y naturaleza, percibiendo los impactos negativos, pero sin deslizarse a querer frenar o detener la utilización de la ciencia y la tecnología. Existe división, con predominio del acuerdo, respecto a la supuesta deshumanización provocada por la tecnología (media de acuerdo de 5,3 en España y de 5,1 en Europa).

España aparece alineada con la media europea, siendo en ambos casos, claramente minoritario el segmento que piensa que la ciencia afecta negativamente a la moralidad, al incremento de la complejidad y que opta por menos ciencia y tecnología (véase gráfico 93.7).

Dos escalas sumadas, una formada por los ítems de «promesas», la otra integrada por los ítems de «reservas», ambas con un rango de cero a cien, muestran que la visión positiva de la ciencia domina con nitidez, con valores de acuerdo en los ítems de «promesas» significativamente por encima de los alcanzados en los ítems de «reservas» (véase gráfico 93.8). En España, la distancia entre promesas y reservas asciende a 21,9, en Europa a 18,5, en Estados Unidos a 15,9, en Israel a 9,6 y en Turquía a 11,6. Los dominios y facetas en tensión, asociados al despliegue de la ciencia, no desembocan en las actitudes de crítica neorromántica al conocimiento científico y la tecnología, que resultaron influyentes social y culturalmente en segmentos amplios de la población en la década de los sesenta en Europa y Estados Unidos, especialmente entre la población joven (Marx, 1988).

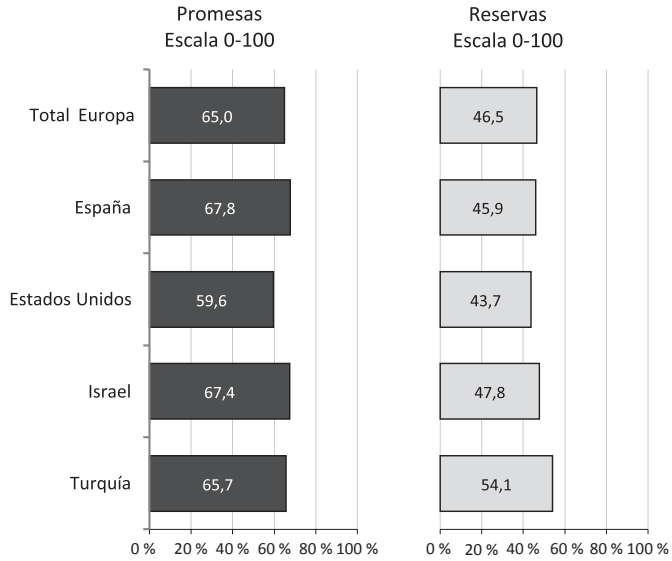
En línea con lo apuntado en el bloque teórico de este capítulo, la población con un nivel de conocimiento científico más alto percibe en mayor medida las promesas de la ciencia y, al tiempo, tiene menos reservas que quienes se sitúan en los grupos de nivel de conocimiento bajo y medio (véase

GRÁFICO 93.7. *Reservas o actitudes negativas respecto a la ciencia*



Pregunta: Quisiera que me dijera su grado de acuerdo o de desacuerdo con cada una de estas frases. Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 indica que está «completamente en desacuerdo» y 10 que está «completamente de acuerdo».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.8. *Escala sumada de «promesas» y «reservas» hacia la ciencia*



Pregunta: Visión agregada de actitudes positivas y negativas hacia la ciencia: a) indicador de promesas, b) indicador de reservas. Cada indicador está formado por diez ítems (cada uno de los cuales se mueve en una escala de 0 a 10), resultando una escala agregada de 0 a 100.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

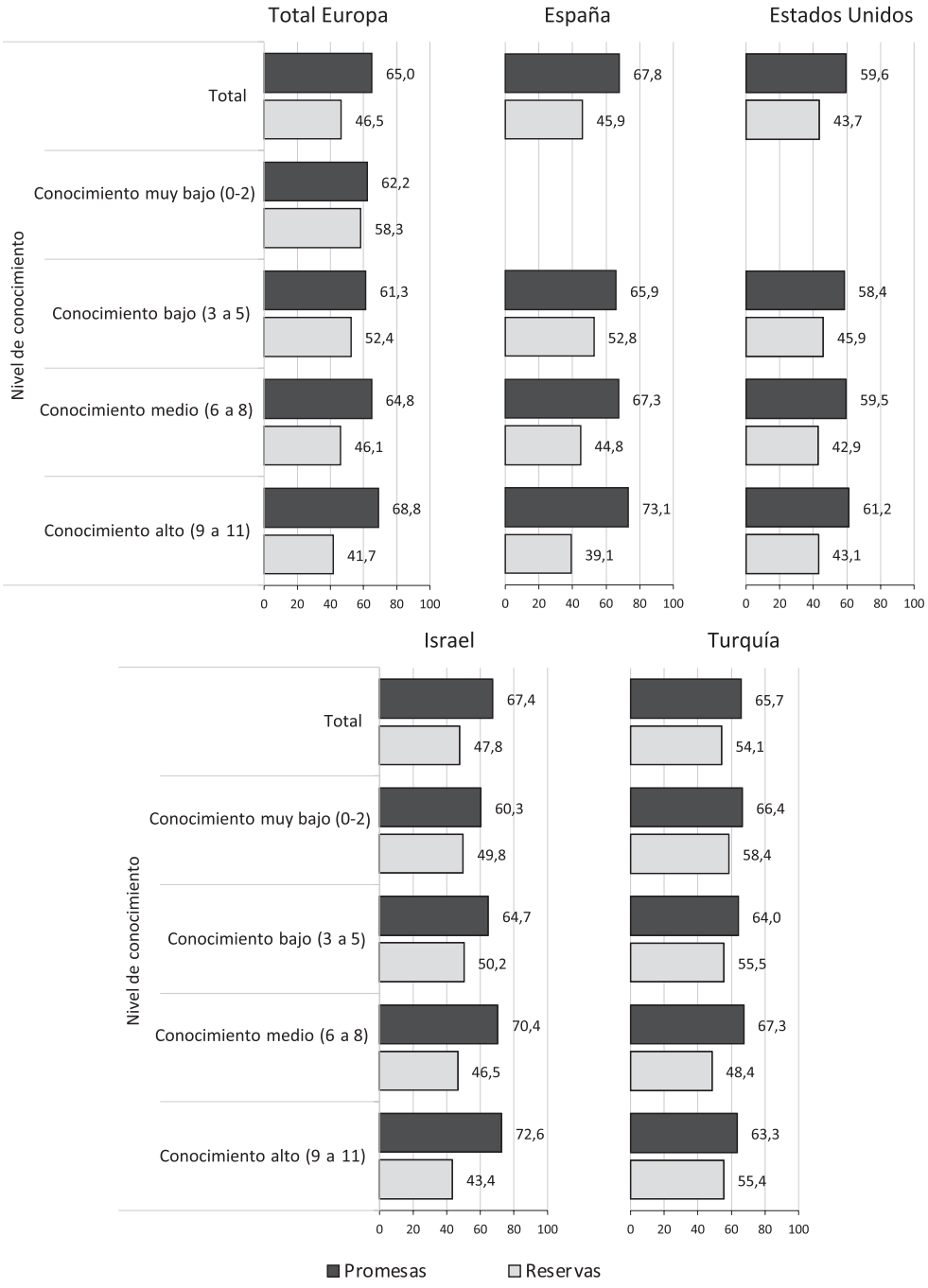
gráfico 93.9). En el caso de España, el grupo de conocimiento alto llega a un 73,1 % en la apreciación de las promesas, y tan solo a un 39 % en las reservas, frente a un 65,9 % y un 52,8 %, respectivamente, en el grupo de conocimientos bajos.

93.4.3. Percepciones de la ciencia y la tecnología como herramientas

Una perspectiva analítica de valoración de la ciencia, complementaria a las percepciones generales capturadas por los indicadores de «promesas» y «reservas», consiste en mapear el conocimiento científico y la tecnología con algunos de los grandes retos y demandas actuales, identificando casos de ajuste y de refractariedad. La ciencia permite «conocer cómo son las cosas» y, a partir de ese conocimiento, «hacer cosas» a través de la tecnología (Russell, 1952, p. 29). Seis retos centrales, en los que la ciencia puede erigirse como la herramienta de elección, son la salud, el medioambiente, la alimentación y tres cuestiones sociales de gran calado, la pobreza, la desigualdad y las guerras.

La salud ha sido siempre un ámbito en el que el impacto del conocimiento científico y la tecnología se ha manifestado de manera especialmente nítida. Dado que prácticamente toda la población tiene, a lo largo de su vida, un contacto directo con la profesión médica –y, por lo común, un menor contacto con investigadores de otras áreas– se ha sostenido que

GRÁFICO 93.9. *Escala sumada de «promesas» y «reservas» según conocimiento*



Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

el público tiende a proyectar los atributos fundamentales de la medicina científica a la percepción general de la ciencia y los científicos (Durant, Evans y Thomas, 1992, pp. 161-182).

Efectivamente, las expectativas sobre el potencial de la ciencia y la tecnología en el ámbito de la salud son muy positivas. Esto se refleja en tres indicadores acerca de en qué medida pueden ayudar a resolver los siguientes retos de salud: el abordaje del cáncer, con un 79 % de respuestas «mucho» y «bastante» en Europa y un 81 % en España; el envejecimiento con buena salud, con un 74 % en Europa y un 78 % en España; y la gestión de pandemias, como la del COVID-19, con un 70 % en Europa y un 72 % en España. En los tres casos, España se posiciona ligeramente por encima de los valores europeos, de por sí muy altos (véase gráfico 93.10a).

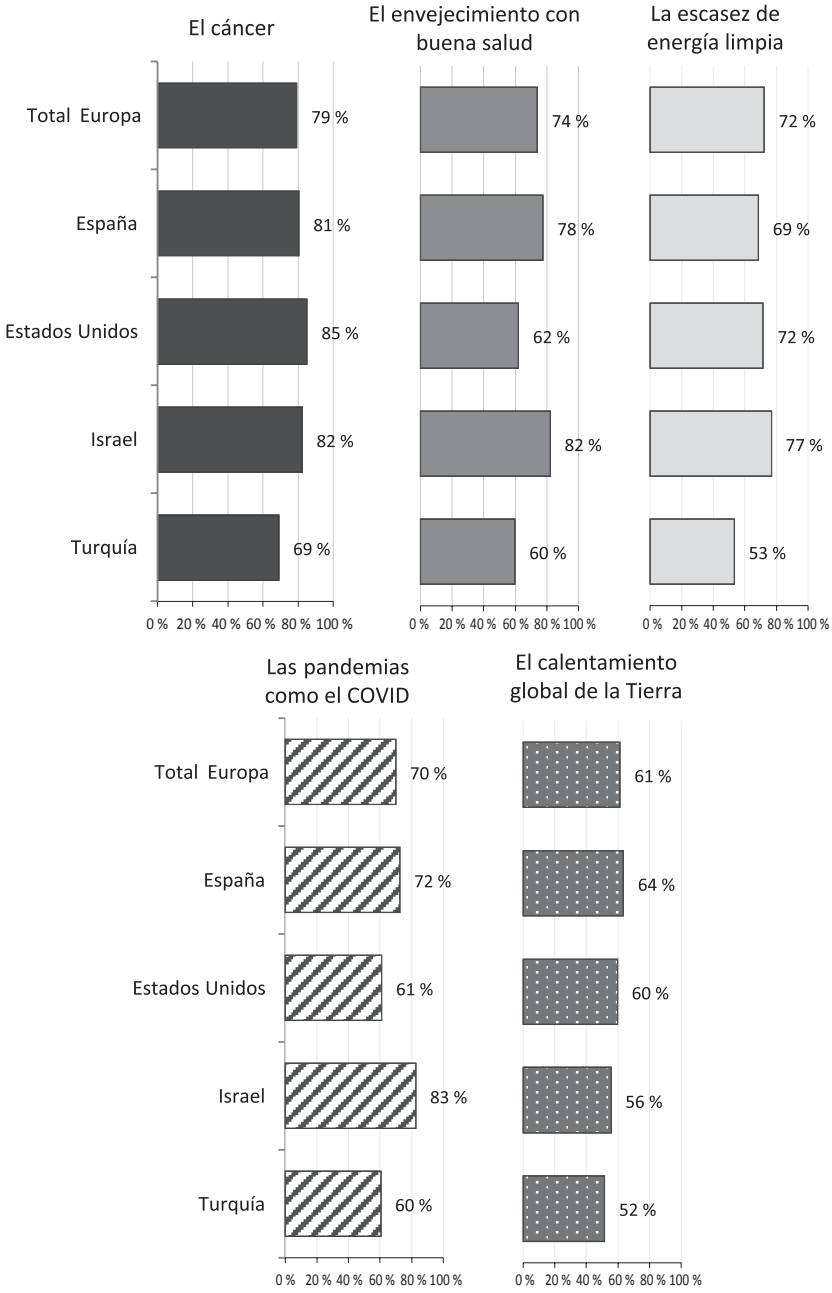
La contribución de la ciencia y la tecnología a la resolución de los tres retos medioambientales de generación de energía limpia, el calentamiento global y la crisis de la biodiversidad, aun siendo percibida de manera positiva, se sitúa significativamente por debajo de los valores alcanzados en el caso de la salud. El papel de la ciencia en este dominio da el siguiente *ranking* en orden descendente, «energía limpia» (72 % en Europa, 69 % en España), «calentamiento global» (61 % en Europa, 64 % en España) y, a distancia significativa, «pérdida de biodiversidad» (54 % en Europa, 50 % en España), seguramente por un reconocimiento latente de que hay variables socioeconómicas que desbordan la función de la sola ciencia. Se observa la misma pauta a propósito de la «escasez de alimentos» (57 % en Europa, 56 % en España) y de manera mucho más marcada en el caso de cuestiones de claro perfil político y económico-social: eliminación de la «pobreza» (41 % en Europa, 46 % en España), corrección de la «desigualdad» (40 % en Europa, 42 % en España) y erradicación de «las guerras» (34 % en Europa, 35 % en España) (véase gráfico 93.10b).

El contraste de las percepciones de los varios retos y objetivos sometidos a indagación empírica sugiere que la alta apreciación de la ciencia y la tecnología, en España y en Europa, como potente instrumento para «hacer cosas», no implica que la población abrace la posición que el Primer Informe a Club de Roma etiquetó críticamente como «optimismo tecnológico», «la fe en la tecnología, como solución última a todos los problemas, [que] puede distraer nuestra atención del problema de base [...] e impedir que emprendamos una acción efectiva para resolverlo» (Meadows *et al.*, 1974, p. 159). Las percepciones de la población son sugestivas de que la ciencia y la tecnología necesitan ser acompañadas y guiadas por variables político-sociales.

93.4.4. Expectativas acerca de áreas científico-tecnológicas de frontera

Las percepciones y expectativas holísticas sobre la ciencia y la tecnología son de interés fundamental en cualquier estudio de la cultura científica de una

GRÁFICO 93.10a. *Expectativas hacia el potencial de la ciencia y la tecnología*



Pregunta: ¿En qué medida cree usted que la ciencia y la tecnología pueden ayudar a resolver las siguientes cuestiones: nada, poco, bastante o mucho?
Nota: Porcentaje que contesta «mucho» o «bastante».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.10b. *Expectativas hacia el potencial de la ciencia y la tecnología*



Pregunta: ¿En qué medida cree usted que la ciencia y la tecnología pueden ayudar a resolver las siguientes cuestiones: nada, poco, bastante o mucho?
Nota: Porcentaje que contesta «mucho» o «bastante».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

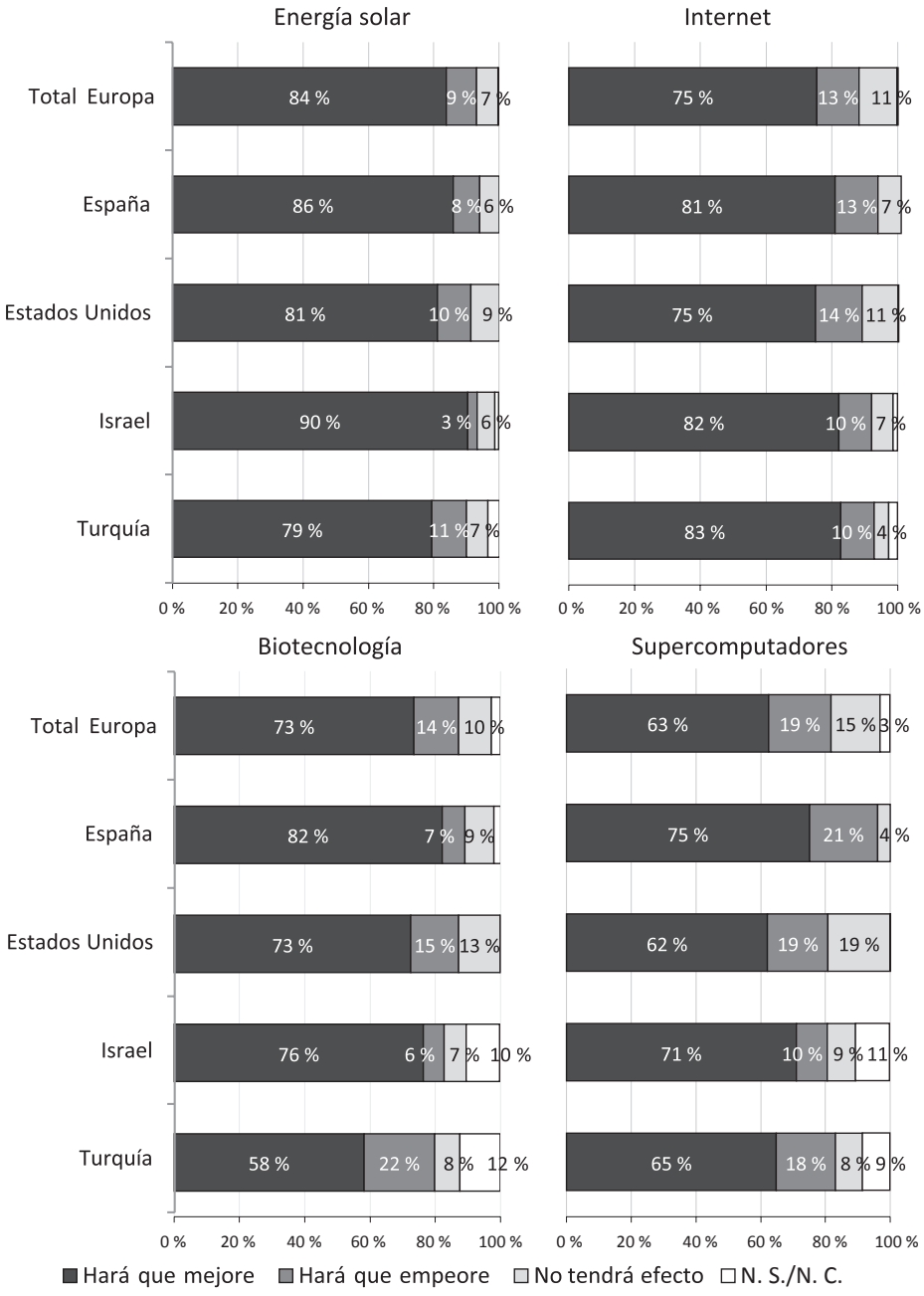
sociedad, ya que actúan como orientaciones generales o *worldviews* que influyen en numerosos aspectos de la vida personal y cívica. Pero se precisa complementarlas con una caracterización de mayor granularidad de las diversas áreas de la ciencia y la tecnología, en particular, aquellas que representan el conocimiento de frontera y que, por ello, tienen una alta presencia en los medios de comunicación y en las políticas públicas.

En los últimos quince años, los Eurobarómetros sobre percepciones de la ciencia, realizados por la Comisión Europea, han incorporado evaluaciones de una serie de desarrollos científicos contemporáneos, considerando sus potenciales efectos en la vida de las personas a través de una escala de tres opciones: «mejorar», «empeorar» y «no tener efecto». La serie que se presenta a continuación amplía la de esas encuestas europeas, organizando los ítems en tres clústeres y un ítem independiente (véanse los gráficos 93.11a, 93.11b y 93.11c).

El primero de los grupos está constituido por dos desarrollos de la energía, uno renovable, la energía de origen solar, otro de una tecnología madura como la nuclear, que en el contexto del cambio climático y de tensiones geopolíticas ha vuelto a la cartera de opciones contempladas por las políticas públicas y las decisiones de las empresas del sector de la energía. Sin diferencias significativas entre Europa y España, la energía solar es vista con valencia claramente positiva, con un 84 % y un 86 % respectivamente eligiendo la opción «mejorar nuestras vidas». En contraste, la energía de origen nuclear divide a la población en dos segmentos polarizados, con un 46 % en Europa y un 41 % en España optando por la opción «mejorar» frente a un 41 % y un 50 % respectivamente que cree que «empeorará».

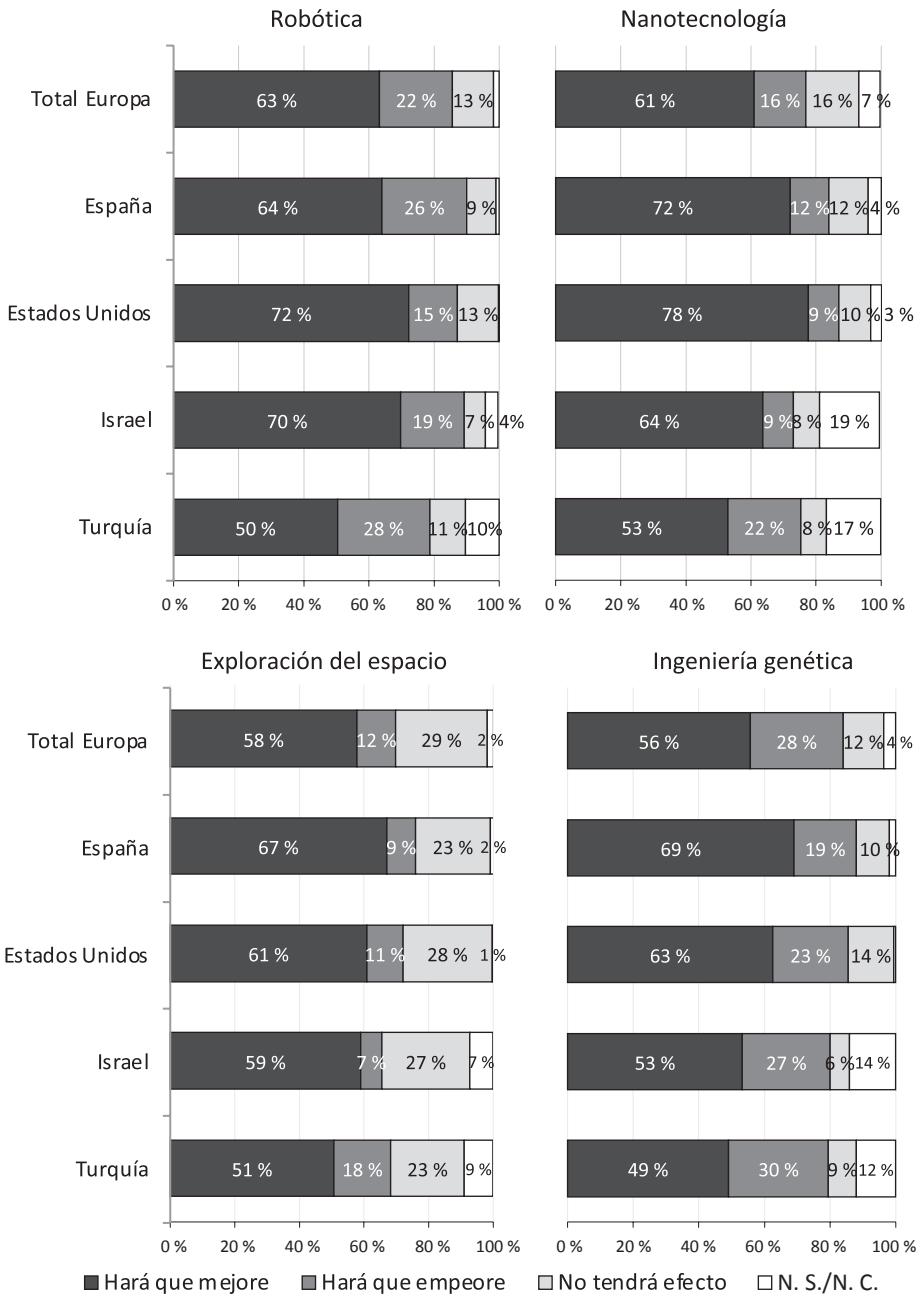
El segundo grupo está integrado por dos ítems referidos a los campos de la biotecnología y la ingeniería genética. Si bien ambos tienen un carácter aplicado, el primero denota un área más amplia de uso de organismos vivos, células y sistemas biológicos para la mejora de numerosos productos y procesos, mientras que el segundo es considerado como un subconjunto de aquel, implicando la modificación del ADN de plantas y animales para propósitos varios. Mientras que la biotecnología ha merecido una aceptación clara a uno y otro lado del Atlántico desde los años cincuenta del siglo xx, los principales desarrollos de la ingeniería genética, primero en su etapa de despegue en los años setenta y después en su etapa de fuerte ampliación desde los noventa, suscitó respuestas distintas en Estados Unidos, caracterizadas por una aceptación general, y reservas, controversia y oposición activa en Europa, propiciando regulaciones diferenciadas. Las particularidades de los organismos objeto de modificación genética y las finalidades de esta modulan las respuestas del público (Pardo *et al.*, 2009). La ingeniería aplicada al código de la vida, el ADN, cuando no va destinada a corregir «errores» genéticos asociados a enfermedades, sino a pretender ampliar o transferir entre especies rasgos fenotípicos, propicia actitudes negativas (Pardo, 2003). La ausencia de crisis medioambientales, alimentarias o de salud pública derivadas de la modificación genética de plantas y animales ha motivado una reducción drástica de las acciones de protesta por parte de organizaciones activistas y con ello de la cobertura en los medios, con el resultado de pasar a un segundo plano de la atención y consciencia del público, mejorando los niveles de aceptación

GRÁFICO 93.11a. *Efectos esperados de tecnologías y aplicaciones científicas*



Pregunta: ¿Cree usted que esta tecnología o aplicación científica hará que mejore, empeore o no tendrá efecto sobre nuestra vida?
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.11b. *Efectos esperados de tecnologías y aplicaciones científicas*



Pregunta: ¿Cree usted que esta tecnología o aplicación científica hará que mejore, empeore o no tendrá efecto sobre nuestra vida?
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

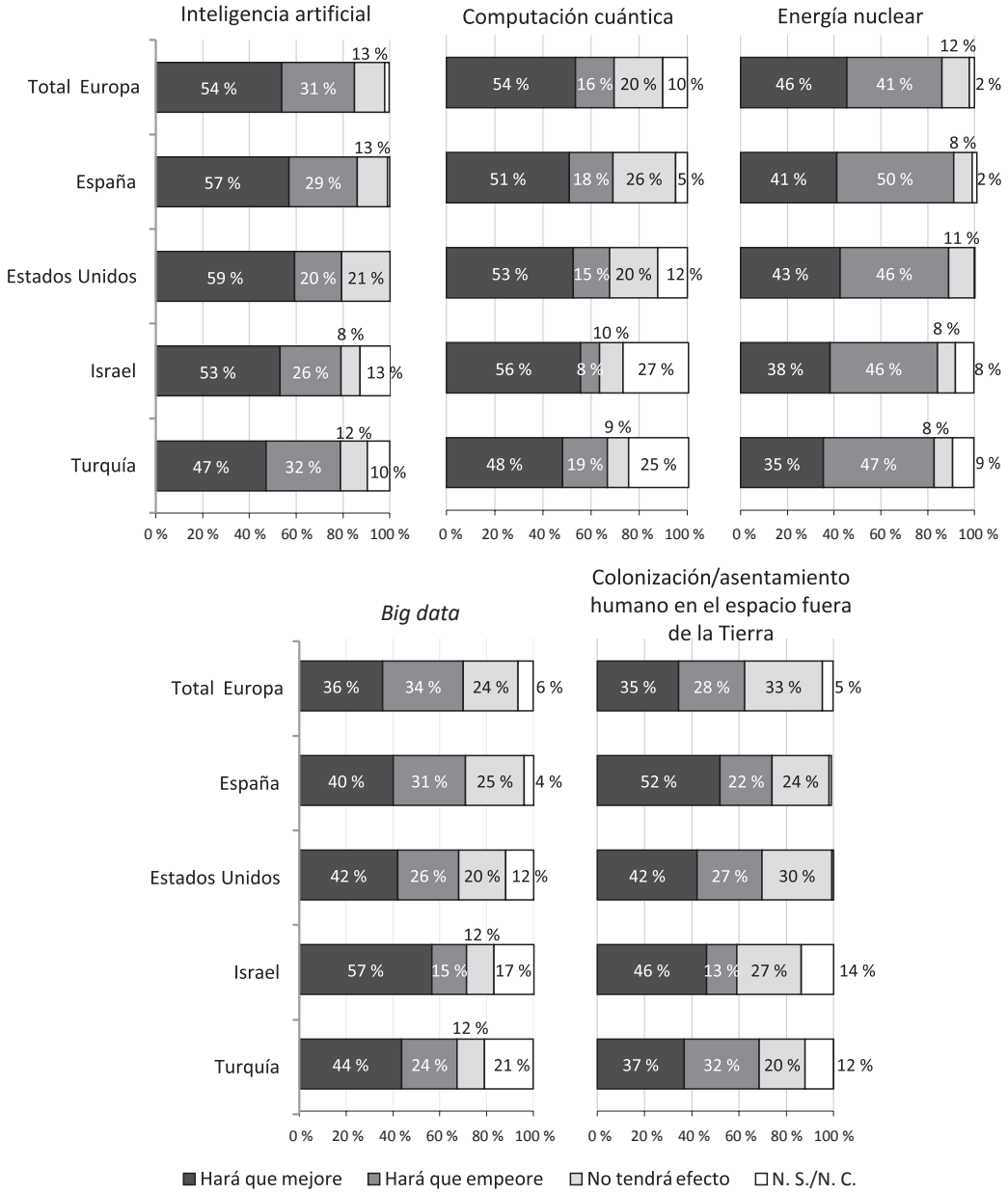
medidos a través de encuesta. España se ha caracterizado, incluso en los años de fuerte controversia en Europa, por ser un valor atípico, con una aceptación mayoritaria y tan solo un acotado segmento de rechazo de la biotecnología y la ingeniería genética.

En la encuesta del 2023 utilizada aquí, las poblaciones de Europa, de Estados Unidos y, de forma más marcada, de España, coinciden en el juicio de que la biotecnología contribuye a «mejorar» la vida, con los porcentajes siguientes: España, con un 82 %, Europa y Estados Unidos, ambos con un 73 %. La valoración de los efectos de la ingeniería genética, aun siendo hoy positiva en todas las geografías consideradas aquí (con la excepción del caso turco), se ve reducida diecisiete puntos respecto a la biotecnología en el caso de Europa, trece en España y diez en Estados Unidos.

El tercer grupo de áreas científico-tecnológicas características del presente es el de las tecnologías de la información y del espacio digital, incluyendo los desarrollos de Internet, los supercomputadores, la computación cuántica, *big data*, la inteligencia artificial y la robótica. Se trata de un conjunto percibido como factor contribuyente a la «mejora de la vida», con variabilidad entre sus elementos constitutivos, con Internet y los supercomputadores en la parte alta de la distribución, la inteligencia artificial y la computación cuántica en la parte media y el área de *big data* en la parte baja (véanse gráficos 93.11a, 93.11b y 93.11c). España se sitúa en las posiciones de valoración más positiva en seis de los siete desarrollos. Aunque la percepción general es mayoritariamente positiva, en Europa y en España se registra un nivel significativo de valoraciones negativas en dos áreas específicas: *big data* (34 % en Europa y 31 % en España) e inteligencia artificial (31 % en Europa y 29 % en España). Esto puede explicarse, al menos parcialmente, por las preocupaciones relacionadas con la privacidad y la pérdida de control, aspectos que han sido enfatizados en los medios de comunicación, la literatura y el cine de ficción durante al menos dos décadas. Cabe destacar que los datos sobre la valoración de la IA se obtuvieron antes de los desarrollos de ChatGPT y de otras aplicaciones comerciales y de acceso abierto de Inteligencia Artificial Generativa.

El cuarto grupo evaluado comprende los desarrollos científicos y tecnológicos relacionados con el espacio exterior, dividiéndose en dos dominios: la «exploración del espacio», de carácter más científico, y la «colonización del espacio», de naturaleza eminentemente tecnológica. Durante las décadas de los cincuenta y sesenta, la expresión *to be a rocket scientist* (ser un científico o ingeniero aeroespacial) capturaba en Estados Unidos la fascinación popular por la «conquista del espacio» –especialmente en el contexto de la Guerra Fría– y generaba admiración hacia el talento de quienes trabajaban en ese campo, en general en la NASA. El programa espacial encapsulaba algunos de los principales ideales culturales de la sociedad americana como los de la frontera inacabable, el explorador heroico y el progreso continuo de base tecnológica (McCurdy, 1997). De manera más atenuada en otras geografías, los viajes espaciales suscitaron hasta los años ochenta del siglo pasado curiosidad en grado máximo, emoción y confianza en el poder de la ciencia y la tecnología. Sin embargo, a partir del cambio de siglo se ha observado una notable disminución en la atención y el entusiasmo público, paradójicamente en un periodo

GRÁFICO 93.11c. *Efectos esperados de tecnologías y aplicaciones científicas*



Pregunta: ¿Cree usted que esta tecnología o aplicación científica hará que mejore, empeore o no tendrá efecto sobre nuestra vida?
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

marcado por avances significativos en la ciencia y la tecnología espacial, muchos de ellos exhibidos a través de imágenes espectaculares sin parangón en otros campos científicos.

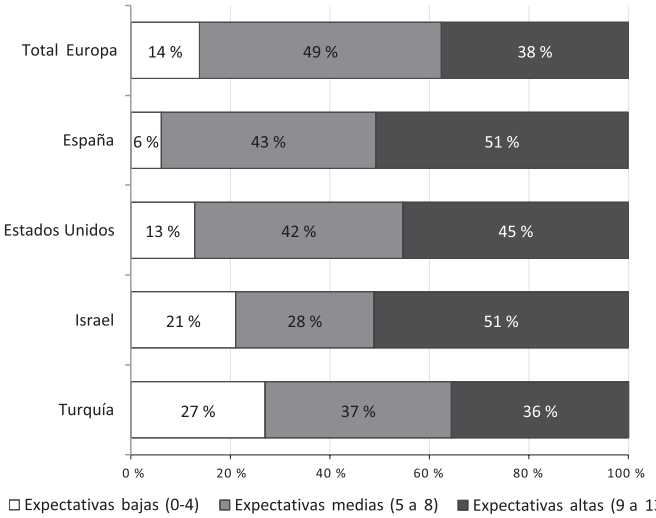
Esta inflexión en la atención y valoración puede deberse a cuatro factores principales, que sobrepasan la evidencia obtenida en la encuesta utilizada aquí: la pérdida del factor «novedad», el percibir las enormes dificultades y coste de cada avance ulterior en la exploración y aprovechamiento del llamado espacio profundo, el creciente interés por el medioambiente y los problemas que afectan al Planeta Tierra y el auge y la diversificación de las tecnologías de la información que han convertido a sus profesionales en un nuevo referente de talento y éxito, con el espacio digital expandiéndose sin límites conocidos.

En ese marco se explica que incluso en Estados Unidos, el país líder en ciencia y tecnología espacial, solo un 61 % crea que la exploración del espacio «mejorará la vida» y cerca de un 30 % crea que «no tendrá efecto» (véanse gráficos 93.11b y 93.11c). El conjunto de Europa presenta una distribución de respuestas análoga a la de la sociedad norteamericana, mientras que en España se valora más favorablemente la contribución de la ciencia espacial, con un 67 % optando por la opción de «mejorar la vida» y un 23 % por la de no tener efecto significativo. La valoración de la faceta tecnológica con el objetivo de «colonizar o establecer asentamientos humanos fuera de la Tierra» cae fuertemente en Europa, con solo un 35 % eligiendo la opción de «mejorar», un 28 % «empeorar» y un 33 % «no tener efecto»; en el caso de Estados Unidos, esos porcentajes son el 42 %, el 27 % y el 30 % respectivamente. España, también en este caso, exhibe una pauta de mayor apreciación, con un 52 %, optando por la opción mejorar, un 22 %, empeorar, y un 24 % no tener efecto, resultados consistentes con el patrón general de apreciación fuertemente positiva de todas las áreas y aplicaciones de la ciencia.

La última área considerada en este análisis es la nanotecnología, un campo de la ciencia y la ingeniería de frontera dedicado al estudio de las propiedades físicas, químicas y biológicas a nanoescala. Mediante la manipulación de átomos y moléculas, la nanotecnología permite la creación de nuevos materiales y dispositivos, con aplicaciones en campos tan diversos como la biomedicina, el medioambiente, la electrónica y la fabricación de materiales para múltiples propósitos. En Estados Unidos, este campo es valorado de manera muy positiva, con un 78 % que cree que tendrá un impacto positivo en la sociedad; le sigue España, con un 72 %, y, a una distancia significativa, Europa en su conjunto, con un 61 % (véase gráfico 93.11b).

Utilizando un indicador agregado basado en el número de aplicaciones que se cree «mejorarán nuestra vida» (rango de cero a trece), y segmentando las puntuaciones en tres grupos, se observa que las expectativas más altas se concentran en España, situándose muy por encima de la media europea. A continuación, se encuentra Israel, aunque en este caso aparece también un segmento amplio con expectativas bajas, seguido por Estados

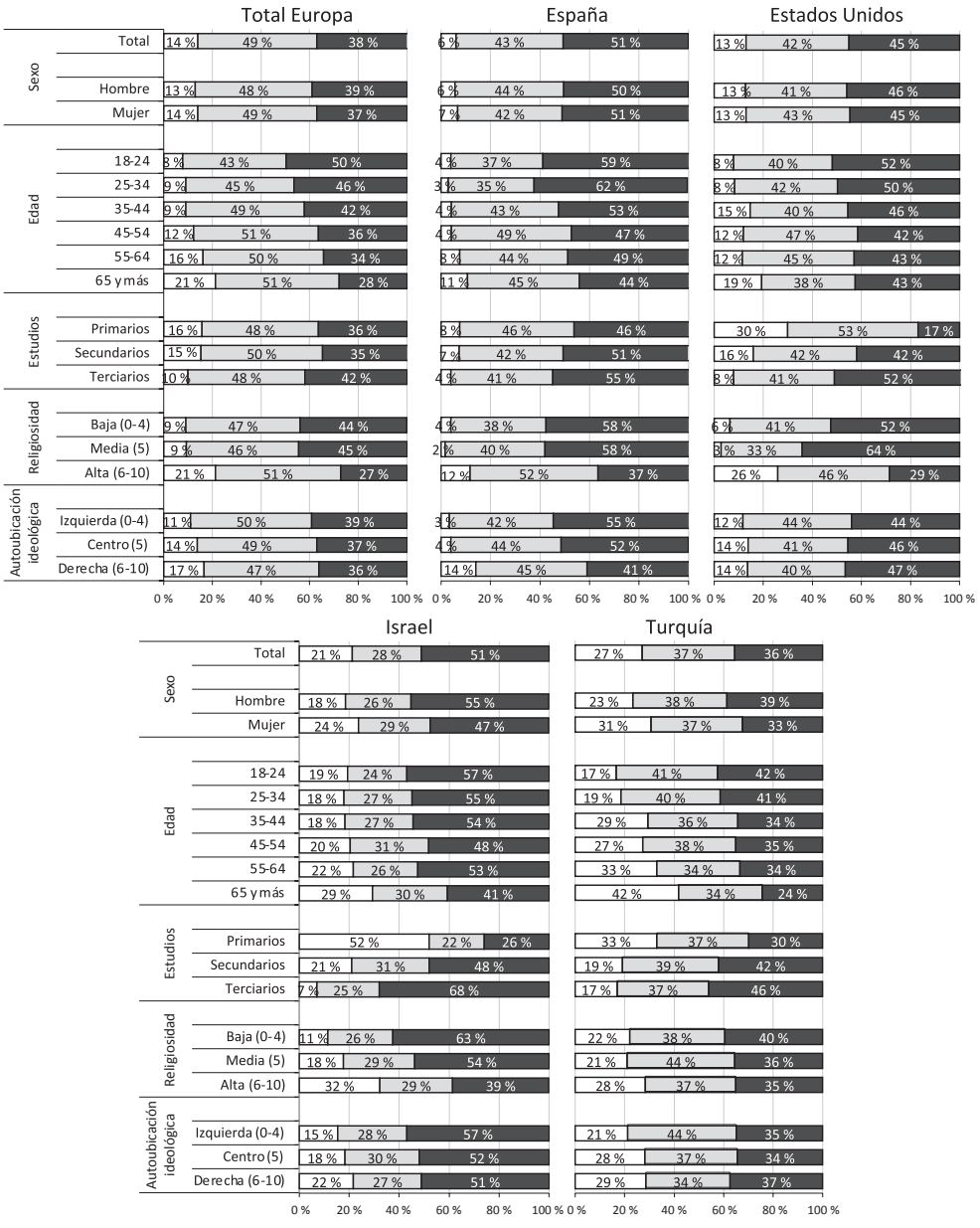
GRÁFICO 93.12a. *Indicador agregado de los efectos esperados de las tecnologías y aplicaciones de la ciencia*



Nota: Segmentación según cantidad de aplicaciones que creen que mejorará nuestra vida en los próximos años.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

Unidos; las expectativas son menos favorables en Turquía, donde destaca un amplio segmento con bajas expectativas (véase gráfico 93.12a). De forma similar al comportamiento en los ítems de promesas y reservas, la población española tiene el grupo más extenso de «altas expectativas» acerca de un amplio abanico de áreas científico-tecnológicas de frontera, presentando además el segmento más reducido de «bajas expectativas» entre todas las sociedades analizadas, lo que indica una alta receptividad ante la innovación y el avance del conocimiento. El gráfico 93.12b muestra que las expectativas más favorables respecto a los desarrollos tecnológicos se dan, en el caso español, entre los grupos de menor edad (dieciocho a treinta y cuatro años), estudios terciarios y autoubicación ideológica en la izquierda (con un 55 % frente a un 41 % en quienes se posicionan en la derecha). El gráfico 93.12c evidencia que el nivel de conocimiento científico está asociado en todos los países a expectativas más altas acerca de los impactos de los desarrollos científicos y tecnológicos «en la mejora de la vida». En Europa, el grupo de conocimiento «muy bajo» da la siguiente distribución: expectativas bajas, 28 %, expectativas medias 49 %, expectativas altas 23 %. En España se cumple la misma relación de «a mayor nivel de conocimiento, expectativas más positivas», pero lo hace de manera más marcada que en el conjunto de Europa, con un porcentaje muy reducido con bajas expectativas y expectativas altas muy por encima de las equivalentes por nivel de conocimiento en Europa.

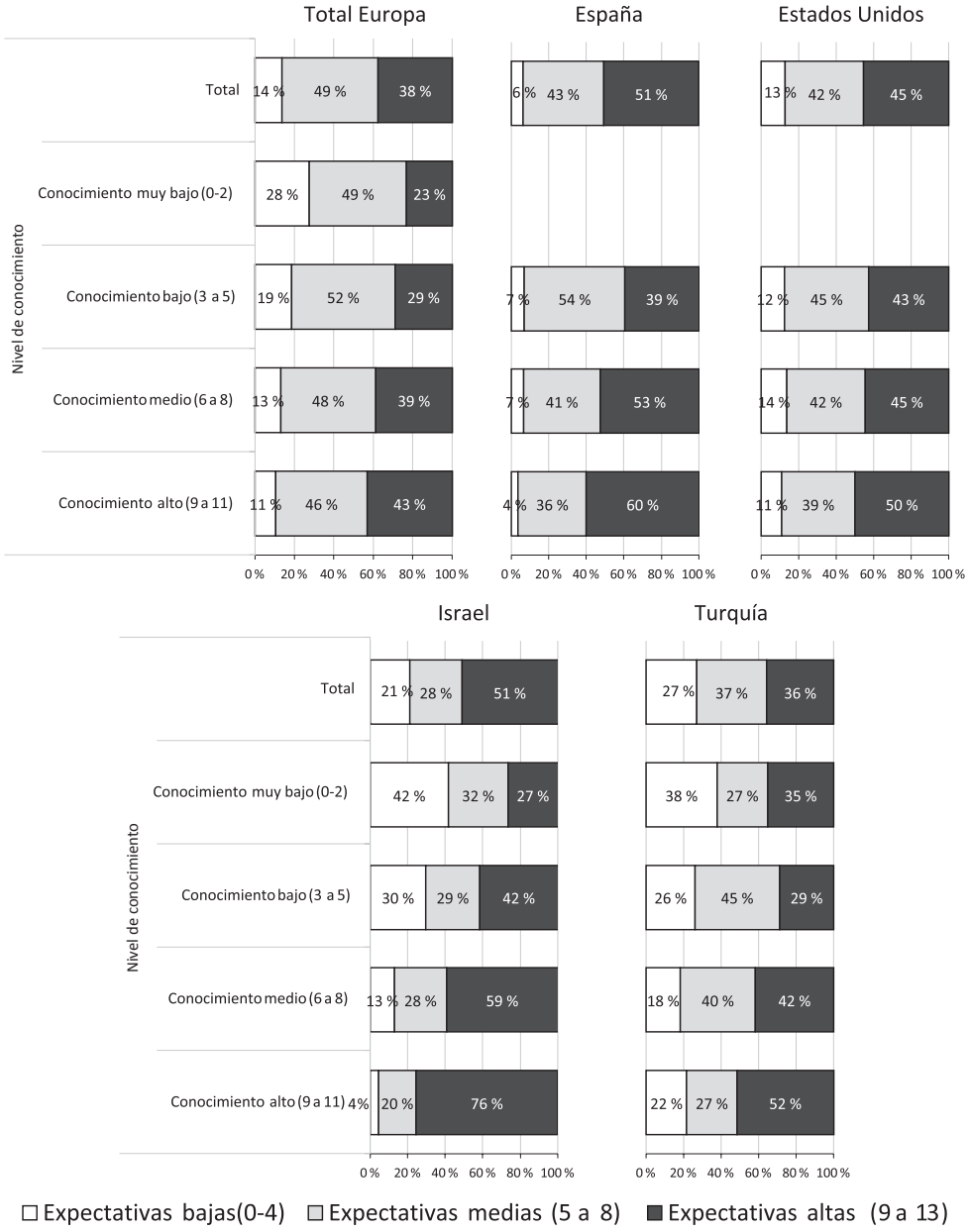
GRÁFICO 93.12b. *Indicador agregado de los efectos esperados de las tecnologías y aplicaciones según variables sociodemográficas*



Nota: Segmentación según cantidad de aplicaciones que creen que mejorará nuestra vida en los próximos años.

Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.12c. *Indicador agregado de los efectos esperados de las aplicaciones científicas y tecnológicas en la «mejora de la vida» según nivel de conocimiento*



Nota: Segmentación según cantidad de aplicaciones que creen que mejorará nuestra vida en los próximos años.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

93.4.5. Percepciones de la relación entre ciencia y religión

Un aspecto relevante de la cultura científica de la sociedad es la percepción pública de las relaciones entre ciencia y religión. La inconmensurabilidad entre la narrativa religiosa –que describe la creación del universo y de la humanidad como obra de la voluntad de un ser espiritual supremo, según lo relatado en el *Génesis*– y las explicaciones científicas minimalistas de ambos procesos, ha sido históricamente motivo de colisión entre el aparato institucional de las religiones monoteístas y destacadas figuras de las ciencias naturales y de la vida.

Durante la revolución científica del siglo XVII, el choque de interpretaciones estuvo estrechamente vinculado –y en ocasiones subordinado– al empeño de la Iglesia por reafirmar su autoridad y legitimidad frente a los poderes seculares y la sociedad en general. La figura de Galileo simboliza de manera emblemática este conflicto cultural e institucional, aunque otros científicos, como Vesalio, figura fundacional de la anatomía moderna, también sufrieron críticas y sanciones de diversa severidad por parte de otras fuerzas tradicionalistas. En el siglo XIX, el debate alcanzó su punto álgido con la teoría evolucionista de Charles Darwin, convirtiéndose en el exponente más destacado de la controversia entre la narrativa religiosa y la teoría científica. Este conflicto ha perdurado en la cultura y la política hasta comienzos del siglo XX, evidenciado en hitos como el Juicio de Scopes en Tennessee, conocido popularmente como el «Juicio del mono» (Larson, 2006). Incluso en la actualidad, en algunas sociedades –especialmente en Estados Unidos– el «creacionismo», en sus diversas formulaciones, se presenta como alternativa al evolucionismo, reclamando legalmente la asignación de «tiempos iguales de enseñanza» en las escuelas.

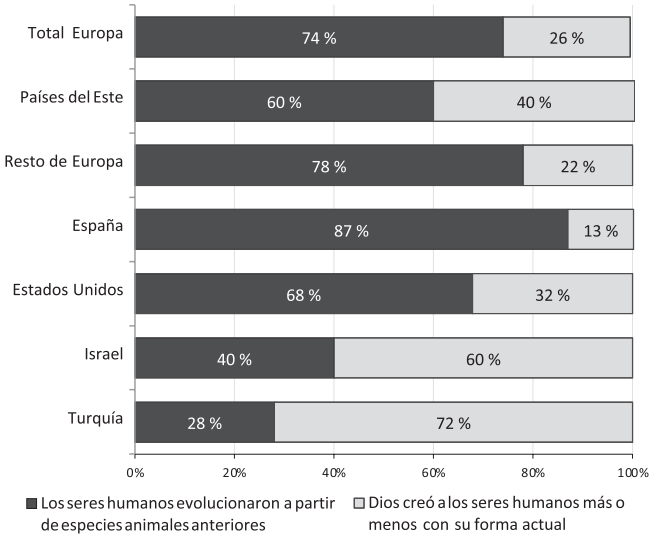
Aunque la historiografía reciente ha matizado en algunos casos y corregido en otros las interpretaciones tradicionales del conflicto entre ciencia y religión –y de la relación entre la comunidad científica y la Iglesia–, cuestionando gran parte de las conclusiones de la influyente obra clásica de Andrew Dickson White, *History of the Warfare of Science with Theology in Christendom* (1896), y de coloridos retratos como el de Bertolt Brecht acerca de Galileo en su obra teatral *Galileo Galilei* (Numbers, 2008), la tensión persiste en Estados Unidos y en algunos países donde la religión protestante ocupa una posición de máxima relevancia institucional. En la mayoría de las sociedades europeas, ampliamente secularizadas como resultado de los procesos de modernización, la ciencia y la religión operan en ámbitos diferenciados y ejercen influencias muy desiguales en los distintos grupos sociales.

En el estudio de cultura científica descrito en este capítulo se midió la percepción del público sobre las relaciones entre ciencia y religión a través de tres cuestiones: una pregunta general sobre la percepción de coexistencia de ambas sin problemas significativos; otra que indaga en el posible efecto erosivo de la ciencia sobre las creencias religiosas; y una tercera que explora el papel de la religión –además de la ética– en la imposición de límites a los avances científicos. Asimismo, se evaluó la colisión de narrativas acerca del origen o la evolución de los seres humanos mediante una pregunta directa, la cual permite estimar la influencia relativa de ambos enfoques para explicar la vida humana.

La influencia cultural de la narrativa religiosa en la visión sobre el origen de los seres humanos muestra perfiles muy diferenciados en las sociedades analizadas. Europa en su conjunto, se sitúa en un extremo, con un 74 % que se adhiere a la explicación científica de que «los seres humanos evolucionaron a partir de especies animales anteriores». En contraste, en Turquía casi el mismo porcentaje (72 %), seguida de Israel (60 %), cree que «Dios creó a los seres humanos más o menos con su forma actual». Estados Unidos se ubica en un espacio intermedio, donde casi un tercio (32 %) opta por la visión de matriz religiosa.

Dentro del espacio europeo se observa además una marcada diferenciación, especialmente entre los países de Europa del Este y el resto del continente, con un 40 % frente a un 22 % respectivamente optando por la visión religiosa acerca del origen de los humanos. España destaca por presentar una fuerte mayoría que se alinea con la explicación científica, alcanzando un 86 %, mientras que solo un 13 % se adhiere a la narrativa religiosa. Esta distribución se explica, en gran medida, por el intenso proceso de secularización y modernización experimentado desde el restablecimiento de la democracia y, en menor medida, por el débil énfasis que la Iglesia católica ha puesto, en comparación con algunas confesiones protestantes, en la interpretación literal del *Génesis*, enfocándose más en la dimensión moral que en la creencial de carácter abstracto (véase gráfico 93.13a). En todas las sociedades el nivel de religiosidad aparece asociado, como cabía esperar, a la visión del origen de los seres humanos, acogiéndose a la explicación científica en mayor

GRÁFICO 93.13a. *Origen y evolución de los seres humanos*



Nota: Porcentaje sobre casos válidos.
Pregunta: ¿Con cuál de estas dos frases está usted más de acuerdo?
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

medida quienes manifiestan una baja religiosidad. Las diferencias por religiosidad son mucho más marcadas en Estados Unidos, Israel y Turquía que en Europa en su conjunto y en España. Aparecen también diferencias en función de la autoubicación ideológica, optando por el evolucionismo en mayor medida quienes se sitúan en la izquierda y el centro (véase gráfico 93.13b).

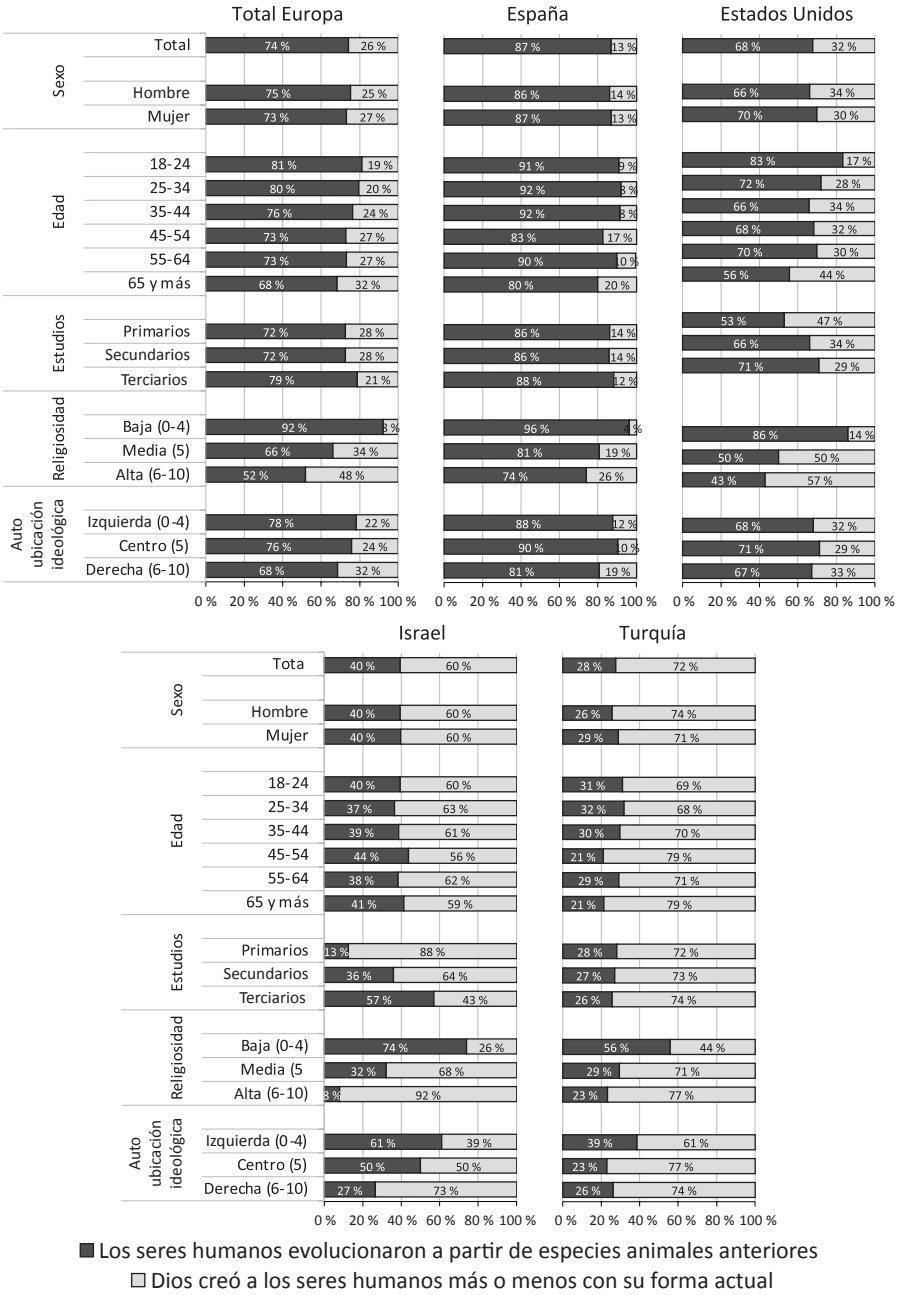
En todos los países examinados, excepto en Turquía, se observa una división respecto a la coexistencia sin problemas de la ciencia y la religión. De manera algo menos marcada, la población se divide acerca del papel de la ciencia en la destrucción de las creencias religiosas (véase gráfico 93.14). En España se evidencia un patrón similar al del conjunto europeo, aunque con ligeras desviaciones en ambas cuestiones: en cuanto a la coexistencia, España muestra una media de 5, frente a 5,3 en Europa; y respecto al supuesto efecto disolvente de la ciencia sobre las creencias religiosas, España alcanza una media de 4,4 y un 4,1 en Europa.

Por lo general, no se dan zonas de colisión moral directa entre la ciencia y la religión, ya que la ciencia opera bajo el principio del neutralismo axiológico y solo aborda de manera tangencial e indirecta criterios y normas de conducta en el ámbito moral, en marcado contraste con los credos religiosos, que poseen una orientación moral definida, acompañada de reglas para su observancia. Sin embargo, en el amplio campo de las ciencias de la vida surgen de tiempo en tiempo áreas y líneas de investigación en las que la dimensión valorativa de la ética y la religión adquiere especial relevancia. Entre estas cuestiones se incluyen la investigación con tejido fetal humano, la clonación de animales y, de forma más intensa, la hipotética clonación humana; la eugenesia y la intervención genética, tanto positiva (para ampliar o añadir rasgos, atributos y capacidades) como negativa (para eliminar genes asociados a enfermedades); la creación de embriones para la obtención de células madre en el contexto de la biología del desarrollo y la medicina regenerativa; la conservación de ecosistemas; el uso de animales en investigaciones con diversos fines; la inteligencia artificial y las neurotecnologías.

En las sociedades no secularizadas, las iglesias han desempeñado históricamente un papel central como guía y límite para la investigación científica y sus aplicaciones, señalando aquellas prácticas consideradas moralmente prohibidas. En contraste, en las sociedades secularizadas –especialmente desde finales del siglo xx– la ética ha cobrado una importancia creciente, tanto en la regulación externa de la ciencia como en la autorregulación de la comunidad científica. Este cambio se refleja en múltiples manifestaciones: una extensa y sofisticada literatura de ética aplicada, la creación de comisiones nacionales encargadas de elaborar informes sobre cuestiones potencialmente controvertidas, el establecimiento de comités de ética en centros de investigación y la incorporación de criterios éticos en la legislación que regula ámbitos en los que la ciencia desempeña un papel fundamental.

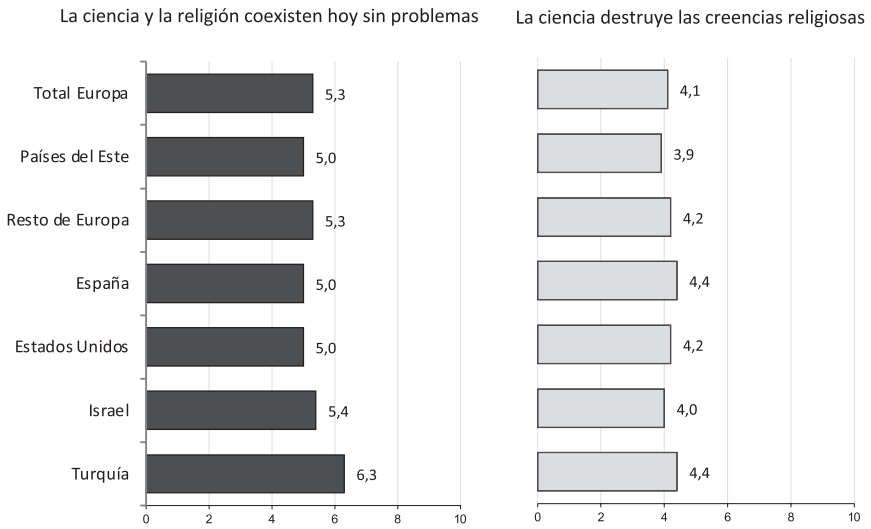
No todo lo que la ciencia y la tecnología hacen posible es necesariamente aceptable según los valores predominantes de una sociedad. En muchos casos, esto genera un dilema entre permitir el avance del conocimiento sin restricciones o establecer límites y condiciones para su desarrollo. En última

GRÁFICO 93.13b. *Origen de los seres humanos según variables*



Nota: Porcentaje sobre casos válidos.
Pregunta: ¿Con cuál de estas dos frases está usted más de acuerdo?
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.14. *La interacción entre ciencia y religión*



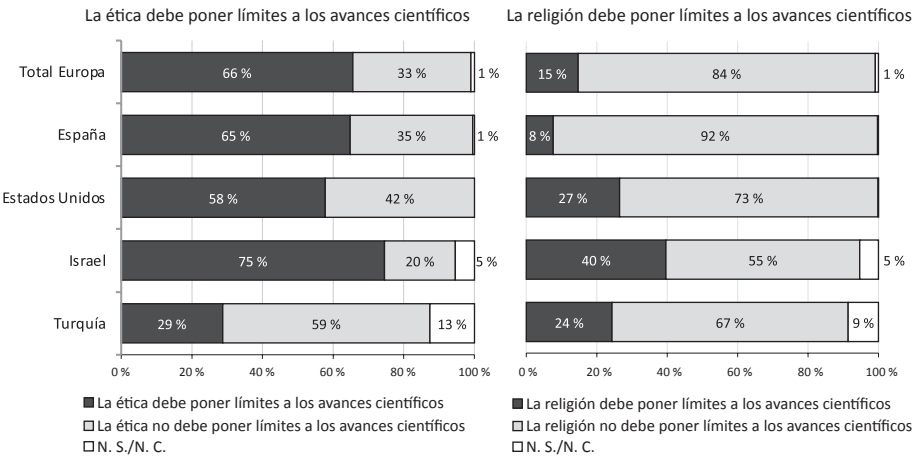
Pregunta: Quisiera que me dijera su grado de acuerdo o de desacuerdo con cada una de estas frases. Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 indica que está «completamente en desacuerdo» y 10 que está «completamente de acuerdo».
Nota: Porcentaje sobre casos válidos.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

instancia, las actitudes sociales respecto al papel de la religión y la ética en la práctica científica conforman el marco de referencia que deben considerar tanto los reguladores como la comunidad científica en su toma de decisiones.

En todos los países, salvo en Turquía, se observa una percepción mayoritaria de que la ética debe establecer límites a la investigación. Destaca Israel, donde el 75 % respalda esta posición, seguido de Europa y España con un 66 % y un 65 % respectivamente y, a distancia, Estados Unidos, con un 58 %. Por el contrario, amplias mayorías rechazan que dichos límites puedan derivarse de la religión. La excepción es Israel, donde un 40 % atribuye esa función a la religión, seguido por Estados Unidos con un 27 % y Turquía con un 24 %. España se alinea con Europa, aunque muestra el mayor nivel de rechazo a que la religión actúe como limitadora de los avances científicos, con un 92 %, frente a un 84 % en el conjunto europeo (véase gráfico 93.15).

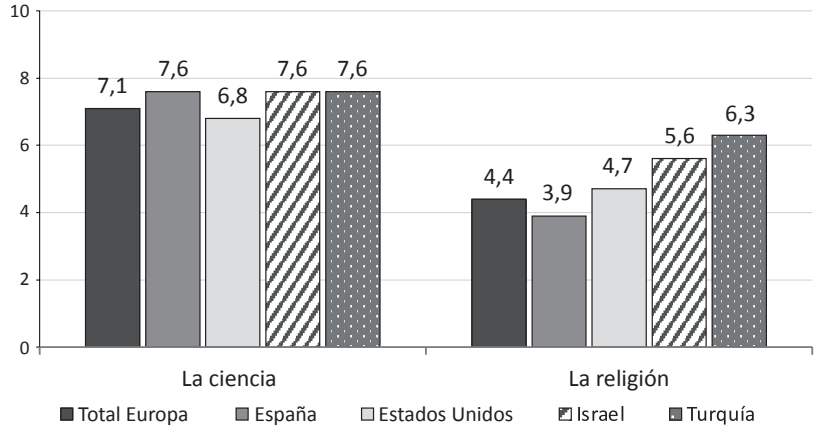
La ciencia y la religión ocupan múltiples espacios de la vida individual y colectiva, influyendo en las creencias, valores, actitudes y toma de decisiones. En las sociedades secularizadas se observa un crecimiento en extensión y profundidad de los ámbitos en los que opera la ciencia, mientras que se contraen aquellos en los que la religión actúa como referente. La confianza que la población deposita en ambas construcciones varía según el tipo de sociedad. En Turquía e Israel, tanto la ciencia como la religión obtienen niveles de confianza media-alta, con la ciencia recibiendo un

GRÁFICO 93.15. *Ciencia, religión y ética*



Pregunta: ¿Con cuál de estas dos frases está usted más de acuerdo?
Nota: Porcentaje sobre casos válidos.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

GRÁFICO 93.16. *Confianza en la ciencia y en la religión*



Pregunta: En general, en qué medida confía en cada una de las siguientes áreas de la vida contemporánea? Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa que «no tiene ninguna confianza» y 10 que «tiene muchísima confianza».
Nota: Porcentaje sobre casos válidos.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

mayor respaldo. En Estados Unidos, la confianza media en la religión es de 4,7, en tanto que la confianza en la ciencia alcanza un 6,8. En España, la confianza en la ciencia se sitúa por encima de la media europea, con un 7,6 frente a un 7,1, mientras que la confianza en la religión es

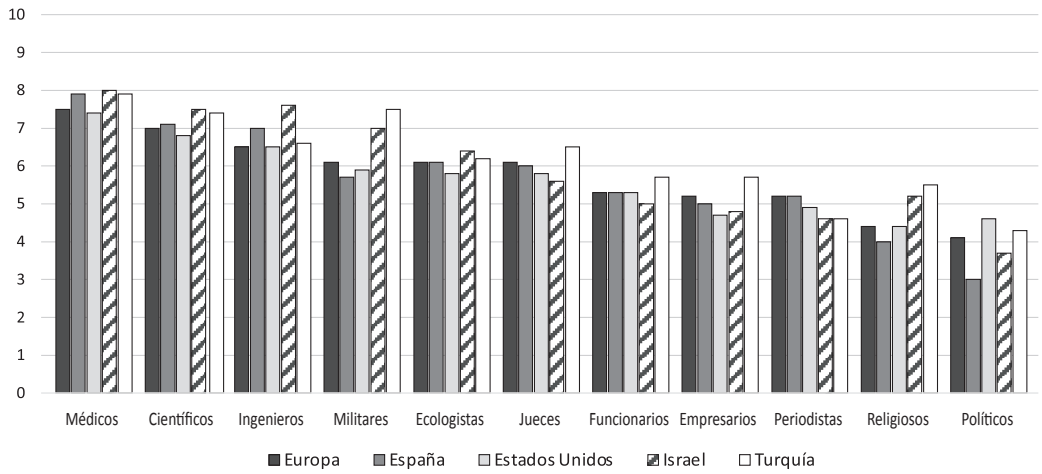
especialmente baja, con un 3,9 (el valor medio más bajo entre todas las sociedades analizadas), inferior al 4,4 registrado en Europa (véase gráfico 93.16). Este resultado está en línea con el marcado retroceso de la influencia cultural y normativa de la Iglesia católica en España observado en numerosas encuestas sobre diversos temas.

Las pautas de confianza que se observan en los abstractos «religión» y «ciencia» se replican en la confianza depositada en los respectivos grupos profesionales.

93.4.6. Confianza en los científicos y otros grupos profesionales

La confianza en la ciencia como construcción cognitiva y como herramienta tecnológica se corresponde con la alta apreciación y credibilidad de las profesiones marcadamente científicas. En este sentido, médicos, científicos e ingenieros conforman el clúster de profesionales en el que la confianza es mayor. En comparación con el conjunto europeo, España se sitúa ligeramente por encima en cuanto a estas profesiones, mientras que la confianza en los políticos es notablemente inferior, evidenciándose también una diferencia de casi cuatro puntos entre la confianza en la profesión médica y en la de los religiosos (véase gráfico 93.17).

GRÁFICO 93.17. *Confianza en la ciencia y en la religión*



Pregunta: En general, ¿en qué medida confía en cada uno de los siguientes grupos sociales y profesionales? Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa que «no tiene ninguna confianza» y 10 que «tiene muchísima confianza».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

93.4.7. Ciencia e identidad nacional

La ciencia posee una doble dimensión. La primera es de carácter global, como el lenguaje más universal y transcultural que existe, un bien público teóricamente accesible a todos, independientemente del grado de contribución de cada país a su desarrollo (aunque en la práctica la capacidad de aprovechamiento de este sea muy desigual en función del grado de participación en darle forma). La segunda, tiene una marcada dimensión nacional, especialmente desde el siglo XIX, constituyendo un elemento clave del poder, cultura e identidad de los países.

Esta identidad nacional se construye en torno a grandes narrativas y símbolos, algunos de cuyos elementos son personalidades científicas –algunas de ellas reconocidas con el Premio Nobel y otros galardones del mayor prestigio–, universidades y centros de investigación de referencia, capaces de atraer el mejor talento internacional y cuya marca simboliza la mejor educación superior e investigación. También se compone de áreas del conocimiento y avances trascendentales que, en alguna etapa, han estado especialmente vinculados a determinadas naciones.

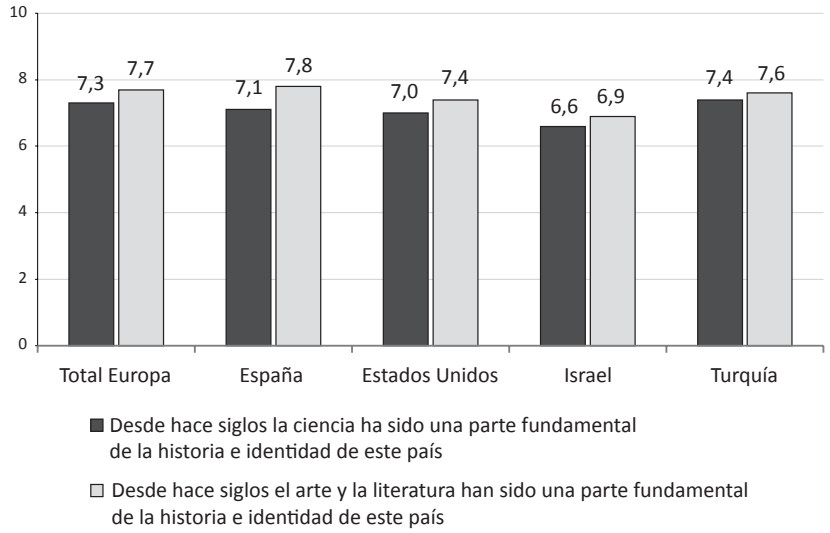
Un ejemplo ilustrativo del vínculo entre ciencia e identidad nacional es el caso de Francia y la física y tecnología atómica, etiquetado como la «radiación» de Francia, en referencia al papel decisivo de los científicos e ingenieros franceses en el campo de la física nuclear, la industria nuclear e incluso las armas atómicas del país, «irradiando» prestigio nacional y liderazgo internacional (Hecht, 1998).

En el caso de España, Santiago Ramón y Cajal concibió su aportación a la neurociencia moderna no solo como un legado para la comunidad científica internacional y la humanidad, sino también como una contribución a la nación española. En sus escritos de divulgación y autobiográficos, reflexionó repetidamente sobre la denominada «infecundidad científica española» y propuso diversas soluciones para superarla, entre ellas la creación de instituciones destinadas a la reconstrucción y fortalecimiento del sistema científico nacional (Ramón y Cajal, 2005, capítulos X y XI).

Entre los factores culturales que modelan la identidad nacional en la época contemporánea, además de la ciencia, destacan las artes y la literatura. El gráfico 93.16 muestra que en todas las sociedades analizadas, el arte y la literatura son percibidos como componentes de la historia e identidad nacional con una ligera ventaja sobre la ciencia, registrando valores medios similares en todos los países.

En Europa, el papel de la ciencia como elemento identitario alcanza un valor medio de 7,3 (en una escala de 0 a 10), mientras que el arte y la literatura obtienen un 7,7. En España esos valores medios son un 7,1 y un 7,8 respectivamente. La diferencia más pronunciada entre la contribución de estos dos componentes a la identidad nacional se observa precisamente en España, donde la distancia es de siete décimas (véase gráfico 93.18), sin que ello suponga un claro desequilibrio entre las «dos culturas».

GRÁFICO 93.18. *Papel de la ciencia en la historia e identidad nacional*



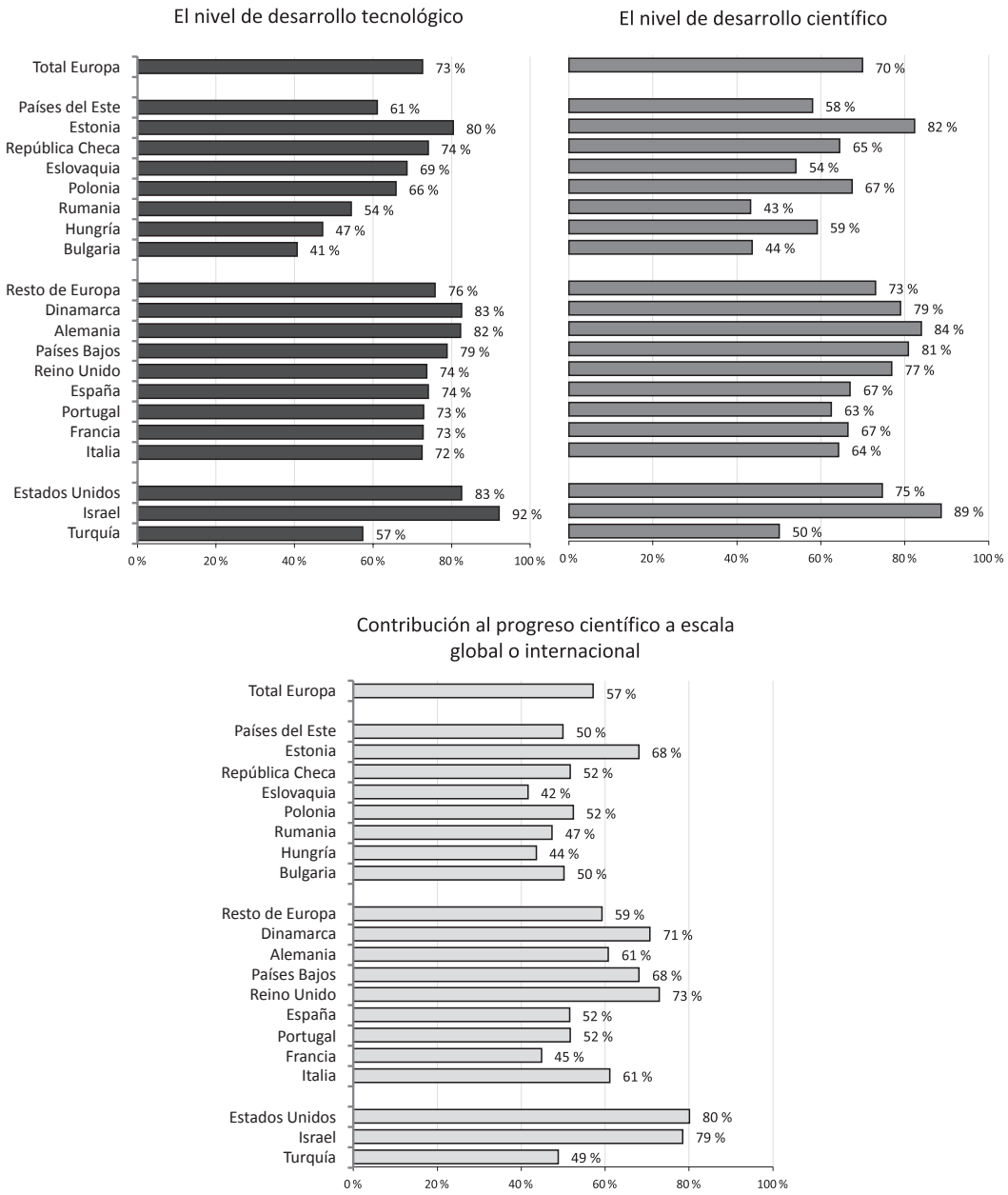
Pregunta: Quisiera que me dijera su grado de acuerdo o de desacuerdo con cada una de estas frases. Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 indica que está «completamente en desacuerdo» y 10 que está «completamente de acuerdo».
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

Otra faceta de las conexiones entre ciencia e identidad nacional es la percepción del nivel científico y tecnológico del respectivo país y su contribución al progreso del conocimiento a escala global. Destacan las valoraciones especialmente altas de los ciudadanos de Estados Unidos e Israel tanto sobre el desarrollo científico y tecnológico de sus respectivos países como sobre su aportación al avance global. En ambos casos, más del 75 % considera que su nivel y contribución son altos o muy altos. En España, la percepción del desarrollo científico y tecnológico alcanzado es notable, con un 67 % y un 74 % respectivamente, pero la valoración de la propia contribución al conocimiento global es significativamente menor, un 52 % (véase gráfico 93.19), una percepción que se corresponde solo parcialmente con los datos reales acerca de esa aportación y que tiene connotaciones de la irónica expresión atribuida a Unamuno, «que inventen ellos».

93.5. A modo de conclusión

La cultura científica, como la cultura política y otras, es un instrumento analítico de la ciencia social para integrar artificialmente, como ocurre en cualquier trabajo científico, una serie de elementos cognitivos, valorativos y actitudinales de la población, que pueden estar más o menos trabados en la consciencia de los individuos de un país y en la matriz de intangibles, símbolos y estructuras de la sociedad en un determinado periodo. Algunas culturas

GRÁFICO 93.19. *Valoración del nivel científico y tecnológico nacional y de la contribución al progreso científico*



Pregunta: ¿Cómo valoraría el nivel existente en (país), en cada uno de las cuestiones que voy a leerle a continuación?
Nota: Porcentaje que contesta muy alto + alto.
Fuente: Estudio internacional de cultura científica Fundación BBVA (2023).

son activadas de manera permanente por los correspondientes agentes. Tal es el caso de la cultura política, cuyos actores principales, en los periodos entre elecciones, intervienen diariamente en su modelado (partidos, parlamentos, gobiernos, agencias públicas, líderes), proyectando ideas, valores, objetivos y decisiones a la sociedad a través de instrumentos y canales propios y de los medios de comunicación generalistas, que les dedican espacio y atención preferente. Otras culturas como la religiosa se activan principalmente a través de rituales celebrados a intervalos regulares (diarios, semanales, en determinadas «festividades») en espacios dedicados a tal efecto, transmitiendo y reinterpretando el correspondiente *corpus* doctrinal o cultura explícita (ideas, creencias, normas de conducta).

La cultura científica reconstruida en estas páginas toma forma de una manera dual. El primer proceso es altamente formalizado y estructurado, desarrollado a través de la enseñanza reglada. La componente cognitiva de la «tarta» de la ciencia se divide en estratos de mayor o menor complejidad (ordenando esos estratos en cursos o módulos de complejidad ascendente: 1.º, 2.º, 3.º, …) y en secciones de radio variable (los distintos campos disciplinares, matemáticas, física, química, biología, …). Por lo general, la componente valorativa, actitudinal y simbólica de la ciencia no es objeto de atención explícita, sino resultado de las asociaciones implícitas que se forman a lo largo de la presentación y asimilación de los contenidos y método. Ese proceso de transmisión formal de la ciencia finaliza para la gran mayoría de la población de las sociedades avanzadas a los dieciséis o diecisiete años, salvo para el subconjunto que sigue estudios universitarios en alguna rama de la ciencia. Distintos indicadores muestran que la durabilidad y eficacia en la adquisición de estos conocimientos científicos por la población general es bastante limitada.

La segunda vía es más difusa, opera en ciclos más largos, a través de una combinación cambiante de mecanismos implícitos y explícitos. Predominantemente ocurre en el *background*, a través del conocimiento cristalizado en tecnologías, aplicaciones y procesos recorridos por la ciencia. La mayor parte de las tecnologías contemporáneas llevan empotradas conocimiento científico, y su uso en condiciones normales no precisa de la «activación» de conocimientos *know-what*, sino simplemente operacionales (en el caso más simple, apretando botones o haciendo *click* para el lanzamiento de aplicaciones y procesos en el espacio digital). Las experiencias, directas o vicarias, de su uso acaban por dar forma a la valencia (+, -) de las percepciones por el público de la correspondiente tecnología. A diferencia de esa vía indirecta e implícita de interaccionar con el conocimiento científico, en las últimas décadas han surgido numerosas formas de proyectar la ciencia al público general de manera explícita, «amigable» y, en algunos casos, interactiva, con estructuras distintas de las propias del aula. Junto al instrumento tradicional de los museos de ciencias de la naturaleza e instrumentación científica, que se remontan a los siglos XVII y XVIII, que experimentaron una fuerte expansión en el siglo siguiente y una transformación radical en la última parte del XX y en el presente, se ha producido una explosión de canales y formatos. Entre ellos, los documentales de ciencia, tecnología y naturaleza, secciones especializadas en los mejores medios de comunicación, sitios web dedicados de universidades,

centros de investigación y hospitales, conferencias, semanas de la ciencia, días de puertas abiertas, cafés científicos, exposiciones, obras de teatro de ciencia, buscadores en Internet (para localizar piezas específicas de información científica), tuits y charlas ofrecidas a través de YouTube y otros canales digitales, destacadamente las redes sociales. Otros muchos procesos, ni directa ni explícitamente relacionados con la ciencia, contribuyen a su «activación» o difusión social, como las políticas sobre medioambiente, salud, alimentación, transporte, seguridad y, más infrecuentemente, en este caso en conexión directa con la ciencia, las más remotas políticas de ciencia y tecnología. Las efemérides alrededor de figuras o avances científicos o tecnológicos y los grandes premios científicos, contribuyen también a la cultura científica. La experiencia personal con el sistema de salud «activa» elementos de la cultura científica, como se señaló anteriormente. El entorno del trabajo y el del consumo son otros espacios en los que el conocimiento científico está presente, implícita o explícitamente, en el primer caso a través de formación *ad hoc*.

En este espacio poco estructurado, fuera del sistema educativo formal, la ciencia compite por la atención y la distribución del uso del tiempo por parte de los individuos; se encuentra con otros agentes, en ocasiones opuestos a la ciencia e incluso a la racionalidad, y tiene que mezclarse con narrativas distintas, algunas convergentes o complementarias, otras contrarias (entre estas últimas el fenómeno del negacionismo hoy). Lo que llamamos cultura científica de una sociedad y periodo es el resultado no planificado de todos esos procesos formales e informales, que dejan su impronta en la historia, tradiciones y narrativas de cada país.

La cultura científica del público puede presentar distintos grados de vertebración o estructura, de alineamiento mayor o menor entre sus varios componentes y facetas.

Como se ha visto a lo largo de estas páginas, las percepciones, actitudes y expectativas ante la ciencia en España son claramente más favorables que las observadas en los países europeos. La población española percibe en mayor medida que las sociedades de nuestro entorno las facetas de la ciencia con valencia positiva y alberga menos reservas ante aquellas áreas o impactos potencialmente más problemáticos, resultando un perfil agregado en el que los aspectos y efectos positivos se sitúan casi veintidós puntos por encima de los negativos, frente a 18,5 en Europa. Existen altas expectativas, superiores también a las de Europa como conjunto, respecto a los desarrollos y aplicaciones de frontera. Un área como la ingeniería genética respecto a la que persisten actitudes ambivalentes en algunos países europeos es aceptada en España.

España valora la ciencia como motor del progreso material, con puntuaciones superiores a la media europea en la mayoría de los indicadores. En términos cognitivos, la ciencia es vista como el conocimiento más fiable y como herramienta clave para distinguir lo verdadero de lo falso. La confianza en la ciencia en España es alta, por encima de la media europea, mientras que la confianza en la religión es la más baja entre los países estudiados. Esta tendencia refleja la disminución de la influencia cultural y normativa de la Iglesia católica en la sociedad española. La confianza en las profesiones científicas es alta y se sitúa por encima

de la relativa a otros grupos profesionales, con los políticos en la posición de menor confianza. Esas predisposiciones nítidamente positivas conviven con una menor confianza, al igual que ocurre en las demás sociedades, en la capacidad de la ciencia para resolver problemas socioeconómicos como la pobreza (46 %), la desigualdad (42 %) y los conflictos bélicos (35 %). Hay que notar que tradicionalmente el conocimiento de las ciencias sociales (economía, sociología, ciencia política, ciencias jurídicas, psicología y otras) ha quedado fuera del perímetro del concepto convencional de «cultura científica» y de los esfuerzos de comunicación de sus contenidos a través de las secciones especializadas de los medios de comunicación, como consecuencia de una visión reduccionista de lo que constituye conocimiento científico. Las ciencias sociales no resuelven por sí mismas problemas sociales como los mencionados más arriba, como tampoco la biología solventa por sí misma los problemas de conservación de la naturaleza y la salud de los humanos, pero en ambos casos constituyen las mejores herramientas para enfocar su abordaje y resolución. El perímetro de la ciencia y su transformación en cultura científica está claramente necesitado de ampliación, superando estereotipos como la partición entre las llamadas «ciencias duras» (con la física como principal exponente de ellas) y las «ciencias blandas» (las ciencias sociales y, todavía en mayor medida, las disciplinas humanísticas).

Aunque el interés declarado por la ciencia es en España similar al promedio europeo, la percepción de estar informado sobre ella es menor. Asimismo, la ciencia tiene una menor presencia en las conversaciones cotidianas, situándose por debajo del promedio europeo. En términos de conocimiento científico medido a través de encuesta, España presenta un nivel medio comparable al de Europa y Estados Unidos, pero con una menor proporción de individuos en el segmento de alto conocimiento. Sin embargo, como se ha notado anteriormente, las actitudes ante la ciencia en España son marcadamente positivas, claramente por encima de los países de referencia, sin frenos ni obstáculos derivados de narrativas y creencias religiosas o tradicionales. Esas predisposiciones están apoyadas no tanto en la componente cognitiva, cuanto en el acelerado proceso de secularización y modernización de la sociedad española desde los años sesenta del siglo pasado (con el «desarrollismo») y muy especialmente desde la restauración de la democracia en 1975, la Constitución de 1978 y la entrada en la Unión Europea en 1986, la expansión del estado del bienestar, las mejoras en sanidad y, especialmente, en el acceso a la educación, y el desarrollo en un cortísimo periodo de una economía de servicios con un notable componente tecnológico.

El desarrollo de la componente cognitiva de la cultura científica en España está claramente necesitado de atención, especialmente vía políticas públicas en una serie de ámbitos y a través de un reforzamiento incentivado de la faceta de divulgación científica por parte de la comunidad investigadora y las instituciones científicas.

El reconocimiento de figuras científicas españolas presenta debilidades llamativas. Severo Ochoa y Santiago Ramón y Cajal son los científicos españoles más mencionados, aunque con porcentajes relativamente bajos, revelando la conveniencia de trabajar más en la comunicación a la sociedad de la ciencia hecha en España y de celebrar simbólicamente los logros de la propia comunidad

científica. La ciencia se considera un componente relevante de la identidad nacional, a no mucha distancia del arte y la literatura y la percepción del nivel de desarrollo científico y tecnológico alcanzado por España es positiva, pero la valoración de la contribución como país al conocimiento global es claramente menor, algo que, como se ha señalado ya, solo parcialmente se corresponde con la evidencia empírica. La historia de la ciencia y la ingeniería en España y su conexión internacional, recogida en una rica bibliografía como la producida por José Manuel Sánchez Ron (Sánchez, 1999, 2020), debería trasladarse a la enseñanza media y la universitaria, así como a iniciativas públicas y privadas de difusión a través de los medios de comunicación y el espacio digital.

Bibliografía

Agenda Pública (2025). Eloísa del Pino: «El más grave de los negacionismos científicos es el de los políticos». *Agenda Pública*. Disponible en: https://agendapublica.es/noticia/19706/eloisa-pino-mas-grave-negacionismos-cientificos-es-politicos, acceso 6 de agosto de 2025.

Ajzen, Icek (1993). Attitude Theory and the Attitude-Behavior Relation. En: Krebs, Dagmar y Schmidt, Peter (eds.). *New directions in attitude measurement* (pp. 41-57).

Albarracín, Dolores; Albarracín, Julia; Sally Chan, Man-pui y Hall Jamieson, Kathleen (2022). *Creating Conspiracy Beliefs*. Cambridge: Cambridge University Press.

Allum, Nick; Sturgis, Patrick; Tabourazi, Dimitra y Brunton-Smith, Ian (2008). «Science knowledge and attitudes across cultures: a meta-analysis». *Public Understanding of Science*, 17, pp. 35-54.

Almond, Gabriel A. y Verba, Sydney (1989). *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Newbury Park: Sage.

Baggini, Julian (2017). *A Short History of the Truth*. London: Quercus.

Bauer, Martin; Durant, John y Evans, Geoffrey (1994). «European Public Perceptions of Science». *International Journal of Public Opinion Research*, 6(2), pp. 163-186.

Bauer, Martin W.; Petkowa, Kristina y Boyadjieva, Pepka (2000). «Public Knowledge of and Attitudes to Science: Alternative Measures That May End the "Science War"». *Science, Technology, & Human Values*, 25(1), pp. 30-51.

Bauer, Martin W. y Gaskell, George (eds.) (2002). *Biotechnology. The Making of a Global Controversy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bauer, Martin W.; Shukla, Rajesh y Allum, Nick (eds.) (2012). *The Culture of Science. How the Public Relates to Science Across the Globe*. New York-London: Routledge.

Birnbacher, Dieter (2014). *Naturalness. Is The «Natural» Preferable to the «Artificial»?* Lanham-Boulder-New York: University Press of America.

Blanpied, William A. (1976). Introduction. En: Holton, Gerald y Blanpied, William A. (eds.). *Science and Its Public: The Changing Relationship* (pp. XIII-XXV). Dordrecht-Boston: D. Reidel Publishing Company.

Davis, Robert C. (1958). *The Public Impact of Science in the Mass Media*. Michigan: Survey Research Center, Institute for Social Research.

Dierkes, Meinolf y Grote, Claudia von (eds.) (2000). *Between Understanding and Trust. The Public, Science and Technology*. Amsterdam: Harwood Academic Publishers.

Durant, John; Evans, Geoffrey y Thomas, Geoffrey (1989). «The Public Understanding of Science». *Nature,* 340, pp. 11-14.

Durant, John; Evans, Geoffrey y Thomas, Geoffrey (1992). «Public understanding of science in Britain: the role of medicine in the popular representation of science». *Public Understanding of Science*, 1, pp. 161-182.

Ellul, Jacques (1964). *The Technological Society*. New York: Vintage Books.

Evans, Geoffrey y Durant, John (1989). Understanding of Science in Britain and the USA. En: R. Jowell, S. Witherspoon y L. Brook (eds.). *British Social Attitudes: Special International Report* (pp. 105-119). Aldershot: Gower Publishing.

Evans, Geoffrey y Durant, John (1995). «The relationship between knowledge and attitudes in the public understanding of science in Britain». *Public Understanding of Science*, 4, pp. 57-74.

Frankfurt, Harry G. (2006). *On Truth*. New York: Alfred A. Knopf.

Gaskell, George *et al*. (1997). «Europe ambivalent on biotechnology». *Nature*, 387, pp. 845-847.

Hobsbawm, Eric (1994). *The Age of Extremes. A History of the World, 1914-1991*. New York: Pantheon Books.

Holton, Gerald (1995). What Place for Science in Our Culture at the «End of the Modern Era». En: Holton, Gerald. *Einstein, History, and Other Passions: The Rebellion Against Science at the End of the Twentieth Century* (pp. 91-125). Woodbury, NY: American Institute of Physics.

Holton, Gerald y Blanpied, William (eds.) (1976). *Science and Its Public: The Changing Relationship*. Dordrecht-Holland/Boston-USA: Reidel.

Hostiuc, Sorin (ed.) (2023). *Clinical Ethics at the Crossroads of Genetic Reproductive Technologies*. London: Elsevier-Academic Press. (2.ª ed.).

Hugues, Thomas P. (2004). *American Genesis. A Century of Invention and Technological Enthusiasm, 1870-1970*. Chicago-London: The University of Chicago Press. (2.ª ed.).

Inglehart, Ronald (1977). *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.

Inglehart, Ronald (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.

Inglehart, Ronald (1997). *Modernization and Postmodernization*. Princeton: Princeton University Press.

Inkeles, Alex (1982). *Exploring Individual Modernity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Inkeles, Alex y Smith, David H. (1974). *Becoming Modern. Individual Change in Six Developing Countries*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Jowell, Roger; Brook, Lindsay y Witherspoon, Sharon (1989). *British Social Attitudes. Special International Report*. Oxford: Gower.

Krebs, Dagmar y Schmidt, Peter (eds.) (1993). *New Directions in Attitude Measurement*. Berlin-New York: Walter de Gruyter.

Kroeber, Alfred L. y Kluckhohn, Clyde (1963). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. New York: Random House.

Laetsch, W. M. (1987). A basis for better public understanding of science. En: *Communicating Science to the Public* (pp. 1-7). Chichester-New York.

Larson, Edward J. (2006). *Summer for the Gods. The Scopes Trial and America's Continuing Debate Over Science and Religion*. New York: Basic Books.

Marx, Leo (1988). The Neo-Romantic Critique of Science. En: Marx, Leo. *The Pilot and the Passenger* (pp. 160-178). New York-Oxford: Oxford University Press.

McCurdy, Howard E. (1997). *Space and the American Imagination*. Washington-London: Smithsonian Institution Press.

McIntyre, Lee (2018). *Post-Truth*. Cambridge, MA: MIT Press.

Meadows, Donella H.; Meadows, Dennis L.; Randers, Jorgen y Behrens, William W. (1974). *The Limits to Growth. A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Signed-New American Library. (2.ª ed.).

Miller, Jon D. (1983a). *The American People and Science Policy*. New York: Pergamon.

Miller, Jon D. (1983b). «Scientific Literacy: A Conceptual and Empirical Review». *Daedalus*, 112(2), pp. 29-48.

Miller, Jon D.; Suchner, Robert W. y Voelker, Alan V. (1980). *Citizenship in an Age of Science*. New York: Pergamon.

Miller, Jon D.; Pardo, Rafael y Niwa, Fujio (1997). *Public Perceptions of Science and Technology: A Comparative Study of the European Union, the United States, Japan, and Canada*. Madrid-Chicago: Fundación BBV-Chicago Academy of Sciences.

Miller, Jon D. y Pardo, Rafael (2000). Civic Scientific Literacy and Attitudes to Science and Technology. A Comparative Analysis of the European Union, the United States and Canada. En: Dierkes, Meinolf y Grote, Claudia von (eds.). *Between Understanding and Trust. The Public, Science, and Technology* (pp. 81-130).

Mooney, Chris (2005). *The Republican War on Science*. New York: Basic Books.

Nelkin, Dorothy (1992). *Controversy. Politics of Technical Decisions*. Newbury Park: Sage. (3.ª ed.)

Numbers, Ronald L. (ed.) (2008). *Galileo goes to Jail and Other Myths about Science and Religion*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Pardo, Rafael (2003). Attitudes toward Embryo Experimentation in Europe. En: Solter, Davor; Beyleveld, Deryck; Friele, M. B.; Holowka, J.; Lilie, H.; Lovell-Badge, Robin; Martín, U. y Pardo, Rafael. *Embryo Research in Pluralistic Europe* (pp. 157-203).

Pardo, Rafael (2009). Public views and attitudes to pharming. En: Rehbinder, E.; Engelhard, M.; Hagen, K.; Jørgensen, R. B.; Pardo-Avellaneda, R.; Schnieke, A. y Thiele, F. (eds.). *Pharming* (pp. 121-178). Berlin-Heidegger: Springer.

Pardo, Rafael (2012). Worldviews, Frames, Trust and Perceptions of Stem Cells across Europe. En: Bauer, Martin W.; Shukla, Rajesh y Allum, Nick (eds.). *The Culture of Science. How the Public Relates to Science Across the Globe* (pp. 353-372). Routledge.

Pardo, Rafael (2023). The moral status of the embryo and its uses: Bioethics and social perceptions. En: Hostiuc, Sorin (ed.). *Clinical Ethics At the Crossroads of Genetic and Reproductive Technologies* (pp. 155-204).

Pardo, Rafael y Calvo, Félix (2004). «The cognitive dimension of public perceptions of science: methodological issues». *Public Understanding of Science,* 13, pp. 203-227.

Pardo, Rafael y Calvo, Félix (2006). «Mapping Perceptions of Science in End-of-Century Europe». *Science Communication*, 28(1), septiembre, pp. 3-46.

Pardo, Rafael; Engelhard, M.; Hagen, K.; Jørgensen, R.B.; Rehbinder, E.; Schnieke, A.; Szmulewicz, M. y Thiele, F. (2009). «The role of means and goals in technology acceptance». *EMBO Reports*, 10, pp. 1069-1075.

Pardo, Rafael y Hagen, Kristin (2016). Synthetic Biology: Public Perceptions of an Emergent Field. En: Engelhard, Margret (ed.). *Synthetic Biology Analysed* (pp. 217-170). Berlin-Heidegger: Springer.

Pinker, Steven (2021). *Rationality*. New York: Viking.

Ramón y Cajal, Santiago (2005). *Los tónicos de la voluntad*. Madrid: Gadir.

Rehbinder, Eckard; Rehbinder, Eckard; Engelhard, Margret; Hagen, Kristin; Jørgensen, R. B.; Pardo Avellaneda, Rafael; Schnieke, Angelika y Thiele, Felix (2009). *Pharming*. Berlin-Heidegger: Springer.

Reynolds, David (2000). *One World Divisible. A Global History Since 1945*. New York: W. W. Norton.

Russell, Bertrand (1952). *The Impact of Science on Society*. London-New York: Routledge.

Sacristán, Manuel (1983). *Sobre Marx y marxismo*. Barcelona: Icaria.

Sánchez Ron, José M. (1999). *Cincel, martillo y piedra: Historia de la ciencia en España (siglos XIX y XX)*. Madrid: Taurus.

Sánchez Ron, José M. (2020). *El país de los sueños perdidos: Historia de la ciencia en España*. Barcelona: Taurus.

Solter, Davor; Beyleveld, Deryck; Friele, M. B. y Holowka, J. (2003). *Embryo Research in Pluralistic Europe*. Berlin-Heidegger: Springer.

White, Andrew D. (2012). *History of the Warfare of Science with Theology in Christendom*. New York: Routledge.

Anexo

Nota 1. Ficha técnica de la encuesta

- Ámbito geográfico del estudio: Alemania, Bulgaria, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estonia, Francia, Hungría, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Estados Unidos, Israel y Turquía.
- Universo: en cada país, población general de dieciocho años y más.
- Método: encuesta telefónica administrada por ordenador. En Turquía e Israel, encuesta personal.
- Tamaño y distribución de la muestra: 1500 casos por país. Distribución muestral polietápica estratificada por la intersección de región (clasificación NUTS o equivalente)/tamaño de hábitat, con sorteo de unidades primarias a nivel de municipio y selección del individuo según cuotas de sexo y edad.
- Error de muestreo: el error muestral estimado con un nivel de confianza del 95 % y en el caso más desfavorable (p=q=0,5) es de +/-2,6 % para cada país.
- Fecha de realización del trabajo de campo: abril a julio de 2023.
- Ponderación: para los resultados del conjunto de países europeos incluidos se han ponderado los datos de cada país, según el peso poblacional de cada uno de ellos en el universo de los países europeos incluidos.
- El trabajo de campo ha sido coordinado y ejecutado por KANTAR PUBLIC (Verian). Sede en España: Madrid, calle Poeta Maragall, 23, 28020.
- El diseño del cuestionario y el análisis de los datos se han llevado a cabo por el Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Fundación BBVA bajo la dirección de Rafael Pardo, con la participación de Consuelo Perera, Mariana Szmulewicz.

94. Tendencias de evolución y futuro del papel de la ciencia en España

Ana Muñoz van den Eynde
Científica Titular de organismos públicos de Investigación y Responsable de la Unidad de Investigación en Ciencia, Tecnología y Sociedad del CIEMAT

94.1. Introducción

La ciencia es cada vez más importante, no solo para la prosperidad y desarrollo de los países, sino también como herramienta para que sus habitantes puedan gestionar su vida diaria de la mejor manera posible. Los avances en investigación científica, los desarrollos tecnológicos y los riesgos y desafíos éticos derivados de la práctica de la ciencia afectan al modo en que las personas reaccionan ante cuestiones relacionadas con la salud, sus decisiones como consumidoras, el uso de energía, el medioambiente o la adquisición de información, por mencionar algunas. Al mismo tiempo, hay una creciente pérdida de confianza en la ciencia, que se puede explicar teniendo en cuenta dos factores. Por un lado, el contexto social. Por otro, la propia crisis de la ciencia, que es, a su vez, resultado del contexto social.

Las personas somos extremadamente susceptibles a la influencia social y nos apoyamos en la información procedente de nuestro entorno para evaluar el clima de opinión y formar nuestras actitudes, que surgen a través de procesos de socialización en los que desempeñan un papel central las emociones, la identidad y las fuentes de información de las que nos nutrimos para identificar el clima de opinión. De acuerdo con los datos de la edición de 2022 de la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España, realizada bianualmente por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), el 71 % de la población de nuestro país se informa sobre ciencia y tecnología a través de Internet. Dentro de Internet, el medio más utilizado son las redes sociales, mencionadas por el 65 % de las personas entrevistadas que se informan por Internet. Es un porcentaje alto que, sin embargo, se ha reducido en los últimos años (se situó en el 76 % en 2018) (FECYT, 2023).

No se puede entender el contexto actual sin hacer referencia a las redes sociales. Cuando se creó Internet en los años noventa se concibió como una manera de democratizar el acceso a la información, que estaba bajo el control de una élite que decidía qué se daba a conocer y qué no. No obstante, como ocurre con cualquier desarrollo científico o tecnológico, una cosa es el propósito con que se crea y otra distinta el uso que se le acaba dando. En el caso de Internet, todo empezó a cambiar cuando se identificó el enorme

potencial de negocio que ofrece. No es raro, pues, que desde la Psicología se ha identificado el impacto que tiene sobre el comportamiento de las personas la simple activación, incluso por debajo del nivel de consciencia (el efecto *priming*) de la idea de dinero. En concreto, se ha encontrado que provoca una orientación autosuficiente en la que las personas prefieren no depender de nadie, disminuye la disposición a ayudar a los demás y genera la tendencia a poner más distancia física con otras personas. Es decir, el dinero potencia el individualismo y debilita nuestra conducta social, un elemento clave en nuestra evolución.

Es ampliamente reconocido el papel que están desempeñando las redes sociales en la extensión de la polarización afectiva, que determina cada vez más cómo nos relacionamos unos con otros y que, en un contexto tan interconectado como el presente, se generaliza a nivel mundial. Los conflictos son parte inherente de las sociedades. Pero, en las sociedades estables y cohesionadas, los conflictos son plurales y se equilibran entre sí; la gente difiere en sus opiniones sobre una cuestión, pero está de acuerdo en sus opiniones sobre otra. Sin embargo, en las sociedades polarizadas se observa un debilitamiento de este pegamento cohesivo, pues todos los problemas y conflictos (sociales, económicos, geográficos e ideológicos) se alinean en una dicotomización en la que la gente tiene una identificación fuerte con un grupo, del que se piensa en términos de «nosotros», en oposición a un «ellos» que también se percibe de manera homogénea.

Hay factores psicológicos que contribuyen al éxito de la estrategia polarizadora. De acuerdo con el Psicólogo Aaron Beck, las personas elaboramos esquemas cognitivos que utilizamos de manera estable para comprender e interpretar la realidad. Las distorsiones cognitivas son errores en el procesamiento de la información que nos llevan a cometer sesgos al interpretar esa realidad y afectan a nuestra salud mental. Al margen de sus bases biológicas, nuestro comportamiento se ve influido por el contexto social y, como resultado de nuestra sintonía hacia los otros, hay una forma común de procesar la información, una cognición social.

Dado que hay una forma común de procesar la información, se puede poner a la sociedad en la consulta de la psicóloga y considerar que los problemas sociales actuales reflejan problemas de salud mental social resultado, entre otras cosas, de una cognición socialmente compartida que resulta perjudicial. Así, las distorsiones cognitivas propuestas por Beck ayudan a explicar nuestra mala salud social. La abstracción selectiva es la tendencia a prestar atención a un solo aspecto o detalle de la realidad, por eso, solo vemos lo que queremos ver. El pensamiento dicotómico hace referencia a la tendencia a valorar los acontecimientos de forma polarizada, por eso, la realidad social se percibe y describe en blancos y negros, de modo que se olvidan los matices de gris. La sobregeneralización nos lleva a extraer una conclusión general de un hecho particular. Ambas cuestiones son clave para explicar el auge de la polarización. La magnificación y minimización hacen referencia a la tendencia a exagerar lo negativo y a minimizar lo positivo y contribuyen a explicar la ansiedad que se está convirtiendo en un rasgo de nuestra sociedad. La inferencia arbitraria nos lleva a sacar conclusiones que no están

apoyadas por los hechos y es un elemento central en la desinformación. La personalización es la tendencia a relacionar eventos externos con uno mismo cuando no hay evidencia para hacerlo y es una de las claves para comprender la necesidad visceral de preservar nuestra propia identidad.

Los medios de comunicación (incluidas las redes sociales) son empresas y, por tanto, están sujetos a las presiones del mercado. Una parte sustancial del público consume medios que comparten sus predisposiciones políticas y, por tanto, si la polarización afectiva es una estrategia de segmentación viable, los medios de comunicación orientarán cada vez más sus noticias hacia consumidores con inclinaciones políticas específicas.

Qué información se da y cómo se elabora contribuye a que las personas desarrollen diferentes impresiones sobre lo que ocurre en el mundo que les rodea. Una práctica cultural en la que los medios de comunicación influyen en el comportamiento de los consumidores puede generar cambios sociales. Esto se convierte en un problema cuando los medios de comunicación están cada vez más en manos de menos individuos o empresas matrices. Al final, hemos vuelto al punto de partida previo al desarrollo de Internet.

En este contexto, hay una pérdida de confianza en las instituciones que también afecta a la ciencia. El rechazo a ciertas aplicaciones o desarrollos científicos no es algo nuevo, tradicionalmente, ha formado parte de la relación de la sociedad con la ciencia. Lo que hace que la situación actual sea especialmente preocupante es que en el contexto actual se ha pasado a negar la relevancia de la evidencia científica. La ciencia florece en los periodos de fortaleza democrática como consecuencia de la evolución económica y social. Por el contrario, la desconfianza y negación de la evidencia científica son mayores en los contextos sociales en los que las personas sienten amenazados sus valores, su identidad o sus intereses. En un contexto de polarización afectiva en el que la ciencia se convierte también en objeto de controversia, la población está expuesta a mensajes científicos disonantes que generan una brecha de confianza en ella. Como resultado, se reduce la capacidad de la comunidad científica y otras instituciones asociadas para comunicar de forma adecuada la ciencia, también para defenderla de los ataques.

No podemos olvidar tampoco que la ciencia está inmersa en su propia crisis institucional. Una crisis que tiene su origen en las transformaciones que han experimentado la ciencia, la sociedad y el papel que la primera desempeña en la segunda y, sobre todo, en los cambios en el sistema de recompensa de quienes se dedican a ella. En este nuevo sistema, la valía profesional se establece, principalmente, a través de métricas objetivas basadas en la publicación de los resultados de la investigación, lo que pone en peligro los acuerdos informales de control de calidad de la ciencia y contribuye a la degeneración y corrupción de la práctica científica. Además, la institución está focalizada en legitimarse y muestra poca capacidad para reconocer los problemas que la acechan.

Por último, tradicionalmente, se ha tendido a considerar la ciencia como una institución al margen de la sociedad, centrada en proporcionar conocimiento, pero sin tomar partido en los debates sociales. Esta manera de

concebirla ha contribuido a que las personas la perciban como algo ajeno, una herramienta útil para otros (por ejemplo, los y las representantes políticos), pero que tiene poco que aportar a su vida cotidiana. Esta realidad parece estar cambiando algo. De nuevo, según los datos de la edición 2022 de la encuesta de FECYT, casi el 50 % de las personas encuestadas manifiesta su desacuerdo con la frase «No es importante saber de ciencia en mi día a día». Pero, al mismo tiempo, la mayoría (60,3 %) no está interesada en involucrarse personalmente en la toma de decisiones sobre cuestiones científicas (FECYT, 2023). En el lado de la ciencia, empieza a haber voces que apuntan a la necesidad de que quienes se dedican a ella se impliquen y tomen partido en las controversias sociales con base científica, como, por ejemplo, el cambio climático, y en la defensa de la ciencia.

Comprender el comportamiento social requiere entender la percepción que las personas tienen de su mundo. Por tanto, para comprender el comportamiento de la sociedad hacia la ciencia hace falta entender cómo la percibe en un contexto en el que dependemos y desconfiamos cada vez más de ella.

Este capítulo se divide en dos partes. En la primera, para proporcionar información sobre la evolución de la percepción social de la ciencia en España, nos centramos en explicar de dónde vienen las encuestas de percepción social de la ciencia y cuáles son las principales conclusiones de la que realiza bianualmente en nuestro país la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). En la segunda, para tratar de obtener información que nos ayude a pensar qué papel puede desempeñar en el futuro de nuestro país nos centramos en analizar cómo influyen la disposición hacia la ciencia y el contexto en tres tipos de actitudes: la actitud desconfiada, la actitud cientifista y la actitud preocupada. Para ello, analizamos en detalle una de estas encuestas, el Eurobarómetro Especial 516, titulado *European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology*, realizado en 2021.

94.2. Tendencias de evolución de la percepción social de la ciencia en España

94.2.1. Las encuestas de percepción social de la ciencia

La primera encuesta sobre percepción social de la ciencia se llevó a cabo en EE. UU. en un doble estudio realizado entre 1957 y 1958 por el Survey Research Center de la Universidad de Michigan, por encargo de la National Association of Science Writers (NASW), lo que ahora conocemos como divulgadores.

Ese primer estudio, que marcaría en gran medida todo el trabajo que se ha realizado después, incluyó medidas sobre los intereses, las actitudes y los conocimientos de las personas encuestadas mediante bloques de preguntas que hacían referencia a aspectos que siguen formando parte, de una manera u otra, de las encuestas de percepción social de la ciencia actuales: fuentes de información e interés, conocimiento científico, percepción de riesgos y

beneficios del desarrollo científico-tecnológico, imagen de las y los profesionales de la ciencia y de la profesión científica, atribución de confianza, preferencias de financiación, vocaciones científicas y preguntas de clasificación.

Tras este primer esfuerzo, en 1979, se empezaron a realizar en EE. UU. las Survey of Public Understanding of Science and Technology. Desde 2006, el Center for Science and Engeineering Statistics (NCSES), una división de la National Science Foundation (NSF) incorporó un módulo de ciencia y tecnología en la General Social Survey, lo que dio lugar a los Science and Engineering Indicators producidos periódicamente por la NSF (Laspra, 2016).

En Europa, con menos frecuencia y de manera no sistemática, la Comisión Europea ha promovido la realización de distintos *Special Eurobarometers* para medir los conocimientos, el interés y las actitudes hacia la ciencia de las y los europeos. El último se realizó en 2021. Es especial por dos motivos fundamentales. Por un lado, recuperó la medición del conocimiento científico después de años de haberlo dejado olvidado por planteamientos conceptuales que no viene al caso explicar para el propósito de este capítulo. Por otro, incluyó un conjunto muy interesante de preguntas que permiten analizar la influencia del contexto social en la percepción de la ciencia. Aunque el tamaño de la muestra es un poco escaso (mil personas), la combinación de los dos tipos de cuestiones (percepción de la ciencia y percepción del contexto social) lo hacen especialmente interesante para analizar la imagen social de la ciencia en España en el contexto en que nos encontramos. Por eso, la hemos seleccionado como fuente de datos.

Hay también infinidad de iniciativas a nivel nacional en diferentes países. En España, la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) realiza bianualmente la Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología desde 2002. La Fundación BBVA ha realizado en varias ocasiones el Estudio Internacional de Cultura Científica. El propio Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) ha realizado también algunas encuestas de percepción social de la ciencia; la última, muy recientemente, en 2023. Sin embargo, no proporcionan indicadores para medir la influencia del contexto, por eso, no se han utilizado para el estudio empírico.

94.2.2. Evolución en España

Para ver la evolución de la percepción de la ciencia en España la mejor opción es poner el foco en las encuestas realizadas por FECYT por ser las que se realizan de manera periódica desde 2002.

A lo largo de distintas ediciones se han ido haciendo análisis comparativos para ver tendencias y cambios. El último se realizó en 2022 (FECYT, 2022):

1) En el periodo entre 2002 y 2020, ha habido un aumento en el interés por la ciencia y la tecnología y la sensación de estar informado sobre estos temas. En 2004, el 6,6 % de las personas encuestadas mencionó espontáneamente la ciencia y la tecnología como tema por el que

sienten especial interés a la hora de informarse. El porcentaje ascendió hasta el 16 % en 2020. Por otro lado, cuando se pregunta por el grado de interés general, el valor medio (en una escala de 1 a 5) pasó del 2,87 en 2006 al 3,13 % en 2020.

2) Se han producido cambios importantes en el consumo de información científica, como el aumento en el uso de Internet (que es la primera fuente de información sobre ciencia desde 2012) o el descenso en el uso de la prensa escrita. Por lo que respecta a Internet, en 2004, la mencionó en primer lugar un 15,15 % de las personas encuestadas. En 2020, ese porcentaje ascendió al 40,7 %. Por otro lado, la prensa escrita alcanzó el máximo en 2006: el 20,7 % lo mencionó como primer medio para informarse. A partir de ese momento, ha ido cayendo hasta situarse en el 3,8 % en 2020. Si nos centramos en los medios para informarse a través de Internet, como ya se ha mencionado, los datos indican que las redes sociales son el medio preferido, seguido por los medios digitales generalistas (62,9 %) y las plataformas de vídeo (58 %). Este resultado muestra que los medios generalistas no han perdido apoyo, simplemente se ha cambiado el modo de acceder a ellos.
3) La valoración de los científicos y las científicas ha sido muy alta durante todo el periodo (la valoración media se sitúa en los cuatro puntos en una escala de 1 a 5). Sin embargo, en los últimos años ha empeorado la opinión sobre la profesión científica. En 2002, un 59 % de las personas encuestadas la consideraban atractiva para los jóvenes. A partir de ese momento, se produjo una ligera oscilación en ese porcentaje, con ciertas bajadas y subidas. En 2018, se volvió a alcanzar el máximo (59 %) y, en 2020, se produjo una brusca caída en la que se alcanzó el porcentaje mínimo (44 % de personas de acuerdo). El acuerdo con la afirmación de que tiene un alto reconocimiento social se situó en el 47,4 % en 2004 y, de nuevo, se produjo una brusca caída hasta alcanzar el mínimo del 26,6 % en 2020. En cambio, se ha mantenido bastante constante, con un porcentaje alto, en torno al 60 %, el acuerdo con la idea de que compensa personalmente.
4) Ha aumentado la percepción de que los beneficios de la ciencia y la tecnología son mayores que sus riesgos, aunque con algunos matices. Entre 2002 y 2006, el porcentaje de personas para las que los beneficios de la ciencia superan a los perjuicios estaba por debajo del 50 %. A partir de ese año, fue en aumento hasta alcanzar el 60,8 % en 2018. Sin embargo, ese porcentaje cayó hasta el 53,4 % en 2020.

Por mencionar algunos datos concretos, los resultados de la edición de 2022 indican lo siguiente (FECYT, 2023):

1) Continúa la tendencia alcista en el interés general por la ciencia (el promedio se sitúa en el 3,36 %) pero, en cambio, baja el interés informativo (la ciencia y la tecnología son mencionadas de manera espontánea por el 13,3 % de las personas encuestadas).
2) El 64,4 % considera que los beneficios de la ciencia superan a los perjuicios, por lo que se supera con creces la cifra de 2020 y se

alcanza un máximo. El panorama es distinto cuando se pone el foco en algunas aplicaciones tecnológicas. Los aerogeneradores son la única aplicación que se percibe claramente como beneficiosa (el 74,4 % considera que tiene muchos o bastantes beneficios) y la inteligencia artificial tiene un ligero balance positivo (la atribución de beneficios supera por poco margen a la atribución de perjuicios). La robotización del trabajo, la experimentación animal con fines médicos y el cultivo de plantas modificadas genéticamente tienen un ligero balance negativo. Por el contrario, la atribución de perjuicios supera claramente a la atribución de beneficios en el caso de la energía nuclear y el *fracking*.

3) Entre el 40 % y el 50 % de las personas entrevistadas está en desacuerdo con cuestiones que reflejan una actitud menos positiva hacia la ciencia: «A veces creo que ponemos demasiada fe en la Ciencia», «Nuestra sociedad pone demasiado énfasis en la Ciencia», «La gente confía en los científicos mucho más de lo que debería», «Me preocupa la cantidad de influencia que tienen los científicos en la sociedad», «La gente no se da cuenta de lo defectuosa que es realmente mucha investigación científica» y «Muchas teorías científicas están completamente equivocadas». Hay un par de cuestiones que es importante señalar, sin embargo. Por un lado, entre un 20 % y un 30 % de las personas entrevistadas están de acuerdo o totalmente de acuerdo con estas afirmaciones, porcentajes nada desdeñables. Por otro, tal y como se han enunciado, las frases no reflejan realmente una actitud negativa hacia la ciencia, por lo que los datos de FECYT no nos permiten medir adecuadamente la prevalencia del rechazo a la ciencia en nuestro país.
4) El 48,2 % está de acuerdo con que los conocimientos científicos son la mejor base para elaborar leyes y regulaciones. El 75 % está de acuerdo con la frase «Incluso si no aporta beneficios inmediatos, la investigación hace que avance el conocimiento, por lo que debería financiarse con dinero público». Al mismo tiempo, el 48,7 % está «bastante» o «muy de acuerdo» con la frase «Quienes pagan la investigación pueden influir en los científicos para que lleguen a las conclusiones que les convienen».
5) Más del 80 % de las personas encuestadas manifiestan un alto nivel de confianza en las vacunas y están de acuerdo en que son necesarias para proteger la salud de las personas y son útiles para prevenir las enfermedades para las que se han obtenido. Al mismo tiempo, en 2022, aumentó significativamente el número de personas que está de acuerdo en que las compañías farmacéuticas ocultan los peligros de las vacunas (30 %), se engaña a las personas sobre su eficacia (25 %) y seguridad (25 %) o se oculta el hecho de que vacunar a los niños y las niñas es dañino (14,5 %).
6) Por último, menos del 1 % de las personas encuestadas rechaza que haya cambio climático. Es alto el porcentaje de personas que considera que es un problema grave (el 78,5 % lo considera muy grave o bastante grave). No obstante, el porcentaje se ha reducido significativamente en comparación con 2020 (83,6 %).

Todo lo dicho hasta aquí muestra que la percepción social de la ciencia es poliédrica y depende de muchos factores. Uno fundamental es el tipo de ciencia del que se hable.

94.2.3. La percepción social de los distintos tipos de ciencia

Hay muchas formas de clasificar la ciencia. Apoyándonos en la propuesta de John Ziman (1998-2003), pero diferenciando por el tipo de producto al que se orientan (en lugar de centrarnos, como él, en el lugar en el que se producen), podemos identificar tres tipos. La ciencia epistémica busca obtener conocimiento. La gente tiende a poner el foco en sus aportaciones sociales y, por tanto, la imagen social de este tipo de ciencia es buena. La ciencia praxeológica se centra en proporcionar soluciones. Se valora a nivel individual, desde una aproximación individualista y, por tanto, la imagen asociada a ella es ambivalente: depende del tipo de solución que ofrezca, de cómo perciba la gente sus consecuencias o en qué medida consideran que les afecta. Por último, hay una ciencia instrumental, que se orienta a la obtención de beneficios, en especial, económicos. La imagen social de este tipo de ciencia es negativa, sobre todo, porque se piensa que es una ciencia orientada a beneficiar a otros. Y es la que sostiene el discurso del populismo relacionado con la ciencia (*science-related populism*), que se define así:

> […] proponemos conceptualizar el populismo relacionado con la ciencia como un conjunto de ideas que sugieren que existe un antagonismo cargado de moral entre un pueblo llano (supuestamente) virtuoso y una élite académica (supuestamente) poco virtuosa, y que este antagonismo se debe a que la élite reclama ilegítimamente y el pueblo exige legítimamente tanto la soberanía en la toma de decisiones relacionadas con la ciencia como la soberanía en la expresión de la verdad (Mede y Schäfer, 2020, p. 484).

Las encuestas de percepción social de la ciencia se centran en la ciencia epistémica y por eso la imagen que ofrecen es positiva. También incluyen algunas preguntas para medir las actitudes hacia la ciencia praxeológica y, como hemos señalado, los resultados ya no son tan positivos. Sin embargo, dejan fuera a la ciencia instrumental. La única pregunta que hace alguna referencia a esa cuestión es la que mide el grado de acuerdo/desacuerdo con la frase «Quienes pagan la investigación pueden influir en los científicos para que lleguen a las conclusiones que les convienen». Como hemos señalado, casi la mitad de las personas encuestadas está de acuerdo con ella. Creemos que esta percepción está relacionada con el hecho de que el discurso político sobre la ciencia pone el foco en su utilidad para proporcionar impacto y crecimiento económico, lo que activa y refuerza su imagen instrumental. La búsqueda sistemática del conocimiento ha sido sustituida por la búsqueda sistemática del beneficio económico. Poner el foco en la obtención de beneficios no es malo *per se*, pero hacerlo ha contribuido a generar desconfianza hacia la ciencia.

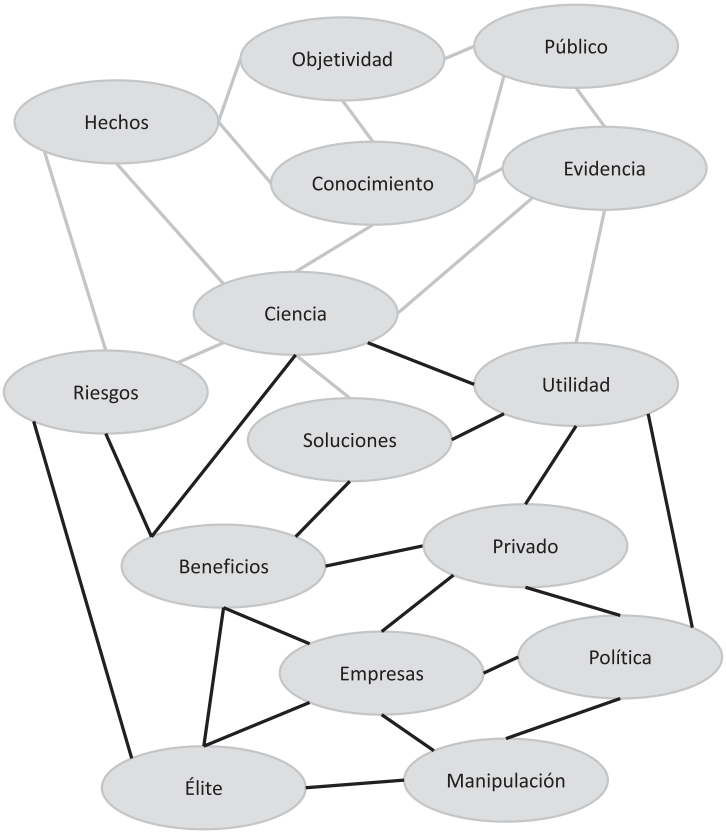
¿Cuál puede ser la razón? Al preguntar a la población española en qué medida asocian la ciencia con riesgo, aburrimiento, utilidad, seguridad, dificultad, desconfianza, beneficios, incertidumbre o conocimiento, encontramos que la gente la asocia fundamentalmente con conocimiento y utilidad (la media fue de 5,6 sobre un máximo de 6), seguido por beneficios (media de 5,4). Que la gente asocie la ciencia con utilidad en la misma medida en que la asocia con conocimiento tampoco es malo en sentido estricto, pero favorece la percepción de la ciencia como un instrumento en manos de unos pocos. La figura 94.1 nos ayuda a entenderlo. La mente es una red asociativa, en la que unos conceptos están relacionados con otros. Cuando un concepto se activa en la mente, esa activación va pasando a los conceptos adyacentes y se debilita hasta desaparecer. Poner el foco en la idea de utilidad o beneficio hace más probable la activación de conceptos relacionados con esas ideas (empresa, dinero, privado, élite, manipulación) que la de conceptos relacionados con la idea de conocimiento (hechos, evidencia, público u objetividad).

En el marco del proyecto «Estilos de pensar la ciencia: diagnóstico y prevalencia», financiado en la Convocatoria de ayudas para el fomento de la cultura científica y de la innovación 2020 de FECYT con referencia FCT-20-15709 se diseñó el Cuestionario LAIC (Lente conformada a partir de la Actitud y la Ideología hacia la Ciencia) (Muñoz, 2022). El núcleo del cuestionario mide la actitud hacia la ciencia a partir de cincuenta ítems diseñados específicamente para identificar los polos de la dimensión actitudinal (el rechazo de la ciencia y el cientifismo – creencia de que la ciencia y el método científico son la mejor o la única forma de comprender el mundo y la realidad). Para identificar los extremos actitudinales es necesario proporcionar frases extremas, de este modo, aumenta la capacidad de discriminación del instrumento. Además, este tipo de frases invita a una reacción visceral y genera respuestas inmediatas y poco reflexionadas, más relativas a los sentimientos que a la razón.

El trabajo de campo lo realizó la empresa IKERFEL durante el mes de mayo de 2022 a partir de un panel de consumidores. Se obtuvieron 2700 entrevistas válidas. Tras depurar el cuestionario se obtuvo una muestra con 2097 casos.

Los resultados obtenidos indican que el porcentaje de personas con actitudes extremas es bajo (la actitud cientificista está presente en el 3 % de la muestra; la actitud negacionista en el 2,8 %). Las actitudes se sitúan a lo largo del continuo definido por estos dos extremos. Sin embargo, el análisis permitió también identificar dos grupos de personas bien definidos. Uno de ellos, formado por el 47 %, muestra una actitud positiva hacia la ciencia considerada como bien público, pero en la que tiene mucho peso la actitud cientificista, que asume la infalibilidad de la ciencia. El otro, algo más numeroso (formado por el 53 %), no muestra una actitud negativa hacia la ciencia en sentido estricto, pero tampoco positiva, sobre todo porque se observa un menor acuerdo con la idea de la ciencia como bien público que se acompaña de una visión instrumental de la ciencia al servicio de la política y la economía que genera un profundo rechazo.

FIGURA 94.1. *La red asociativa de la ciencia*



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran también cómo el desconocimiento de la naturaleza de la ciencia (qué es y cómo se hace) hace que frases que reflejan algunas de sus características intrínsecas («La ciencia se equivoca» y «Las respuestas de la ciencia son provisionales») sean potentes indicadores de la actitud negativa hacia la ciencia.

Para recapitular, los resultados de los diferentes estudios mencionados en este apartado reflejan la complicada naturaleza de la relación de la sociedad con la ciencia, una relación que depende del tipo de ciencia. Las encuestas de percepción social se centran en la ciencia epistémica y, por tanto, ofrecen una imagen incompleta. Para comprenderla bien, necesitamos tener en cuenta una gran cantidad de factores. En la segunda parte de este capítulo, presentamos una primera aproximación sobre la información que se obtiene cuando se tiene en cuenta la influencia del contexto.

94.3. Futuro del papel de la ciencia en España

Para obtener información que nos permita responder a la segunda parte del título del capítulo nos vamos a centrar en tres elementos: las actitudes y la disposición hacia la ciencia y el contexto social en el que nos desenvolvemos.

94.3.1. Las actitudes hacia la ciencia

Las actitudes son un elemento central en las encuestas de percepción social de la ciencia. No obstante, el concepto de actitud muestra un alto grado de confusión y ambigüedad. A pesar de las dificultades y falta de acuerdo, existe bastante consenso en que su característica más determinante es la evaluación, por lo que se puede decir que tener una actitud implica evaluar un objeto o entidad en términos de aprobación o desaprobación (Eagly y Chaiken, 1993).

Por otro lado, las actitudes suelen referirse a objetos multifacéticos y es muy habitual que la actitud hacia una de las caras difiera de la actitud hacia otra. Esto es bastante evidente en relación con la ciencia. Como ya hemos señalado, la ciencia no es un concepto simple y unitario, por eso, la actitud hacia ella tampoco lo es. Analizar las actitudes hacia la ciencia requiere delimitarlas.

94.3.2. El contexto social

Como se ha dicho, las personas evalúan los objetos y, por tanto, definen sus actitudes, a partir de la información que obtienen de su entorno. Hay muchos factores del contexto social que pueden contribuir a explicar cómo percibe la ciencia la sociedad. Teniendo en cuenta cuáles son los que podemos operativizar a partir de los datos del Eurobarómetro, en esta parte del capítulo nos vamos a centrar en cuatro: la desigualdad, la indefensión política, la ansiedad y la personalización.

Las democracias han experimentado un aumento importante de los niveles de desigualdad de ingresos y un estancamiento de los salarios reales. La disminución del bienestar social está llevando a cada vez más personas a sentir que el sistema les está fallando y salen perdiendo. Esto genera insatisfacción con el *establishment* político, lo que a su vez explica el aumento de votos a partidos de extrema derecha en todo el mundo, pues ofrecen cambiar radicalmente el sistema. Para entender esta manera de reaccionar, debemos tener en cuenta la interacción entre las características individuales y el contexto social. La necesidad de caos es un modo de pensar que surge de la combinación de actitudes autoritarias y marginación social. Expresa el deseo de un nuevo comienzo mediante la destrucción del orden y las estructuras establecidas. Toda sociedad contiene radicales descontentos. Sin embargo, en la era de las redes sociales, estos individuos radicalizados tienen la posibilidad de encontrar a otros con ideas afines y compartir más fácilmente sus puntos de vista (Petersen, Osmundsen y Arceneaux, 2023).

La desigualdad es una consecuencia directa de la expansión del neoliberalismo. Uno de sus principales efectos ha sido el desplazamiento y la privatización de la esfera pública sometiéndola a las reglas del mercado. Esto ha dado lugar al desmantelamiento de los Estados de Bienestar, la privatización de los servicios públicos y, por tanto, al incremento de la desigualdad (Brown, 2006). Pero también está detrás de la pérdida de confianza en las instituciones. El mercado no solo no tiene en cuenta las preferencias de la ciudadanía, sino que tampoco le rinde cuentas (Olssen, 2018), lo que contribuye a generar en la población la sensación de que su voz no cuenta y, por tanto, fomenta un sentimiento de desconexión con las instituciones y representantes de la política (Wood, 2014). Esto recuerda la idea de la indefensión aprendida de Martin Seligman, una teoría para explicar la depresión, que tiene su origen en la sensación de que las personas no tienen control sobre lo que les ocurre. Tiene también un papel clave en la tendencia a la personalización, a utilizarnos a nosotros mismos y a nuestros deseos como marco de referencia. El neoliberalismo ha hecho que el discurso político y el discurso público se conviertan en el discurso del mercado y genera la pérdida de «espacio» de la idea de lo común en la mente de la población e incentiva el individualismo (Brown, 2006). Por otro lado, el discurso del neoliberalismo hace que solo sean importantes los beneficios económicos. Y ya hemos hablado del efecto psicológico del dinero en la introducción.

Por último, la idea de crisis forma parte insoslayable de nuestro contexto actual. No hay duda de que, en lo que llevamos de siglo, hemos pasado una grave crisis económica, una crisis de salud global y, antes de haber salido de ella, una crisis energética acompañada de una nueva crisis económica en un contexto bélico que se está extendiendo y agravando. Por otro lado, la realidad es tremendamente compleja, por lo que solo se puede aspirar a ser experto en un área concreta y limitada de los sistemas de conocimiento modernos, que, por tanto, son opacos para la mayoría. Hacer frente a aspectos, aparentemente triviales, de la vida cotidiana se vuelve difícil, las personas se sienten desamparadas, sin sensación de seguridad. Además, la falta de seguridad genera ansiedad y desconfianza (Giddens, 1991).

La presencia en los medios de comunicación de noticias sobre temas que denotan un problema social precede al aumento de la preocupación pública por esos temas, que es, a su vez, independiente de los indicadores sobre la prevalencia real de esos problemas (Rozado y Kaufmann, 2022). La información negativa es mucho más informativa en términos de supervivencia que la información positiva (nos lleva a alejarnos del peligro) y, por tanto, durante nuestra evolución se han seleccionado diferentes mecanismos que nos llevan a prestar especial atención a la información negativa. Es el efecto: «lo malo es más fuerte que lo bueno» (Baumeister *et al.*, 2001). Como resultado, las noticias que provocan sentimientos o emociones negativas aumentan la participación de los usuarios en las redes sociales. Esto parece haber generado un incentivo perverso para que los medios de comunicación utilicen terminología que denote extremismo político y así maximizar la participación y la difusión de sus contenidos informativos a través de las redes sociales (Rozado y Kaufmann, 2022). Este comportamiento se ha extendido al

comportamiento de los medios de comunicación tradicionales que, desde principios del presente siglo, están poniendo el énfasis, de manera creciente, en titulares que desencadenan emociones negativas (Rozado, Hughes y Halberstadt, 2022). El clima social al que ha dado lugar esta estrategia contribuye a explicar cómo valoran las personas su situación personal, la del país y su satisfacción con la vida.

94.3.3. La fuente de datos

El Eurobarómetro Especial 516, *European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology*, es el primero sobre ciencia y tecnología desde 2010. Es, además, el primero que vuelve a incluir preguntas sobre conocimiento (alfabetización científica) desde 2005.

La empresa KANTAR realizó el trabajo de campo en abril y mayo de 2021 por encargo de la Dirección General de Investigación e Innovación (Directorate-General for Research and Innovation) de la Comisión Europea. La encuesta fue coordinada por la Dirección General de Comunicación (DG COMM, Media Monitroing and Eurobarometer Unit).

Los eurobarómetros se suelen realizar mediante entrevistas personales. Debido al COVID-19 no fue posible hacer entrevistas cara a cara en todos los países y se utilizó una metodología mixta. Sin embargo, en España, se pudo realizar la recogida de datos utilizando este procedimiento.

No todas las personas respondieron a todas las preguntas. Si eliminamos a todas las personas que han dejado alguna pregunta sin responder, la muestra se reduce en exceso. Por lo tanto, ha habido variables, como la ideología política que, aunque pueden ser factores explicativos importantes, se han dejado fuera porque tenían cifras altas de «No sabe/No contesta».

Tras depurar los datos se ha obtenido una muestra final de setecientos veintiún casos.

94.3.4. Las variables para analizar

94.3.4.1. Variables dependientes: las actitudes

El cuestionario incluye veintisiete frases identificadas como mediciones de las actitudes. Al revisar el contenido, se han encontrado tres que miden cuestiones que pueden influir en las actitudes hacia la ciencia, pero no reflejan exactamente evaluaciones centradas en ella. Estas frases se han incorporado al análisis como variables independientes (explicativas). Hay otras dos que hacen referencia a los científicos, no a la ciencia. Por último, hay dos con enunciados algo diferentes que miden la misma actitud y que son valorados por la mitad de la muestra cada uno de ellos. El análisis se centró en las veinte frases restantes.

En un primer momento, se realizó un análisis factorial exploratorio para identificar las actitudes subyacentes. Se probó a identificar entre uno y cinco factores, pero los obtenidos no eran interpretables y no había un criterio claro para establecer el número adecuado de ellos. Por este motivo, en un segundo momento, se ha hecho una identificación de los ítems en función de su contenido y se ha puesto a prueba después, mediante un análisis factorial confirmatorio. Mediante este proceso, se han identificado tres tipos de actitud:

- Actitud desconfiada:
  - La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar la vida de todos, pero en la práctica mejoran, sobre todo, la vida de las personas que ya están mejor.
  - La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar las condiciones de vida de los países menos desarrollados, pero en la práctica mejoran, sobre todo, las de los países ricos.
  - La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar el medioambiente y luchar contra el cambio climático, pero, en la práctica, ayudan, sobre todo, a las empresas a ganar dinero.
- Actitud cientifista:
  - La ciencia y la tecnología pueden resolver cualquier problema.
  - No debería haber límites a lo que la ciencia puede investigar.
  - Gracias a los avances científicos y tecnológicos, los recursos de la Tierra serán inagotables.
- Actitud preocupada:
  - Las aplicaciones de la ciencia y la tecnología pueden amenazar los derechos humanos.
  - La ciencia hace que nuestro modo de vida cambie demasiado rápido.

94.3.4.2. Variables independientes: el contexto y la disposición hacia la ciencia

Para medir la percepción del contexto se han seleccionado los siguientes ítems:

- Indefensión política: ¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes frases? (Totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo).
  - Mi voz cuenta en la Unión Europea.
  - Mi voz cuenta en España.
  - La voz de España cuenta en Europa.
- Situación del país:
  - En España, las cosas van: (bien, mal).
- Situación personal:
  - Las cosas me van: (bien, mal).
- Conspiracionismo: ¿Las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas?
  - La cura del cáncer existe, pero se oculta al público por intereses comerciales.
  - Se han creado virus en laboratorios gubernamentales para controlar nuestra libertad.

- Dificultad para pagar facturas:
  - Durante los últimos doce meses, ¿diría que tuvo dificultades para pagar sus facturas a final de mes […]? Casi nunca/nunca, de vez en cuando, la mayoría de las veces.
- Satisfacción con la democracia:
  - En general, ¿está usted nada satisfecho, poco satisfecho, bastante satisfecho o muy satisfecho con el funcionamiento de la democracia en […]?:
    - España.
    - La Unión Europea.
- Satisfacción con la vida:
  - En general, ¿está usted nada satisfecho, poco satisfecho, bastante satisfecho o muy satisfecho con la vida que lleva?

Para medir la disposición hacia la ciencia, se han incluido las siguientes variables:

- Alfabetización científica: suma de las respuestas correctas a las siguientes preguntas:
  - Los primeros humanos vivieron, al mismo tiempo, que los dinosaurios.
  - Los continentes llevan millones de años moviéndose y seguirán haciéndolo en el futuro.
  - Los antibióticos matan virus y bacterias.
  - El oxígeno que respiramos procede de las plantas.
  - Los láseres funcionan enfocando ondas sonoras.
  - La población mundial supera, actualmente, los diez mil millones de habitantes.
  - Los métodos utilizados por las ciencias naturales y las ciencias sociales son igualmente científicos.
  - Los seres humanos, tal y como los conocemos hoy, se desarrollaron a partir de especies animales anteriores.
  - El cambio climático se debe, en su mayor parte, a ciclos naturales y no a actividades humanas.
- Interés por la ciencia:
  - En la vida cotidiana tenemos que tratar muchos temas diferentes, por los que nos sentimos más o menos interesados. En relación con los nuevos descubrimientos científicos y los desarrollos tecnológicos, indique si está: Nada interesado, moderadamente interesado, muy interesado.
- Capital de ciencia:
  - ¿Usted o algún miembro de su familia cercana (padres, hijos o hermanos) ha trabajado alguna vez en investigación, ciencia o desarrollo de tecnología innovadora? (no, sí).
- Ciencia-Determinante de estatus:
  - Los avances científicos y los desarrollos tecnológicos son uno de los factores más influyentes a la hora de determinar el estatus de un país o grupo de países en el mundo (no, sí).

- Autoeficacia relacionada con la ciencia:
  - La ciencia es tan complicada que no la entiendo muy bien (muy de acuerdo, algo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo en desacuerdo, muy en desacuerdo).
- Irrelevancia de la ciencia:
  - En mi día a día, no es importante saber de ciencia (muy de acuerdo, algo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo en desacuerdo, muy en desacuerdo).

Variables sociodemográficas:

- Edad (numérica).
- Nivel de estudios (once categorías).

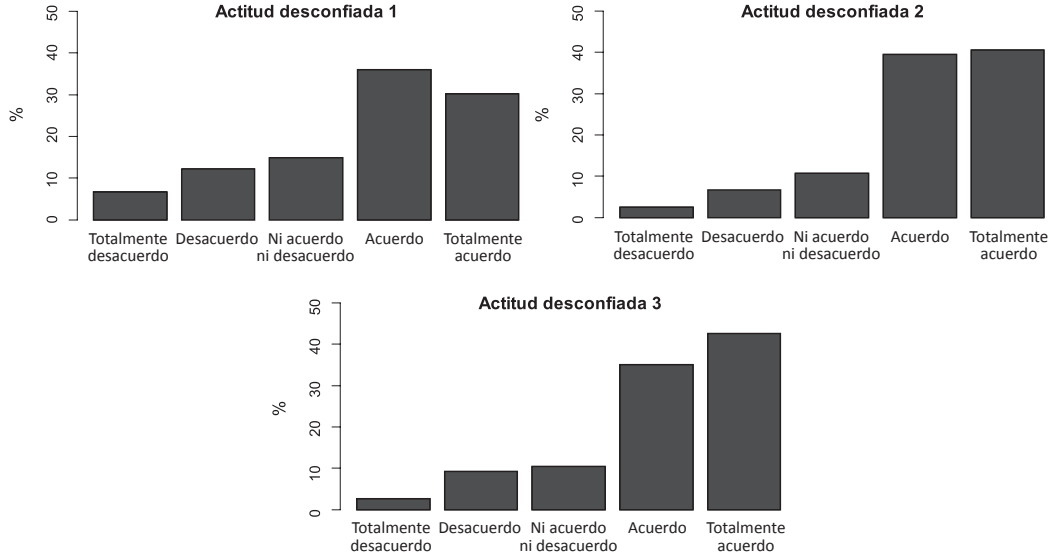
Para realizar los análisis se ha utilizado un gran número de variables, medidas con diferentes escalas. Nos ha parecido poco apropiado poner los estadísticos descriptivos de todas ellas en una tabla, así que hemos optado por incluir en su lugar los gráficos de barras con la distribución de respuestas por porcentajes para las variables cualitativas y los histogramas para las variables cuantitativas. Nos hemos limitado, además, a las variables que han contribuido significativamente a definir las actitudes. En los gráficos 94.1 a 94.3 se describen los ítems que definen las actitudes desconfiada, cientifista y preocupada. En los gráficos 94.4 a 94.6 se incluyen las variables que contribuyen a explicar estas actitudes.

El gráfico 94.1 muestra la alta prevalencia de la actitud desconfiada. En él, se observa que algo más del 65 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la frase «La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar la vida de todos, pero en la práctica mejoran, sobre todo, la vida de las personas que ya están mejor». Ese porcentaje se sitúa cerca del 80 % con la frase «La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar las condiciones de vida de los países menos desarrollados, pero en la práctica mejoran sobre todo las de los países ricos». Más del 75 % está de acuerdo con la frase «La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar el medioambiente y luchar contra el cambio climático, pero en la práctica ayudan sobre todo a las empresas a ganar dinero».

Si nos fijamos en la actitud cientifista (gráfico 94.2), las respuestas están mucho más distribuidas. El 35 % está totalmente en desacuerdo o en desacuerdo con la frase «La ciencia y la tecnología pueden resolver cualquier problema», mientras que algo menos del 50 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo. Hay mayor desacuerdo con la frase «No debería haber límites a lo que la ciencia puede investigar», el 43 % está en desacuerdo y cerca del 40 % está de acuerdo. Hay todavía menos gente que esté de acuerdo con la frase «Gracias a los avances científicos y tecnológicos los recursos de la Tierra serán inagotables» (algo más del 30 %); está en desacuerdo algo más del 50 % y está de acuerdo el 33 %.

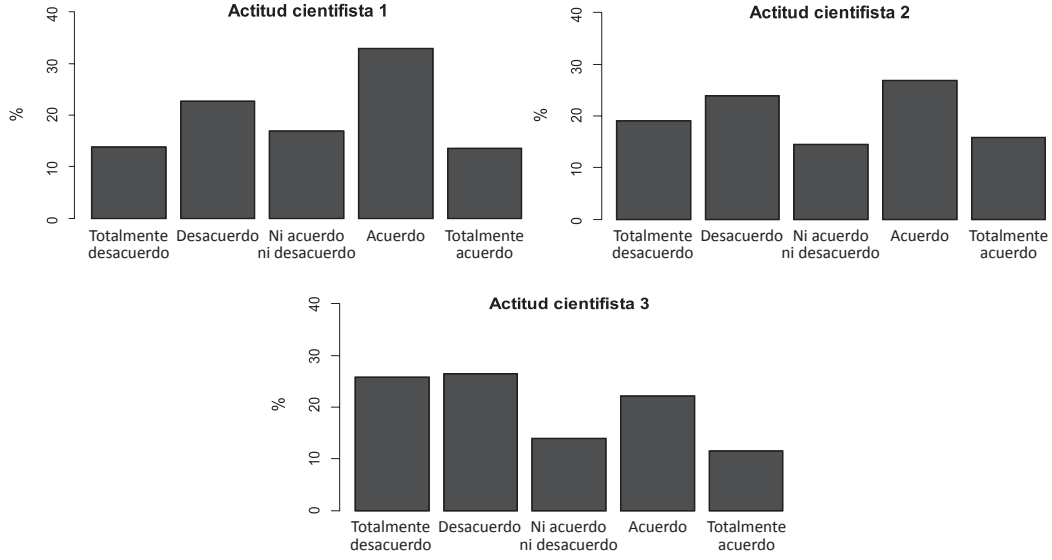
La situación en relación con los elementos que componen la actitud preocupada hacia la ciencia es un poco diferente, como muestra el gráfico 94.3. Algo más del 65 % está de acuerdo con la frase «Las aplicaciones de la ciencia y la tecnología pueden amenazar los derechos humanos», algo menos del 20 % está en desacuerdo y otro 15 % opta por la opción supuestamente

Gráfico 94.1. *Componentes de la actitud desconfiada hacia la ciencia*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

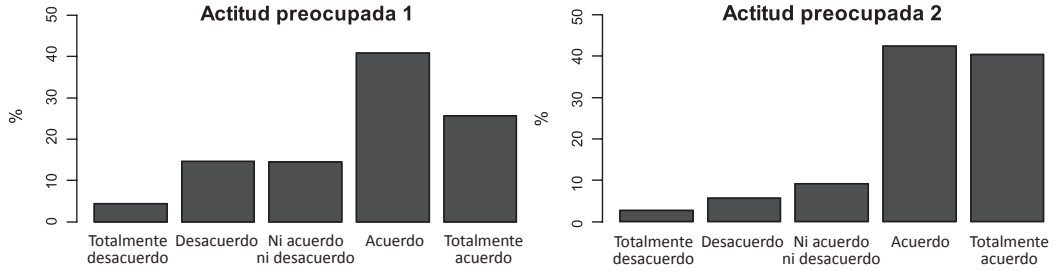
Gráfico 94.2. *Componentes de la actitud cientifista hacia la ciencia*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

neutral. Por otro lado, algo más del 80 % está de acuerdo con la frase «La ciencia hace que nuestro modo de vida cambie demasiado rápido» y no llega al 10 % el porcentaje de personas que está en desacuerdo.

GRÁFICO 94.3. *Componentes de la actitud preocupada hacia la ciencia*

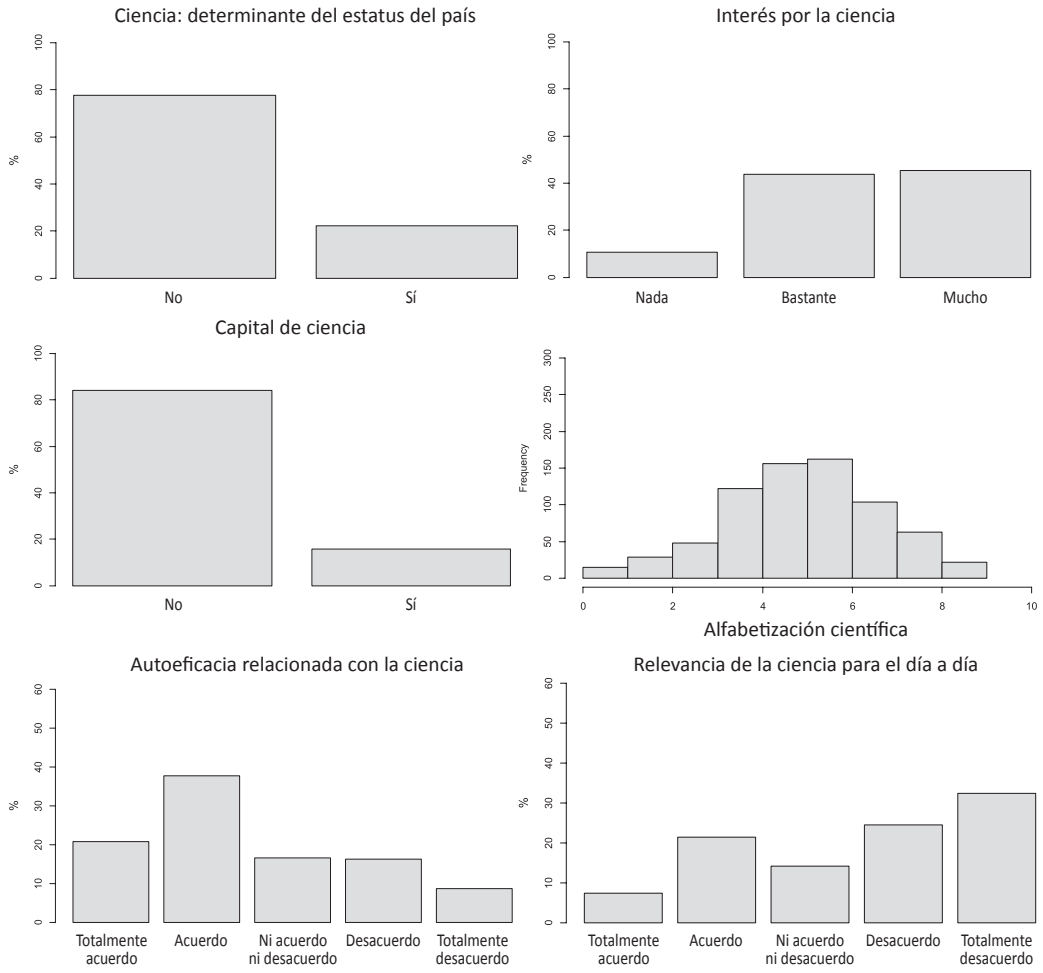


Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

En el gráfico 94.4, podemos ver el bajo porcentaje de personas con capital de ciencia. Solo cerca del 18 % tiene contacto directo con ella (porque trabaja o la ha estudiado o porque tiene a alguien cercano en esa situación). El 22 % ha elegido la ciencia como uno de los determinantes del estatus de un país o de un conjunto de ellos. La distribución de las respuestas al breve test de conocimientos científicos se asemeja bastante a la distribución normal; pero, a pesar de que el test es bastante sencillo, hay cerca de un 12 % de personas que contesta tres preguntas bien como máximo. Alrededor del 12 % de personas manifiesta no estar interesada por la ciencia, un 44 % está bastante interesada y un 45 % dice estar muy interesada. Cerca del 60 % de las personas encuestadas están de acuerdo con la frase «La ciencia es tan complicada que no la entiendo muy bien». En cambio, no llega al 30 % el que está de acuerdo con la frase «En mi día a día no es importante saber de ciencia». Son porcentajes nada desdeñables, en cualquier caso.

El gráfico 94.5 muestra los datos de las siete variables que se han utilizado para definir la influencia del contexto. En él, se observa que hay un alto porcentaje de personas que ha tenido pocas dificultades para pagar facturas durante el año anterior (76 %). Sin embargo, hay un nada desdeñable 6 % que ha tenido dificultades permanentes para hacerlo. Por otro lado, casi el 70 % siente bastante o mucha indefensión política. La mayor parte de las personas se muestran satisfechas con su vida (cerca del 90 %), pero la satisfacción con la democracia es baja (cerca del 40 % se consideran nada o poco satisfechos con ella). El 75 % considera que la situación del país es mala, mientras que el 17 % considera que su situación personal es mala. A la hora de explicar esta diferencia, debemos tener en cuenta que, para evaluar su situación, las personas se miran a sí mismas y valoran cuáles son sus circunstancias; es una valoración autorreferenciada. En cambio, para evaluar la situación del país tienen que recurrir a información

Gráfico 94.4. *Variables que definen la disposición hacia la ciencia*

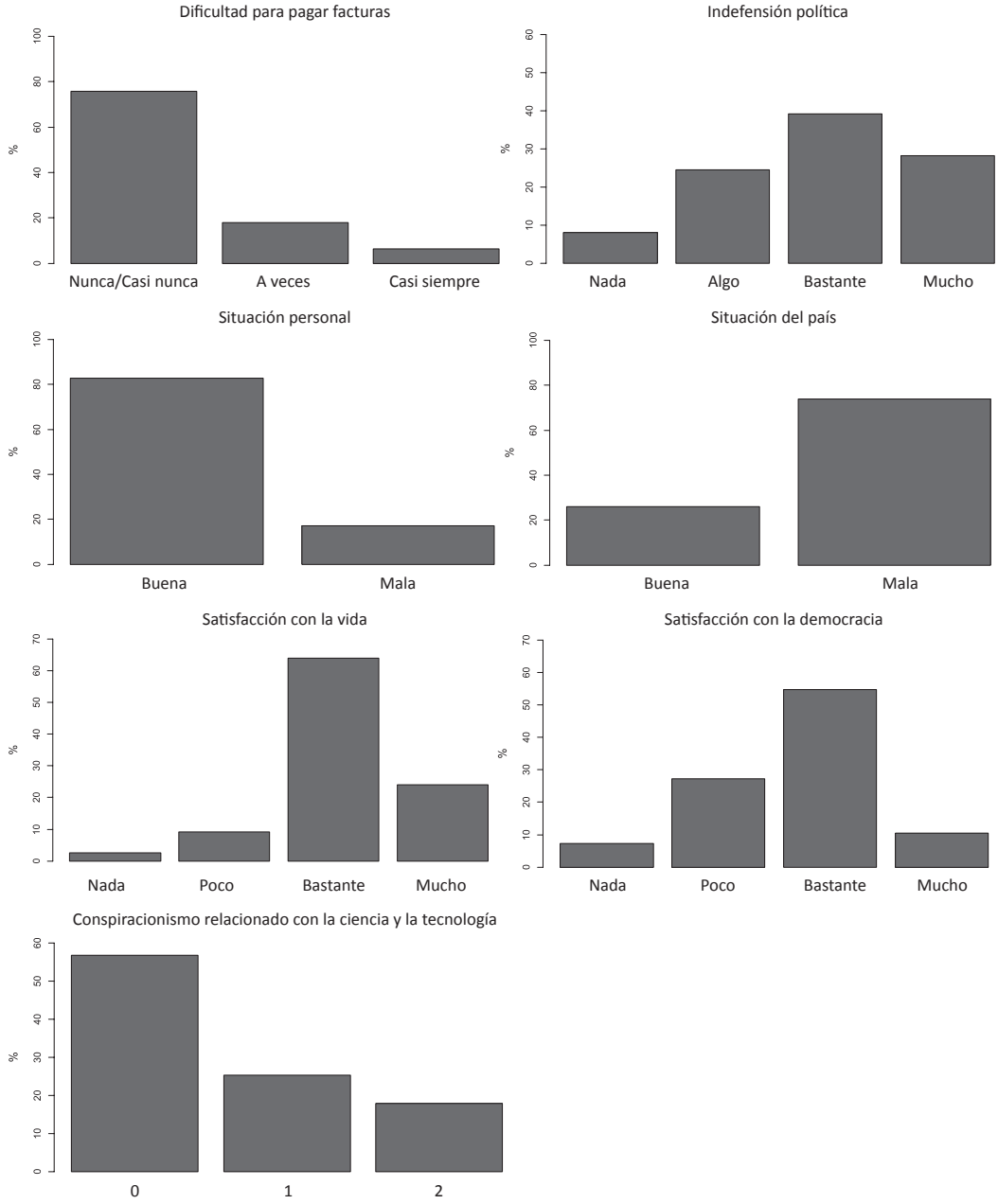


Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

externa. La mayor parte de la que las personas reciben procede de los medios de comunicación y ya hemos señalado su tendencia a poner el énfasis en las malas noticias. También son frecuentes las noticias sobre los malos modos que utilizan los políticos para referirse unos a otros, sobre la falta de acuerdo y su incapacidad para cooperar. De hecho, son prácticamente las únicas que circulan.

Por último, el conspiracionismo es resultado de combinar la respuesta, en términos de verdad/falsedad de dos afirmaciones que presentan ideas con tendencia conspiratoria sobre la ciencia o su uso. Los valores posibles son cero (si se considera que ambas afirmaciones son falsas), uno (si se considera que una de ellas es correcta) y dos (si se considera que ambas

GRÁFICO 94.5. *Variables que definen el contexto*

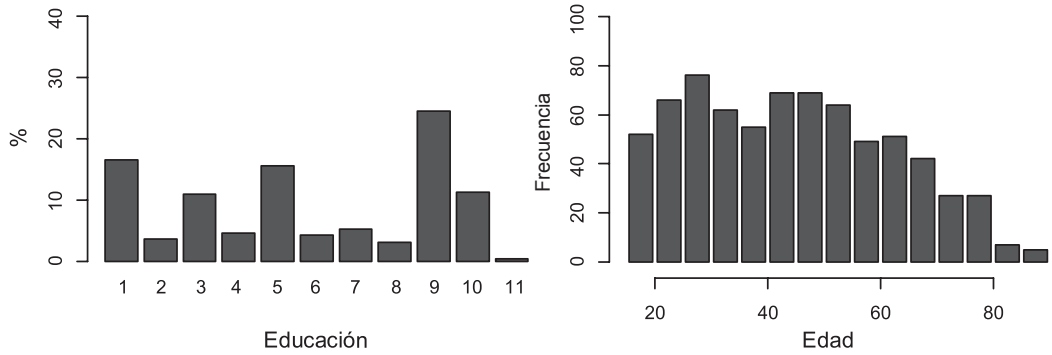


Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

son correctas). Cerca del 60 % ha respondido negativamente a ambas preguntas. Este es un resultado positivo. Sin embargo, hay un 25 % que ha contestado afirmativamente a una de las dos y un 17 % que está de acuerdo con ambas.

El gráfico 94.6 muestra los datos de la edad y el nivel de estudios, las dos únicas variables sociodemográficas que contribuyen a explicar las actitudes analizadas.

GRÁFICO 94.6. *Variables sociodemográficas*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

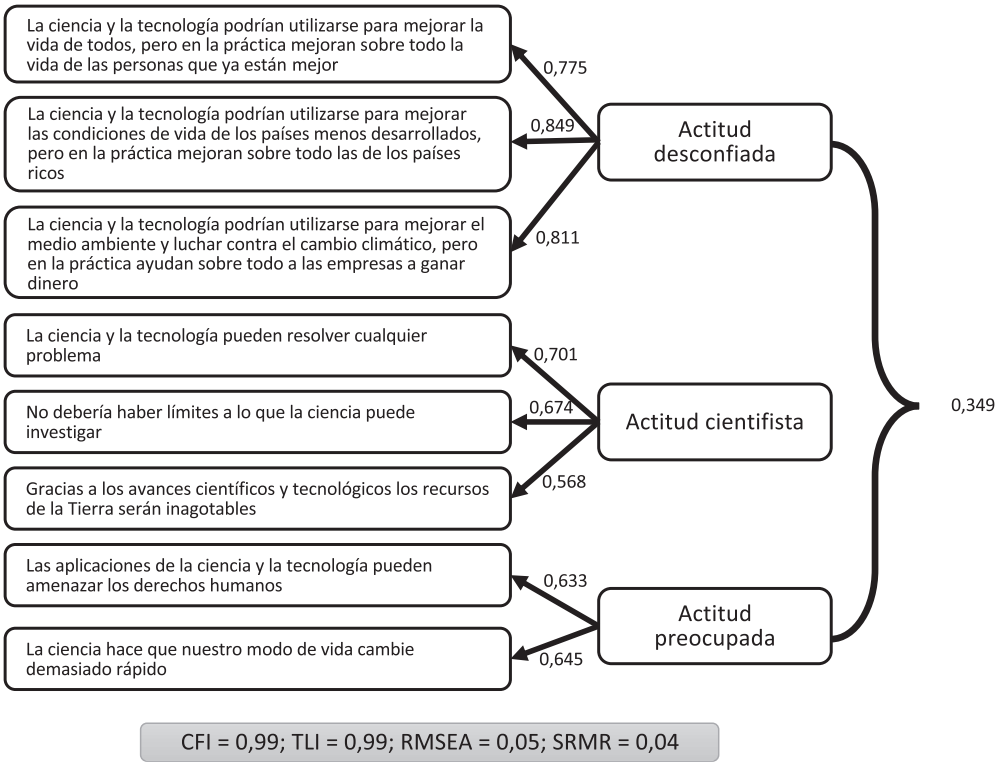
No hemos encontrado información para identificar las once categorías que se utilizan en el eurobarómetro para definir el nivel de estudios, por lo que solo podemos aventurar una posible clasificación, basada en la identificación de tres grupos que podrían corresponderse con la educación básica, secundaria y universitaria. El 35 % de las personas tienen el nivel más bajo de estudios, el 30 % tiene el nivel intermedio y el 35 % tiene el nivel superior.

En la figura 94.2 se incluyen los resultados de aplicar el análisis factorial confirmatorio a las variables que miden los tres tipos de actitudes.

Hay varias cosas que se pueden destacar. Los ítems que conforman la actitud desconfiada son mejores indicadores que los que conforman los otros dos tipos. Por otro lado, el mejor indicador de la actitud desconfiada es el ítem «La ciencia y la tecnología podrían utilizarse para mejorar las condiciones de vida de los países menos desarrollados, pero en la práctica mejoran sobre todo las de los países ricos». El mejor indicador de la actitud cientifista es el ítem «La ciencia y la tecnología pueden resolver cualquier problema». El mejor indicador de la actitud preocupada es el ítem «La ciencia hace que nuestro modo de vida cambie demasiado rápido».

Por último, hay una covarianza moderada y positiva entre la actitud desconfiada y la actitud preocupada (0,349), mientras que no hay relación entre las actitudes desconfiada y preocupada con la actitud cientifista. El modelo ajusta muy bien a los datos.

FIGURA 94.2. *Actitudes hacia la ciencia*



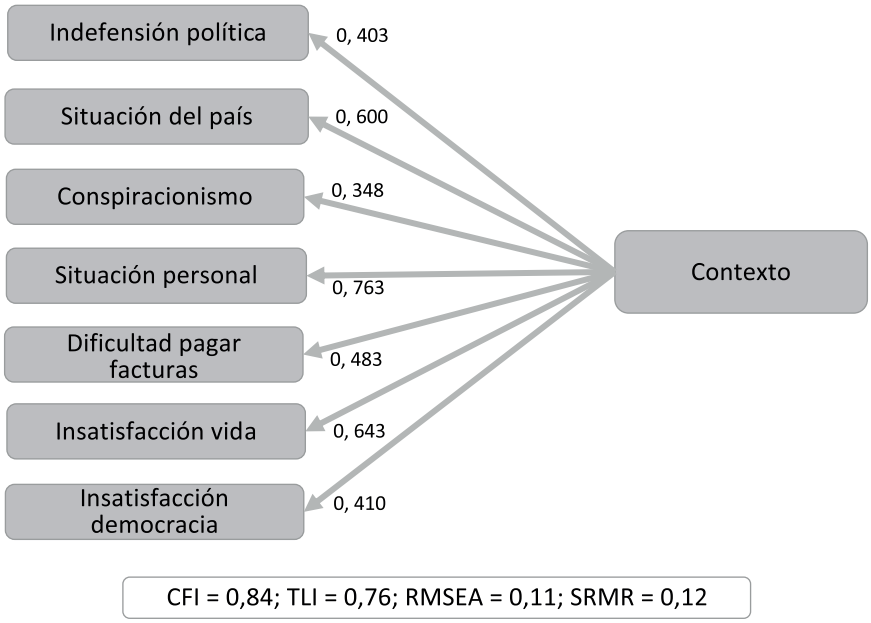
Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

El análisis de los factores que contribuyen a definir el contexto presenta resultados muy interesantes, pero complejos. En la figura 94.3a se muestra el modelo inicial. Para que todas las variables vayan en el mismo sentido, hemos recodificado al revés la satisfacción con la vida y con la democracia, de manera que expresen insatisfacción.

El modelo no ajusta bien a los datos: los estadísticos CFI, TLI, RMSEA y SRMR están muy por debajo de los niveles que se consideran mínimamente aceptables. Por otro lado, el factor que más peso tiene es la valoración de la situación personal, seguida por la insatisfacción con la vida y la valoración de la situación del país. Es importante tener en cuenta que, tal y como están definidos, los indicadores reflejan una perspectiva negativa sobre el contexto.

Para mejorar el ajuste del modelo se han ido añadiendo covarianzas una por una. En la figura 94.3b se incluye un modelo intermedio, con un ajuste mucho mejor. Hay una covarianza positiva y fuerte entre la valoración del país y la valoración de la situación personal. Aunque la distribución de las respuestas a ambas preguntas en la muestra es muy diferente, la covarianza indica que hay una parte común en la valoración de ambos aspectos. Que el

FIGURA 94.3a. *Factores que definen la influencia del contexto. Modelo inicial*

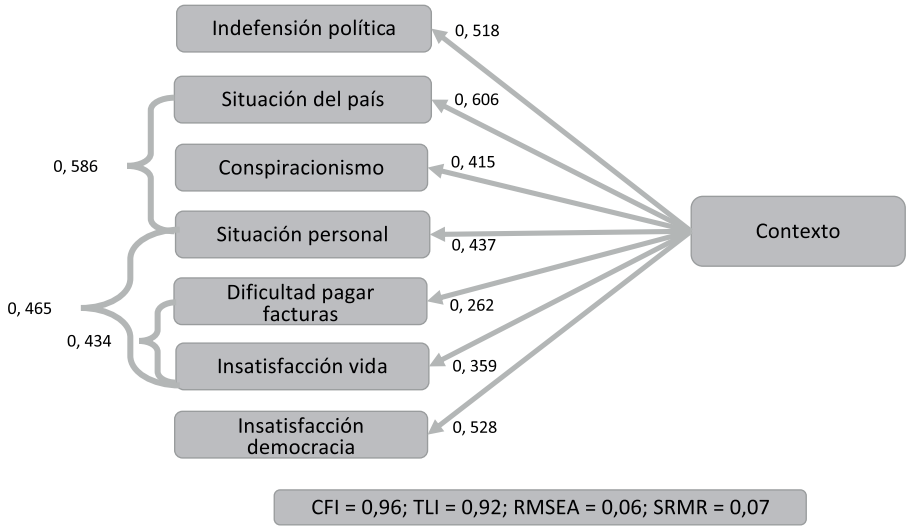


Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

signo sea positivo nos indica que una mejor valoración de la situación personal se asocia con una mejor valoración de la situación del país. Hay también una covarianza moderada a fuerte y positiva entre la valoración de la situación personal y la insatisfacción con la vida, que indica que la percepción de la situación personal como mala se asocia con una mayor insatisfacción con la vida, y viceversa. Por último, hay también una covarianza moderada a fuerte y positiva entre la dificultad para pagar facturas y la insatisfacción con la vida. Como resultado de las covarianzas, los pesos de la situación personal, la insatisfacción con la vida y las dificultades para pagar facturas se reducen mucho. Como se verá al explicar el modelo definitivo (figura 94.3c), este resultado es importante. A cambio, aumenta el peso de la indefensión política y el conspiracionismo. Esto indica que, al debilitarse la fuerza de los otros factores por su influencia común, la de estos dos se refuerza.

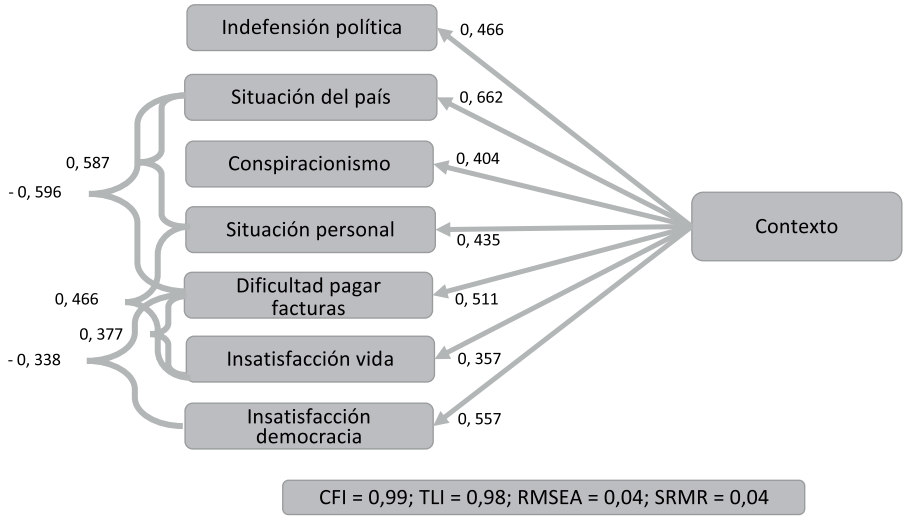
El ajuste del modelo tenía margen de mejora, por lo que se añadieron dos covarianzas más que cambian de manera notable la situación. Los resultados se muestran en la figura 94.3c. El ajuste de este modelo es casi perfecto. Para alcanzarlo, se ha tenido que añadir la covarianza entre la dificultad para pagar facturas con la situación del país y la insatisfacción con la democracia. Ambas son negativas y es especialmente fuerte la que hay entre la dificultad para pagar facturas y la valoración de la situación del país. El signo negativo es un hallazgo muy interesante, pues refleja que no tener dificultades para pagar facturas se asocia con una mayor insatisfacción con la democracia y, sobre todo, una valoración peor de la situación del país. Es decir, nos está indicando que

Figura 94.3b. *Factores que definen la influencia del contexto. Modelo intermedio*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

Figura 94.3c. *Factores que definen la percepción del contexto. Modelo final*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

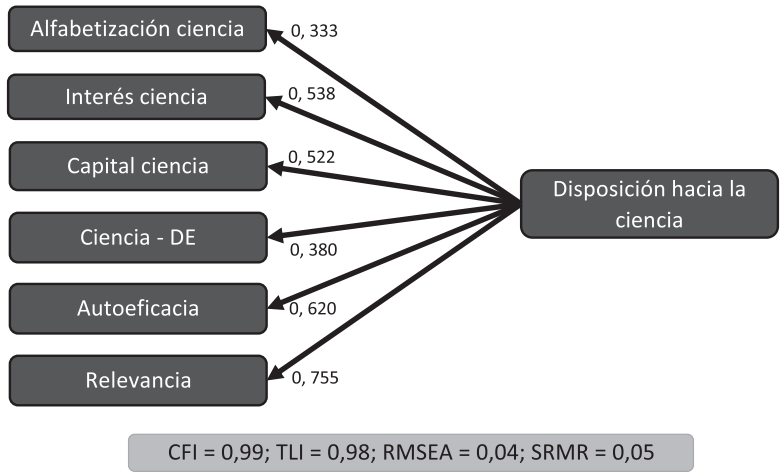
quienes peor valoran ambas cuestiones tienen una mejor situación económica. Por otro lado, el peso de la dificultad para pagar facturas se multiplica por dos y se refuerza el peso de la valoración de la situación del país, lo opuesto al debilitamiento de los pesos que suele tener lugar cuando se incluyen covarianzas en los modelos. Esto nos indica que hay una interacción entre la dificultad

para pagar facturas, la valoración de la situación del país y la insatisfacción con la democracia, es decir, el efecto de la dificultad para pagar facturas cambia en función de la valoración de la situación del país y de la insatisfacción con la democracia. Este efecto, además, va en el sentido opuesto al que cabría esperar, la insatisfacción es mayor entre quienes tienen menos dificultades económicas. En otras palabras, estos resultados muestran que, en términos generales, una mayor dificultad para pagar facturas influye en la valoración negativa del contexto. Sin embargo, la combinación de la ausencia de dificultades para pagar facturas, la mala valoración del país o la insatisfacción con la democracia también contribuyen a la influencia negativa del contexto y refuerzan el peso que tiene la dificultad para pagar facturas en la valoración de este factor. También refuerza, aunque el cambio es mucho más pequeño, la influencia de la valoración de la situación del país. A cambio, se debilita un poco la influencia de la indefensión política.

En el modelo final, vemos cómo el factor que más contribuye a explicar la percepción del contexto es la valoración de la situación del país, seguida por la insatisfacción con la democracia y la dificultad para pagar facturas. El factor con menos peso es la insatisfacción con la vida, que se ve debilitada por su covarianza con la valoración de la situación personal.

En la figura 94.4, se puede observar el resultado de hacer un análisis factorial confirmatorio sobre las variables que explican la disposición hacia la ciencia. El modelo se ajusta muy bien a los datos. Los factores que más contribuyen a definir la disposición hacia la ciencia, superando al interés, son la percepción de que saber de ciencia es útil para la vida cotidiana y la autoeficacia (pensar que se es capaz de comprender la ciencia), es decir, los factores que reflejan apropiación de la ciencia. En cambio, el conocimiento de hechos científicos concretos (la alfabetización) tiene menos peso.

Figura 94.4. *La disposición hacia la ciencia*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

94.3.5. Las actitudes hacia la ciencia

La figura 94.5 muestra el resultado de aplicar el análisis factorial confirmatorio de segundo orden para explicar cómo influyen la disposición hacia la ciencia y el contexto en las actitudes.

En primer lugar, la actitud cientifista no se explica ni por el contexto ni por la disposición, por lo que se queda fuera del modelo. Hay dos posibles explicaciones a este resultado. La primera es que ni la disposición ni el contexto contribuyan a explicar esa actitud, que dependería de otros factores que no se han considerado. La segunda sería que la actitud cientifista no encaje bien en el modelo porque representa una actitud opuesta a las otras dos. Esta segunda explicación no parece plausible. Primero, porque el modelo con las tres actitudes tiene muy buen ajuste (figura 94.2). Segundo, porque hemos probado a analizar la actitud idealizada de manera aislada y hemos encontrado el mismo resultado. Por tanto, se puede afirmar que la actitud cientifista tiene poco que ver con el contexto (un resultado plausible), pero tampoco depende de la disposición hacia la ciencia (un resultado más difícil de anticipar).

La edad y la educación influyen en las actitudes, pero no lo hacen directamente, sino a través de la disposición hacia la ciencia. Hay una fuerte covarianza negativa entre ambas, algo lógico, pues indica que, a mayor edad, menor nivel de estudios. La edad influye negativamente en la disposición hacia la ciencia, es decir, a más edad, menos disposición. La educación tiene una influencia fuerte y positiva: las personas con mayor nivel de estudios muestran una mayor disposición hacia la ciencia.

Para simplificar el modelo, no se han puesto las covarianzas entre los elementos que definen la influencia del contexto, pues ya se han mostrado en la figura 94.3c. No obstante, es importante señalar que se produce un debilitamiento de todas las covarianzas, pero especialmente de la covarianza negativa de la dificultad para pagar facturas con la insatisfacción con la democracia (pasa de -0,338 a -0,205) y con la valoración de la situación del país (pasa de -0,596 a -0,481). Este resultado nos indica que la interacción entre estas variables se debilita cuando se trata de explicar las actitudes hacia la ciencia.

Cuando se utiliza la percepción del contexto para explicar las actitudes desconfiada y preocupada, el peso del conspiracionismo aumenta de manera destacada (pasa de 0,404 a 0,539). Sube también el peso de los factores con un componente individual, en el caso de la valoración de la situación personal pasa de 0,435 a 0,512 y, en el de la insatisfacción con la vida, pasa de 0,357 a 0,407. A cambio, baja de manera destacada el peso de la insatisfacción con la democracia (de 0,557 a 0,407) y la valoración de la situación del país (de 0,662 a 0,580). Se reduce un poco menos el peso de la indefensión política (de 0,466 a 0,432). Por tanto, los factores que más peso tienen al definir cómo influye el contexto en las actitudes hacia la ciencia son la valoración de la situación del país, el conspiracionismo y la valoración de la situación personal.

El contexto tiene un peso importante y positivo en las actitudes desconfiada y preocupada. La disposición hacia la ciencia tiene un peso algo

mayor y negativo (0,515 y -0,587, respectivamente). Esto significa que la disposición hacia la ciencia debilita estas actitudes, mientras que el contexto las refuerza.

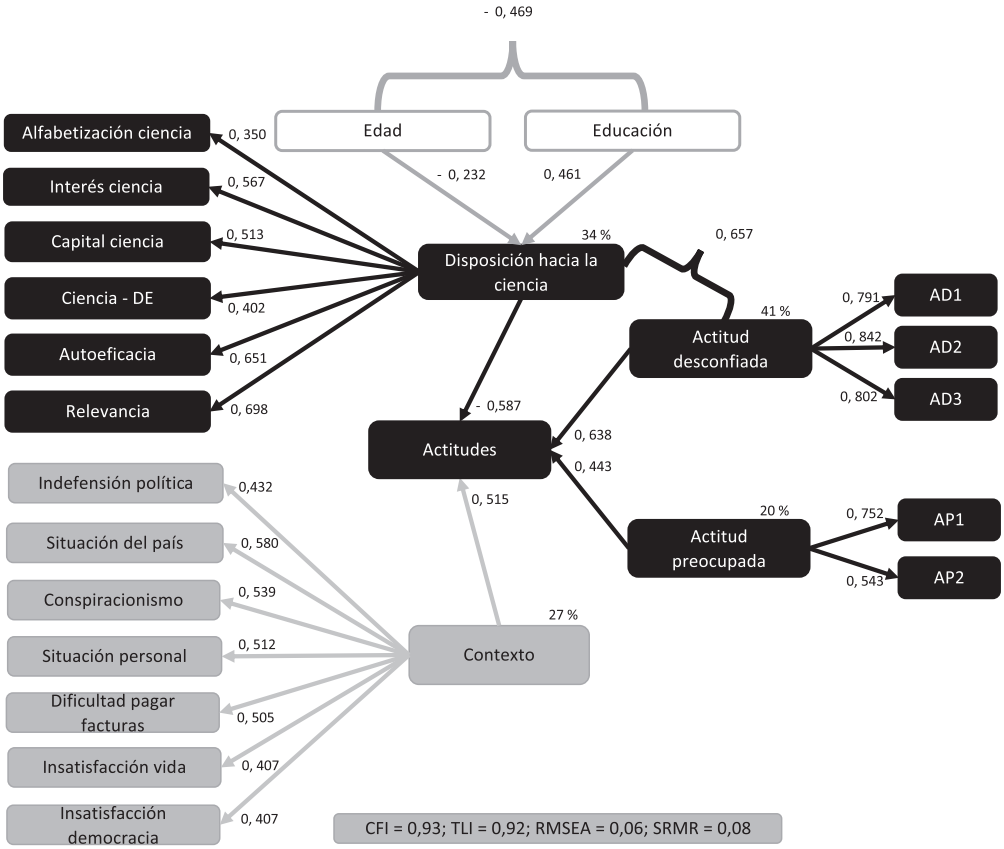
No hay cambios especialmente reseñables en los pesos de los factores que definen la disposición hacia la ciencia en el modelo global. No obstante, aumenta ligeramente el peso de las variables que reflejan interés –lo que incluye también considerar que la ciencia es un elemento fundamental para determinar el estatus de un país– y la autoeficacia. Hay una covarianza fuerte y positiva entre la disposición hacia la ciencia y la actitud desconfiada. Tanto las interacciones que se producen entre los factores que definen el contexto como esta covarianza se explican si tenemos en cuenta los diferentes procesos cognitivos que ponen en marcha las personas al responder a las preguntas de una encuesta. En el proceso de interpretar la pregunta e identificar qué categoría de respuesta refleja mejor su opinión, las personas reaccionan de maneras muy diferentes y no siempre en línea con la hipótesis de quienes diseñaron las preguntas. Por eso, se ha encontrado que hay personas que dan razones opuestas para justificar la misma respuesta y personas que utilizan la misma razón para justificar respuestas opuestas (Hipkins *et al.*, 2002). Al mismo tiempo, hay personas que tienen una muy buena disposición hacia la ciencia que se acompaña de una perspectiva crítica, que se manifiesta por el reconocimiento de su capacidad para proporcionar grandes beneficios, pero también para lo contrario (Cámara, Muñoz y López, 2018). La covarianza entre la disposición y la actitud desconfiada parece recoger la presencia de esa actitud crítica entre algunas de las personas que han respondido a la encuesta.

Teniendo en cuenta los indicadores disponibles, al definir las actitudes hacia la ciencia, tiene más peso la actitud desconfiada que la preocupada.

El ajuste del modelo es solo razonable. Hay varios motivos que explican este resultado. Por un lado, incluye un gran número de variables, lo que repercute negativamente en el ajuste; además, se aplican a explicar un número reducido de ítems. De todos los que incluye el cuestionario para medir actitudes, solo los ocho seleccionados mostraron asociación entre ellos en los análisis previos; además, los tres que miden la actitud cientifista parecen ser independientes de la disposición hacia la ciencia y el contexto. Por otro lado, aunque hemos utilizado un estimador para variables ordinales para poner a prueba el modelo, algunas de ellas son variables categóricas, con lo que aportan mucha menos cantidad de información; las variables ordinales también tienen pocas categorías. Por último, todas las variables contribuyen significativamente al modelo y, por tanto, la falta de ajuste debe atribuirse a cuestiones que deberían haberse medido, pero no forman parte del modelo, no al hecho de que las que están en él no deberían estar. Por ese motivo, con el modelo, tal y como se ha definido, se explica el 27 % de la varianza del contexto, el 34 % de la varianza de la disposición hacia la ciencia, el 41 % de la actitud desconfiada y el 20 % de la actitud preocupada. Aunque no son porcentajes desdeñables, se puede observar que queda todavía mucho por explicar. Se podía haber conseguido un ajuste mejor añadiendo más covarianzas, pero, en ese caso, la varianza

explicada disminuye, lo que indica que sería una mejora artificial del ajuste. El modelo que se presenta es el que mejor refleja el equilibrio entre bondad de ajuste, parsimonia y poder explicativo, teniendo en cuenta los indicadores disponibles.

FIGURA 94.5. *Actitudes, disposición hacia la ciencia y contexto*



Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro 516 (2021).

94.3.6. Conclusiones

Las encuestas de percepción social de la ciencia muestran la valoración positiva de la ciencia por parte de los y las ciudadanas. Sin embargo, es una perspectiva limitada, condicionada por las preguntas que incluyen. La valoración de la ciencia depende del tipo de ciencia. Si las preguntas solo abordan la ciencia que se valora positivamente, se obtendrán solo respuestas positivas. Además, se suelen apoyar en enunciados neutrales. Es verdad que utilizan una escala de medida de acuerdo/desacuerdo, pero no es lo

mismo estar en desacuerdo con una afirmación neutral o positiva, que estar de acuerdo con una afirmación que permite expresar de manera manifiesta una actitud negativa. Como resultado, la foto que ofrecen no representa adecuadamente la realidad.

La desigualdad (experimentar dificultades para pagar las facturas), la indefensión política (sentir que no se tiene ninguna capacidad para influir en las decisiones políticas), la personalización (utilizarnos a nosotros como marco de referencia), la ansiedad generada por la insatisfacción con la situación personal y con la situación del país, la valoración negativa de la situación personal y la situación del país y la tendencia a pensar de manera conspirativa fomentan las actitudes desconfiada y preocupada hacia la ciencia. En cambio, la disposición hacia la ciencia debilita estas actitudes. No obstante, el significado de la actitud desconfiada no es el mismo para todas las personas. Existe la tendencia a identificar el conspiracionismo con la desconfianza hacia la ciencia. Pero mostrar una actitud realista o precavida es también compatible con esta actitud. Es importante que seamos muy cautelosos con esta realidad. Los resultados nos indican que los ítems que miden la actitud desconfiada tienen distinto significado. Para un grupo, representan la desconfianza en la capacidad de la ciencia para mejorar las condiciones de quienes más lo necesitan (un discurso que resuena con el del populismo relacionado con la ciencia). Para otro, representan el hecho de que el potencial de los desarrollos científicos y tecnológicos depende del uso que se haga de ellos. Es un ejemplo en el que se proporciona la misma respuesta por razones muy distintas.

En todo caso, las creencias conspirativas son más poderosas cuando las personas experimentan angustia debido a sentimientos de incertidumbre (Douglas, Sutton y Cichocka, 2017). Por otro lado, la supervivencia se sustenta en la capacidad para controlar el entorno, de manera que, a lo largo de la evolución, la biología de los seres humanos se ha configurado para que exista una recompensa interna, manifestada en forma de sentimiento de satisfacción, cuando las personas tienen el control, un mecanismo que se traduce en la búsqueda de certidumbre. Es la razón de que el sesgo de confirmación (la tendencia a hacer caso exclusivamente de la información que encaja con nuestras ideas previas) sea un mecanismo cognitivo tan potente. Esta necesidad de certeza se acentúa durante periodos de confusión, falta de dirección gubernamental, caos económico y sobrecarga de información, lo que genera también un repliegue hacia ideologías absolutas y promueve la polarización (Hayhoe y Schwartz, 2017). El funcionamiento de una democracia no se define por quién gobierna. Sin embargo, los resultados sugieren que hay un segmento de la población, con un perfil que parece encajar mejor con los votantes de derechas (a falta de haber podido incluir la autoubicación ideológica en el análisis para testar mejor esta posibilidad), que muestra una mayor insatisfacción con la democracia y, sobre todo, valora peor la situación del país debido a que gobiernan «los otros». Este resultado muestra el efecto de la polarización afectiva, que podría estar también reforzando la personalización: las cosas no son como a mí me gustan y, por tanto, van mal. Es posible también que estén

reflejando la exposición de este grupo de personas a información especialmente negativa, si se tienen en cuenta los mensajes que trasladan los medios de comunicación afines a la derecha.

Cuando se utiliza el contexto para explicar las actitudes hacia la ciencia, se debilita el peso de los factores sociales y se refuerza el peso de los factores individuales. Esto constituye una evidencia de que hay una tendencia a evaluar la ciencia desde el punto de vista personal, reaccionando según la consideramos buena para nosotros, o no. Es un elemento negativo en un contexto como el actual, en el que están floreciendo los partidos de ultraderecha tras el ostracismo al que se vieron sometidos una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial debido a que mucha gente los apoya porque piensan que cubren sus expectativas individuales de echarle un pulso al sistema que consideran que los perjudica. La ciencia y el conocimiento deterioran este caldo de cultivo y, por tanto, una vez que estos partidos llegan al poder, están disminuyendo la financiación para la ciencia y la educación (Matthews, 2024). Como sacan partido de ello, fomentan la desconfianza en las instituciones, que afecta también a la institución de la ciencia. No hay duda de que, en el contexto actual, se está promoviendo el populismo relacionado con la ciencia. Aunque el término se haya acuñado recientemente, no es un fenómeno nuevo. En un artículo publicado en 1980, Asimov denunció el culto a la ignorancia en EE. UU., mientras apuntaba el éxito del eslogan «No confíes en los expertos» (Asimov, 1980).

No obstante, hay evidencia también de que la ciencia debe asumir su parte de responsabilidad en esta situación. Como señala el Editor Jefe de la revista *Science* en un editorial tras la segunda victoria de Trump en las elecciones de EE. UU., la ciencia se está haciendo vulnerable a la desconfianza por su incapacidad para reconocer lo que se hace mal, porque investigadores, instituciones y Administraciones públicas parecen más preocupadas por mantener su prestigio y el *statu quo* que por resolver los problemas (Thorp, 2024). No se puede olvidar tampoco que, desde el inicio de la modernidad, los esfuerzos por acercar la ciencia a la sociedad se han centrado en buscar que la sociedad la acepte, en lugar de trabajar para que la comprenda y la haga suya. La falta de eficacia percibida, al considerar que la ciencia es demasiado difícil para entenderla, debilita la disposición hacia la ciencia y se asocia con la idea de que no es necesaria para desenvolverse mejor en el día a día, dos elementos que contribuyen a ignorar las recomendaciones de los expertos. Los ataques a la ciencia no van a parar, así que la comunidad científica debe encontrar una manera eficaz de hacerles frente (Thorp, 2024). Para ello, debe mirar hacia fuera, pero también debe mirarse a sí misma. Para salvaguardar la ciencia, los esfuerzos no deben ir encaminados a esconder los trapos sucios, sino a evitar que se produzcan, sobre todo, si queremos evitar la degradación de la relación de la sociedad con la ciencia. También es necesario dedicar esfuerzos a conocer cuáles son los factores que inciden en esa realidad, aunque no nos guste el resultado que obtenemos. Solo así estaremos en condiciones de defender a la ciencia de los ataques que reciba.

Bibliografía

Asimov, Isaac (1980). «A cult of ignorance». *Newsweek*, 21 enero, p. 19.

Baumeister, Roy F.; Bratslavsky, Ellen; Finkenauer, Catrin y Vohs, Kathleen de (2001). «Bad is stronger than good». *Review of General Psychology*, 5(4), pp. 323-370.

Brown, Wendy (2006). «American Nightmare: Neoliberalism, Neoconservatism, and De-Democratization». *Political Theory*, 34(6), pp. 690-714.

Cámara, Montaña; Muñoz van den Eynde, Ana y López Cerezo, José A. (2018). «Attitudes towards science among Spanish citizens: The case of critical engagers». *Public Understanding of Science*, 27(6), pp. 690-707.

Douglas, Karen M.; Sutton, Robbie M. y Cichocka, Aleksandra (2017). «The Psychology of Conspiracy Theories». *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), pp. 538-542.

Eagly, Alice H. y Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

FECYT (2022). *Evolución de la percepción social de la ciencia y la tecnología en España 2002-2020*. Madrid: FECYT. Disponible en: https://www.fecyt.es/sites/default/files/users/user378/evolucion_psct2002-2020_fecyt.pdf, acceso 1 de agosto de 2025.

FECYT (2023). *Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología 2022*. Madrid: FECYT. Disponible en: https://www.fecyt.es/sites/default/files/users/user378/fecyt_psct2022_principales_resultados.pdf, acceso 31 de julio de 2025.

Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Standford University Press.

Hayhoe, Katharine y Schwartz, Jen (2017). «The Roots of Science Denial». *Scientific American*, 317(4), pp. 66-68.

Hipkins, Rosemary; Stockwell, Wendy; Bolstad, Rachel y Baker, Robyn (2002). *Commonsense, Trust, and Science. How Patterns of Beliefs and Attitudes to Science Pose Challenges for Effective Communication*. Wellington: Ministry of Research, Science, and Technology.

Laspra Pérez, Belén (2016). *Concepto y dimensiones de la cultura científica. Una revisión crítica de los paradigmas en Comprensión Pública de la Ciencia*. Universidad de Oviedo. [Tesis doctoral]. Disponible en: https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/38212/TD_BelenLaspraPerez.pdf?sequence=2&isAllowed=y, acceso 1 de agosto de 2025.

Matthews, David (2024). «Far-right parties seek to cut billions of euros from research». *Nature*, 635, pp. 15-16.

Muñoz van den Eynde, Ana (2022). Cuestionario LAIC: una herramienta para identificar la lente que da forma a la imagen de la ciencia. En: Cornejo Cañamares, María y Coto Suárez, Unai. *Pensar la ciencia. Una mirada desde diferentes prismas*. Madrid: Ciemat.

Olssen, Mark (2018). Neoliberalism and democracy: a foucauldian perspective on public choice theory, ordoliberalism, and the concept of the public good. En: Cahill, Damien; Cooper, Melinda y Konings, Martijn. *The Sage Handbook of Neoliberalism* (pp. 384-396). SAGE Publications Ltd.

Petersen, Michel B.; Osmundsen, Mathias y Arceneaux, Kehn (2023). «The «Need for Chaos» and Motivations to Share Hostile Political Rumors». *American Political Science Review*, 117(4), pp. 1486-1505.

Rozado, David; Hughes, Ruth y Halberstadt, Jamin (2022). «Longitudinal analysis of sentiment and emotion in news media headlines using automated labelling with Transformer language models». *PloS one*, 17(10), e276 367.

Rozado, David y Kaufmann, Eric (2022). «The Increasing Frequency of Terms Denoting Political Extremism in U.S. and U.K. News Media». *Social Sciences,* 11(4), p. 167.

Wood, Michael J. (2014). *Political Alienation in American Society*. University of Vermont. [UVM Honors College Senior Theses]. Disponible en: https://scholarworks.uvm.edu/hcoltheses/38, acceso 28 de julio de 2025.

Ziman, John (2003) [1998]. *¿Qué es la ciencia?* Madrid: Cambridge University Press.

95. Medioambiente y sociedad: ¿colapso o metamorfosis social?

Mercedes Pardo-Buendía
Catedrática Emérita de Sociología
Universidad Carlos III de Madrid

95.1. Lo previo: a modo de introducción

Empezamos por un previo: no es posible comprender una sociedad sin tener en cuenta el medioambiente biofísico que a través de la historia la sustenta material y culturalmente; tampoco es posible entender un medioambiente biofísico concreto sin el conocimiento de las actividades que una sociedad ha llevado a cabo sobre el mismo. Esto que parece obvio, no siempre ha sido así ni en los enfoques de la Sociología ni de la Biología como ciencias. Desde la Sociología Ecológica (Pardo, 1996) se sigue planteando la necesidad de construir un nuevo paradigma relacional entre Sociología y medioambiente que permita lo que Jiménez Blanco (1993) calificaba como reposicionamiento de las relaciones históricas entre sociedad y naturaleza.

El cómo se lleva a cabo la comprensión de esas relaciones se hace desde múltiples perspectivas, necesariamente interdisciplinares, de las que aquí solo recordamos –este no es el objeto de este capítulo– algunas más relevantes sociológicas: el paradigma de la ecología humana, el nuevo paradigma ecológico, la modernización ecológica, el biocentrismo, el ecofeminismo, la justicia ambiental, el decrecimiento, etc. No obstante, aunque la Sociología Ecológica ya cuenta con una «caja de herramientas» para investigar la relación sociedad/naturaleza, no ha conseguido transformar las bases mismas de la Sociología, como se pretendía por el Nuevo Paradigma Ecológico (Catton y Dunlap, 1978).

Por añadidura, cuando hablamos de medioambiente (que es más que naturaleza, es naturaleza social (Baigorri, 1999), este incluye múltiples asuntos: el agua, el aire, los bosques, las materias primas, los animales, las plantas, etc. –esto obviando que los seres humanos también somos medioambiente biofísico, naturaleza–. Si, además, se abordan no solo como recursos (bien sea materiales o espirituales), sino también como problemas (el cambio climático, por ejemplo), todo ello se traduce en un conjunto inabarcable en un texto como este y en una narrativa global cambiante [1].

[1] Hasta hace escasas décadas, los bosques eran considerados lugares peligrosos e inhóspitos, las plantas que no fueran productivas eran malas hierbas, los animales salvajes eran objeto de exterminio, etc.

Aquí, por tanto, nos ceñiremos a algunas de las temáticas que considero clave para España [2] a fecha del año 2024, como son la biodiversidad, la energía, la agricultura ecológica, el cambio climático, la desertificación, analizadas, precisamente, en su interacción con la sociedad, en un marco de cambio ambiental global [3] (Duarte *et al.*, 2006).

El análisis se enfocará hacia los problemas, pero también a las potencialidades existentes, así como a las oportunidades de cambio social, donde las percepciones, los valores y comportamientos de la ciudadanía [4] son clave en las sociedades democráticas. En ese sentido, –aunque solo un escaso 5 % de los españoles considera el medioambiente «El tema más importante para España hoy en día» (CIS, 2023)– y en respuesta espontánea (CIS, 2024), el 1,1 % –los primeros son cuestiones más tangibles: la inmigración, la crisis económica, la vivienda, el paro, etc.–, al preguntarles cuánto les preocupa en una escala de uno a cinco, los que responden en tres, cuatro y cinco alcanzan el 92,7 % (CIS, 2024). Igualmente, al preguntarle si «Los problemas medioambientales tienen un efecto en mi [su] vida diaria», el 11,9 % está «muy de acuerdo», el 43 % «de acuerdo» y el 22,6 % «ni de acuerdo ni en desacuerdo». Es decir, la cuestión del medioambiente *ya es una narrativa global* y eso es una buena base para la transición ecológica en España.

Muchos de estos problemas medioambientales son procesos importantes de cambio más o menos lentos, por lo que algunos se tratarán como reflexión sobre su posible evolución no tanto en lo relativo a las proyecciones y pronósticos (*forecast*) –lo que hace el referente informe del IPCC, Panel Intergubernamental sobre cambio climático–, sino a las previsiones (*foresight*) –sociológicamente más interesante–.

Por último, se concluirá con algunas reflexiones sobre los interrogantes que se abren ante la situación del medioambiente en España, en algunos aspectos inquietante.

95.2. Lo positivo

95.2.1. El arca de Noé, o casi

No nos referimos solo a la importante contribución española al Banco Mundial de Semillas en el Ártico, que también, sino al hecho de que muchas partes

[2] La ingente generación de residuos es, también, un tema clave y España va retrasada en su reciclaje (32 % frente al 67,8 % de Alemania). La basura «habla», muestra cómo es una sociedad (Pardo, 1997).

[3] El cambio ambiental global define al conjunto de cambios ambientales afectados por la actividad humana, con especial referencia a cambios en los procesos que determinan el funcionamiento del planeta como sistema (cambio climático, disminución de la biodiversidad, grandes cambios de usos del suelo, entre otros).

[4] Un análisis de estos, de nuevo excede el objetivo general de este capítulo, por lo que nos limitaremos a aportar algunos datos relativos a los problemas considerados.

de España, por su situación geográfica –no tanto por su cuidado por las sociedades que lo habitan, con alguna excepción histórica de los montes de gestión comunal–, son una especie de «arca de Noé»: España cuenta con ochenta y cinco mil especies de animales, hongos y plantas, que significan el 50 % de las especies animales europeas; el segundo mayor número de mamíferos en Europa, el 80 % de las variedades de especies de mamíferos y reptiles, y el tercero en anfibios y peces debido a su particular clima y su orografía, tanto en la península como en las islas (WWF, 2024). Por todo ello, es el país con más biodiversidad de Europa y uno de los más biodiversos del mundo.

Su gestión en España está amparada por el Plan Estratégico Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad al horizonte de 2030 (RD 1057/2022, de 27 de diciembre). Estos son los datos:

- La superficie terrestre protegida en España se eleva a un 36,8 % del total de la superficie terrestre y la marina a un 21 % del total de la superficie marina. Es el país europeo que más aporta a la Red Natura (27,4 % del país) y el que cuenta con más reservas de la biosfera en el mundo (cincuenta y tres).
- Actualmente, hay declarados dieciséis parques nacionales (que es la máxima figura legal de protección ambiental), 154 parques naturales, 294 reservas naturales, 367 monumentos naturales, sesenta y siete paisajes protegidos y dos áreas marinas protegidas, así como más de ochocientos espacios con otras figuras desarrolladas por las comunidades autónomas.
- En el periodo 2022-2023, se han declarado otros nueve nuevos espacios naturales protegidos.
- En 2022, se aprobó el Plan Director de la Red de Áreas Marinas Protegidas (RAMPE), lo que dará un nuevo impulso a la conservación eficaz de las áreas marinas, así como el Plan Estratégico Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad a 2030.
- En el periodo 2022-2023, se amplió la superficie de los parques naturales del Montseny, Llevant y Baixa Limia-Serra do Xurés y de las reservas de la biosfera de El Hierro y de la Sierra del Rincón.
- El 81 % de los parques nacionales y el 58 % de los parques naturales cuentan con su Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG). El 90 % de los espacios protegidos de la Red Natura 2000 tienen instrumentos de gestión aprobados.

A pesar de todo, la disminución de la biodiversidad es alarmante en todas partes del mundo[5] (estamos más cerca del límite[6] que del cambio

[5] El 38 % de las especies de árboles en el mundo está en peligro de extinción, provocando un efecto en cascada que afecta a otras plantas, hongos y animales. En España, existen varios casos paradigmáticos: el drago, el aderno, el pinsapo y el castaño de Indias, entre otros.

[6] Los límites planetarios o fronteras planetarias suponen un marco conceptual que evalúa el estado de nueve procesos fundamentales para la estabilidad de la Tierra, y sugieren una serie de umbrales para estos procesos que, en caso de ser superados, pueden poner en peligro la habitabilidad del planeta.

climático –CC, a partir de ahora–), incluida España, que destaca por ser el país europeo con mayor porcentaje de especies amenazadas, 5917, con mayor o menor nivel de amenaza en 2019 (WWF, 2024)[7] –entre otras razones, por su gran biodiversidad–. Obvia recordar la importancia de esta para la vida del planeta y la economía: alrededor del 40 % de la economía mundial descansa en la biodiversidad y en los servicios ambientales de los ecosistemas (WWF, 2024) –incluida la calidad del agua y del aire, la polinización de los cultivos, la seguridad alimentaria, la salud y el bienestar humanos y la protección contra la erosión del suelo, entre otros–.

La histórica e insistente reivindicación y lucha durante décadas por parte del movimiento ecologista[8], en un país todavía con escasa afiliación ecologista: 3,5 % (CIS, 2023), así como el empuje de las políticas europeas (EUR-Lex, 2024), han sido clave para ese resultado.

Aunque la preocupación por el medioambiente ya es mayoritaria en la población española y, además, manifiesta que disfruta del contacto con la naturaleza[9], cuando se les pregunta más concretamente «¿Hasta qué punto estaría usted a favor de aceptar una reducción del tamaño de las áreas naturales protegidas en España para abrirlas al desarrollo económico?», todavía estarían un 1,2 % «muy a favor» de esa reducción; «bastante a favor», un 4,4 %; «ni a favor ni en contra», un 12,2 % (CIS, 2023), y un 17,8 % en total «a favor» o «indiferente». El resultado, probablemente, sería peor si se preguntara por la biodiversidad, entre otras razones porque es un concepto cuyo valor es más complejo y difícil de apreciar.

Es decir, en España, a pesar del avance de los denominados como valores posmaterialistas (Caballero, 2017; Inglehart, 1981), todavía persiste la dialéctica medioambiente vs. desarrollo económico. Lo ilustra igualmente la respuesta a la pregunta de si «Nos preocupamos demasiado por el futuro del medioambiente y no lo suficiente por la situación actual de los precios y el empleo»: «muy de acuerdo»,15,2 %; «de acuerdo», 22,5 %, y «ni de acuerdo ni en desacuerdo», 21,5 % (CIS, 2023).

El importante nivel de protección de la naturaleza a que se ha llegado en España no ha estado exento de conflictos de todo orden: de la población rural[10], entre las distintas administraciones[11], entre la propia

---

[7] Treinta y dos especies de España ya fueron catalogadas como extintas en 2018.

[8] El libro *The Silent Sping* (1962), de la Bióloga Rachel Carson, se considera el inicio del movimiento ambientalista moderno, con un éxito inmediato en la prohibición del uso del DDT como pesticida en Estados Unidos de América y posteriormente en otras partes del mundo.

[9] A la pregunta «¿En qué medida disfruta usted de estar al aire libre, en contacto con la naturaleza?», el 55,5 % responde que «mucho», el 29,3 % «bastante» y el 9,3 % «algo» (Estudio CIS 3391).

[10] Lobo vs. ganado (Picos de Europa, p. ej.), cazadores vs. protección (en muchos de los lugares protegidos), agricultura intensiva vs. protección de acuíferos (Doñana, p. ej.) entre otros. Recientemente, Castilla y León ha intentado que se revoque la protección al lobo y se permita su caza.

[11] Dificultades de gestión del Parque Nacional Picos de Europa entre las tres comunidades autónomas responsables.

Administración del Estado y la UE [12], por el aumento de visitantes a los parques nacionales [13], entre otros.

La protección marina merece un lugar destacado. Los objetivos internacionales señalan como meta para 2030 alcanzar el 30 % de superficie marina protegida (21 % actualmente en España) –el mar y sus habitantes es el mayor sumidero de CO_2, clave para la lucha contra el CC–. En España, este es uno de los mayores retos de protección medioambiental.

Sin embargo, *la protección no es suficiente; es imprescindible restaurar lo deteriorado* (81 % de los hábitats terrestres y acuíferos de la UE están en mal estado). El Reglamento de Restauración de la Naturaleza de la UE (UE, 2024/1991) (que estuvo a punto de no ser aprobado dada la oposición de los partidos de derecha y ultraderecha) establece ambiciosos objetivos de restauración e incluye la recuperación del 20 % de los ecosistemas terrestres y marinos de la UE para 2030 y la restauración total de los ecosistemas degradados para 2050. ¡Tamaña tarea! En España, tenemos los casos del Mar Menor [14] y del entorno de Doñana [15], entre otros.

Para Fernando Magdaleno, Subdirector General de Biodiversidad Terrestre y Marina del MITECO, el éxito de la restauración dependerá de un enfoque equilibrado entre ciencia, gobernanza y consenso social. «Necesitamos un marco estable, lo más consensuado posible, que permita restaurar nuestros ecosistemas sin generar conflicto social o político», lo que subraya que los retos van desde la coordinación entre administraciones hasta la financiación adecuada para proyectos concretos (CONAMA, 2024a).

Otro reto relativo a la protección de la naturaleza es hacer compatible la conservación de las áreas protegidas, sobre todo, de los parques nacionales, que es la figura legal con la máxima protección, con la creciente afluencia de visitantes –15 016 249 a los parques nacionales en 2023–. Si bien es cierto que la población española ya muestra preocupación por el medioambiente, obviamente no se incluye esta entre las preocupaciones prioritarias, como indicamos con anterioridad. Concretado en los parques nacionales, se está lejos de la compresión sobre su importancia ecosistémica más allá de sus valores paisajísticos. Este déficit se manifiesta como un imperativo para la educación ambiental.

---

[12] España lidera en la actualidad el *ranking* de infracciones medioambientales de la UE.

[13] 13 937 150 visitantes a los parques nacionales en el año 2022 (Europarc).

[14] Primera norma euromediterránea que se inscribe dentro del modelo que atribuye personalidad jurídica a los entes naturales: declaración del mar Menor como sujeto de derecho jurídico: *BOE* n.º 237, de 3 de octubre de 2022, fruto de una lucha histórica del movimiento ecologista.

[15] Finalmente, en 2024 se consiguió un acuerdo entre el Gobierno de España y la Junta de Andalucía, administraciones históricamente enfrentadas por el asunto de su protección, aunque ha producido choques entre las propias administraciones locales por la distribución de los fondos económicos (setenta millones de euros que aporta el Estado en ese acuerdo), donde los agricultores son actores particularmente incidentes.

95.2.2. La energía del sol y los molinos de viento de El Quijote y de As Bestas[16]

España ha dado «pasos de gigante» en las últimas décadas en la producción y consumo de energías renovables. En 2023, España ha superado por primera vez el 50 % (50,3 %) del parque generador de energía eléctrica, lo que la convierte «en la primera de las grandes economías europeas en conseguirlo… el segundo país de la UE en capacidad eólica y el quinto en el mundo, y el octavo en capacidad instalada renovable del mundo» (BOE 986/2024, p. 1).

Un ámbito, cuya evolución es relevante seguir, es el del autoconsumo por energías renovables –principalmente solar–. Este todavía es escaso en edificios, viviendas y municipios, y organizados o no en comunidades energéticas, en comparación con, p. ej., Alemania[17], con menos horas de sol. Así y todo, en el ámbito de los hogares, en España, ya son más de doscientos mil los que cuentan con instalación de paneles solares. El autoconsumo[18] en 2023 disminuyó su crecimiento respecto al 2022 –año singular por muchas razones– en un 28 %, pero aumentó un 66 % comparado con 2021; crecimiento notable en cuanto a instalaciones residenciales (el doble), mientras que las industriales han crecido un 58 % respecto a dos años atrás, por lo que, según Muñoz (2024), España avanza a velocidad de crucero.

Los objetivos en España para 2030 (¡en solo cinco años!) se dirigen al 81 % de la electricidad por energía renovable, a fin de reducir los gases de efecto invernadero (GEI a partir de ahora) un 32 % en 2030 respecto a los niveles de 1990 (BOE, 2024). Es complicado, en particular en lo relativo a la movilidad con automóvil eléctrico, para el que se plantea el objetivo de 5,5 millones en 2030, que va muy retrasada –466 000 es la cifra actual[19]–, así como en la necesidad de ampliación de la infraestructura –la red– para la producción y consumo de energía que va en aumento. En

---

[16] *As Bestas* (Rodrigo Sorogoyen, 2022) es una película muy ilustrativa sobre la diferencia de aceptación de los parques eólicos entre la población rural tradicional y los nuevos rurales. Está basada en un hecho real.

[17] Por razones diversas, como son, más vivienda unifamiliar –aunque también mayor instalación en tejados y laterales de edificios–, mayor conciencia ambiental, menos barreras burocráticas, etc.

[18] El autoconsumo eléctrico presenta todavía barreras administrativas para su desarrollo, con el añadido de que la energía que no se consuma y se aporte a la red general, se remunera por la compañía energética a un precio inferior a la que se consume de la red. Esta penalización viene por el deseo empresarial de amortizar las centrales eléctricas de ciclo combinado (tecnología para producir electricidad a partir de combustibles fósiles, aunque con menores emisiones de CO_2 asociadas).

[19] Legislar a favor del vehículo eléctrico es crucial. Aunque el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima pretende que haya 5,5 millones de vehículos eléctricos en 2030, parece improbable cuando incluso todavía está pendiente de aprobación en el Congreso la ley de movilidad sostenible. Ciertamente, hay controversia sobre motor eléctrico vs. de hidrógeno, sobre la dependencia de China, o los propios problemas socioambientales que genera –como el caso del proyecto de mina de litio en Cáceres–.

cualquier caso, no cabe duda del avance de las energías renovables y de que *el futuro será eléctrico* (IEA, 2024) [20].

Sin embargo, cada vez está más claro que el problema ya no está tanto en lo que hay que añadir al sistema energético (las renovables), sino *en lo que hay que retirar* (los combustibles fósiles). Porque lo que ha ocurrido hasta ahora es que, a pesar del despliegue récord de energías limpias, dos tercios del aumento de la demanda mundial de energía en 2023 se satisficieron con combustibles fósiles (IEA, 2024) –en España, disminuyó la demanda de estos combustibles en 2,3 % respecto al 2022–. Es decir, crece la energía suministrada por las tecnologías limpias, pero también la generada con carbón, petróleo y gas [21], y esto lleva a que las emisiones de CO_2 –los GEI– mundiales no terminen de tocar techo. En España, los deberes de transición hacia las energías renovables los tenemos relativamente bien hechos en relación con la energía nuclear (uranio) [22], aunque haya algunas voces que la reclamen [23] para la lucha contra el CC. La sociedad española tiene una percepción clara al respecto de las centrales nucleares: a la pregunta «¿En general, piensa usted que las centrales nucleares son [...]?» respondió «extremadamente peligrosas para el medioambiente» el 29,6 %, «muy peligrosas» el 28,1 % y «algo peligrosas» el 20,4 % (CIS, 2023).

La disminución y ahorro de energía (en las instituciones públicas [24], empresas, hogares, etc.), más allá de la eficiencia energética por los avances tecnológicos (que así y todo tiene el reto de conseguir el 44 % de mejora al 2030) –es decir, la gestión no solo de la oferta, sino también de la demanda– es la gran olvidada en lo político y en lo social. Todavía hoy en España, mucha luz y calefacción se relaciona con riqueza y poca con pobreza e inseguridad. Pero, al mismo tiempo, comienza de forma tímida a manifestarse un paradigma de

---

[20] La Agencia Internacional de la Energía apunta al fin del reinado de los combustibles fósiles y al inicio de la era de la electricidad, aunque todavía con participación de la energía nuclear.

[21] Plantea interrogantes la inmensa demanda de energía (y de agua) que están requiriendo los bancos y macrogranjas de datos (una consulta a ChatGPT implica un consumo de medio litro de agua; para reducir dichos impactos, el Gobierno ha puesto en marcha un Programa Nacional de Algoritmos Verdes). España se ha convertido en la «meca» de la inversión en centros de las tecnológicas (Amazon, Microsoft, Oracle, Meta), por la apuesta de energía renovable del Gobierno para abaratar la energía y por el interés de energéticas y constructoras –Iberdrola, ACS y Acciona, entre otras– en participar en el negocio de infraestructuras para la IA. En apenas seis meses, los anuncios de inversión en España superan los 34 100 millones de euros. Ejemplo de ello es la inversión de 7500 millones de Blackstone para un centro de 224 hectáreas en Calatorao (Zaragoza).

[22] Está previsto que cierre completamente el parque nuclear en 2035. Las propias empresas energéticas no están interesadas en la construcción de nuevas centrales nucleares (a no ser que las financie el Estado, como ha sido históricamente), sino en alargar la vida de las existentes, lo cual conlleva problemas de seguridad, entre otros.

[23] Aprovechando la necesidad de reducir las emisiones de GEI, aparecen voces pronucleares. Muestra de ello es el comunicado que el Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de Madrid difundió (octubre de 2024) donde reiteraba su defensa de la energía nuclear. A esa opinión se ha unido Pepe Álvarez, secretario general de UGT.

[24] En las Administraciones públicas se estableció como temperatura límite de climatización 19 ºC en invierno y 27 ºC en verano.

menos luz nocturna [25], por razones diversas (impacto sobre animales y plantas [26], recuperar el cielo nocturno, etc.), aunque con conflicto en algunos casos sobre la cuestión de la seguridad nocturna, sobre todo, para las mujeres.

La oposición de la población, principalmente a la instalación de molinos de viento para la obtención de energía eólica, es destacable. Hay muchas variantes de esa oposición: asociaciones ecologistas (por el impacto de las aves) [27], población rural o urbanitas con segunda residencia en el espacio rural [28] (NIMBY, *Not in my back yard*).

Pero el indudable avance tecnológico precisa de un avance de la sociedad al respecto, lo que se viene denominando como una nueva cultura de la energía: la energía como derecho; un nuevo modelo energético (Plataforma para un Nuevo Modelo Energético, 2024) [29] y la vertebración y participación ciudadana para la democratización de la energía.

Esa nueva cultura sobre la energía es todavía escasa en la población española: aunque el 61 % muestra un apoyo muy elevado al uso de energías renovables para los suministros de electricidad, calefacción y combustible, solo una cuarta parte (23,3 %) cambiaría su proveedor energético a uno de energía renovable, aunque manifiesta que incluso si se incrementase el precio de su factura actual y solo un tercio (31,7 %) conoce alguna ayuda pública para apoyar la transición ecológica a fuentes renovables (FECYT, 2024). Al preguntarles por el impacto en la creación de puestos de trabajo si se instalara una planta para producir electricidad en su localidad, la respuesta más positiva es la relativa a las de energía nuclear y de gas, seguido de las eólicas (FECYT, 2024).

El coche es otro «cantar». Aunque en las grandes ciudades está disminuyendo el uso del automóvil privado por razones diversas (zonas de bajas emisiones, tendencia entre los *millennials* y la generación Z a utilizar fórmulas de coche compartido, p. ej.), el coche –y, cuanto más grande, mejor– sigue siendo «el correlato de la modernidad», en palabras del sociólogo Amando de

---

[25] El país insular de Niue, en el Pacífico, fue el primero en convertirse en Santuario Internacional del Cielo Oscuro, en 2020. El programa *Lights Out* anima a las ciudades, desde San Francisco a Nueva York, p. ej.

[26] Un caso ilustrativo de 2025 es el controvertido proyecto del Ayuntamiento de Madrid de iluminación estética nocturna con luces de colores de un tramo del cauce del rio Manzanares, en el denominado Madrid-Río, con profusión de plantas acuáticas y arbustos –resultado de una naturalización que se llevó a cabo por el consistorio anterior– entre los que se ocultan aves, lagartijas e insectos.

[27] Véase: Ecologistas en Acción (2024) Disponible en: https://www.ecologistasenaccion.org/323061/ecologistas-en-accion-rechaza-la-instalacion-de-proyectos-de-energia-renovable-en-la-red-natura-2000-y-exige-la-paralizacion-del-cluster-maestrazgo-en-teruel/, acceso 28 de julio de 2025.

[28] Plataforma a favor de los paisajes de Teruel (2022), entre otros. Disponible en: https://paisajesteruel.org/quienes-somos/, acceso 5 de agosto de 2025.

[29] Nuevo modelo energético basado en el ahorro, la eficiencia, las energías renovables y la soberanía energética, así como en la lucha contra la pobreza energética y contra el oligopolio eléctrico en España.

Miguel. El objetivo de la UE de prohibir la venta de coches diésel y gasolina (emisores importantes de GEI) a partir de 2035 se ha visto frenado *de facto* también en España, donde la comisión de hacienda del Parlamento acaba de rechazar el incremento fiscal del diésel [30].

95.2.3. España «paraíso» de la agricultura ecológica

España se sitúa en el primer lugar en superficie de agricultura ecológica –también llamada bio u orgánica– de la UE y está entre los tres primeros del mundo, por detrás de Australia y Argentina. Las cifras alcanzaron 2,9 millones de hectáreas en el año 2023 (12,51 %), lo que supone un incremento del 12 % respecto al año anterior.

Si se incluyen las tierras forestales ecológicas no consideradas agrarias, la cifra final se sitúa en 3,1 millones de hectáreas Los cultivos con más extensión en ecológico son los frutos secos (310 096 ha), olivar (292 868 ha), cereales para la producción de grano (261 924 ha) y viñedo (166 285 ha).

Andalucía es la comunidad autónoma con una mayor extensión en producción ecológica (1,5 millones ha), seguida de Castilla-La Mancha (519 327 ha), Cataluña (253 642 ha), Extremadura (141 001 ha), Región de Murcia (117 415 ha) y Aragón (100 557 ha) (MAPA, 2024). Estos son los datos, un hecho que la encamina a cumplir con lo fijado en el Pacto Verde Europeo, que marca que los países miembros de la UE se comprometen a dedicar un 25 % de sus tierras agrícolas a alimentos ecológicos.

Esto es viable gracias a las condiciones de nuestro país, que favorecen la producción ecológica enormemente: suelos fértiles, buena climatología y una gran diversidad de fauna auxiliar, como son los insectos, arácnidos y nematodos que intervienen como depredadores de los animales considerados dañinos para el cultivo ecológico, y, desde luego, por las ayudas institucionales, sin olvidar la mano de obra barata –inmigrantes– que ayuda a que sea rentable.

Sin embargo, queda camino por recorrer para una agricultura definida como realmente sostenible [31] (ecológicamente regenerativa y justa socialmente), no solo ecológica (libre de aquellas sustancias químicas contaminantes) y, desde luego, en la protección de las aguas de la contaminación agraria [32].

---

[30] Las razones son diversas: posible coste electoral; presión de las empresas de producción y venta; limitación de los coches eléctricos en cuanto a precio y puntos de recarga, etc. El diésel es un asunto político de primer orden; en Francia las movilizaciones de los «chalecos amarillos» en 2018 hicieron que el Presidente Macron diera marcha atrás en su intento de incrementar el precio; en España, el partido político Podemos exigió al Gobierno un decreto ley impositivo antes de final de año en curso –2024–.

[31] Ya existe la certificación AENOR de producción de cultivo sostenible que va en esa dirección.

[32] Por sentencia de 14 de marzo de 2024, el Tribunal de Justicia de la UE ha condenado a España por incumplir las obligaciones de la normativa de protección de las aguas contra la contaminación producida por nitratos procedentes de fuentes agrarias en ocho comunidades autónomas.

Lo paradójico –como ocurre con otros problemas ecológicos y de otros órdenes– es que un asunto beneficioso para la salud del planeta y la salud humana, resulta en un incremento de la injusticia ambiental (López, 2014), al estar consolidando dos vías de consumo de alimentos atravesadas por condiciones de clase social: alimentos «baratos» con pesticidas –aunque regulados y cada vez más sanos y menos contaminantes (MAPA, 2022)– versus alimentos ecológicos, bio u orgánicos con precios más elevados, dirigidos a un público muy concreto, con particular preocupación por su salud y mayor capacidad adquisitiva, así como a la exportación (a Alemania, p. ej.). Durante mucho tiempo, y tal vez para siempre, nuestras sociedades convivirán con, al menos, dos modelos distintos de agricultura, que conllevan estilos organizativos y culturales contrapuestos (Baigorri, 2001).

95.2.4. La «arquitectura» institucional de la política ambiental

Hasta tiempos relativamente recientes, la política ambiental de España era, casi en exclusivo, la transposición –más tarde que pronto– de las Directivas de la Unión Europea, dominada en la agenda medioambiental por Alemania y Países Bajos, entre algunos otros del «norte». Como consecuencia, quedaban fuera muchos de los problemas singulares de España como, por ejemplo, la desertificación.

La situación ha cambiado radicalmente. España ya cuenta con una «arquitectura» institucional sobre política ambiental capaz de abordar los problemas en todos los ámbitos de la Administración pública nacional [33], autonómica, local, hasta el punto de contar con un Ministerio de Transición Ecológica [34] y Reto Demográfico, con nivel de Vicepresidencia Tercera del Gobierno de España al momento presente y haber conseguido situar a la Ministra como Vicepresidenta de Transición Limpia, Justa y Competitiva de la UE de la Comisión Europea. Conviene, en cualquier caso, aclarar que, en cuanto a gestión, la mayoría de las competencias medioambientales en España están transferidas a las comunidades autónomas.

Esa «arquitectura», sin embargo, está todavía lejos de presentar un buen engranaje, principalmente, en lo relativo a la coordinación de los diferentes niveles de la Administración medioambiental [35], pero también en

[33] Para consultar los múltiples organismos a nivel nacional, véase: https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/organismos-y-organizaciones.html, acceso 1 de agosto de 2025.

[34] El nombre del ministerio es interesante, ya que el término «ecológico» va más allá del término «verde», que se utiliza en el Pacto Verde Europeo.

[35] La riada de Valencia ha evidenciado muchos asuntos, tanto en el mismo momento de la emergencia como en desarrollos normativos proteccionistas regionales que pueden impedir el desarrollo de infraestructuras necesarias para evitar daños (cauce del Barranco del Poyo), por entrecruce entre competencias estatales y autonómicas.

el cumplimiento normativo [36] y en las diferencias que desarrollan en la normativa [37].

Pero, al mismo tiempo de esa verticalidad, la crisis medioambiental y la emergencia climática, junto con la globalización y el avance de las tecnologías de comunicación, está incrementando la horizontalidad de las instituciones. En concreto, el cambio climático está propiciando y acelerando las interacciones entre ciudades del mundo, convirtiéndose estas en actores clave en esa lucha.

Las ciudades pasan así a ser *global players* (Pardo y Ortega, 2018), que buscan alianzas entre ellas, las instituciones, la sociedad civil y las empresas [38]. Así lo reclamaron las ciudades de forma explícita en la COP 23 [39] en la Cumbre de las Ciudades y las Regiones, en 2017, y plantearon la necesidad de que los Gobiernos nacionales doten de más herramientas a las regiones y ciudades para luchar de forma más efectiva contra el CC. Incluso en situaciones de escaso o nulo apoyo a nivel nacional –o federal, caso de Estados Unidos durante la primera presidencia de Trump, veremos sus ocurrencias–, los políticos a nivel regional y las ciudades se están organizando por la emergencia climática. Algunos ejemplos en España son la Red Española de Ciudades por el Clima y la Red de Gobiernos Locales + Biodiversidad.

95.3. Lo preocupante

95.3.1. Emergencia climática. SOS

El calentamiento global y su consecuencia de cambio climático dejaron ya hace tiempo de ser un interrogante para la ciencia. La temperatura media global de la superficie terrestre se ha incrementado en 1,2ºC desde 1850 [40], en España en 1,7ºC (AEMET; Valer, 2024).

---

[36] Solamente veinte municipios de los más de quinientos que tienen la obligación de establecer zonas de bajas emisiones, según la Ley 7/2021, de Cambio climático y transición energética, lo han hecho hasta el momento.

[37] Por ejemplo, en la gestión de residuos, con una disparidad de criterios no solamente entre comunidades autónomas, sino también entre provincias y municipios.

[38] Algunos ejemplos: en Europa, ante la insuficiente determinación de los Gobiernos frente al diésel, ya hay un número relevante de ciudades que acuerdan sumarse a una iniciativa (liderada por Stuttgart –en 2018–, Dortmund y otras setenta ciudades alemanas) para prohibir la circulación de vehículos de diésel; Santa Mónica (Estados Unidos), al igual que otros muchos municipios, obliga a que todos los nuevos edificios sean de cero emisiones; C40 es una red global de casi cien alcaldes de las principales ciudades del mundo que están unidos en acción para enfrentar la crisis climática; La Red Española de Ciudades por el Clima está compuesta por 367 entidades locales adheridas y dos observadores en el 2023; United Circles, iniciativa financiada por la Comisión Europea reúne a cuarenta y seis socios de toda Europa y está dirigida a integrar a industrias, ciudades y comunidades locales para transformar desafíos en soluciones concretas y sostenibles, destacando las *comunidades de práctica*, un enfoque que involucra a la ciudadanía en la toma de decisiones y fomenta la educación en economía circular.

[39] COP: Conferencia de Partes sobre Cambio Climático.

[40] Desde 1850, existen registros instrumentales razonablemente fiables con cobertura casi global.

Los referentes informes del IPCC[41] localizan las causas humanas –que se suma a la variabilidad climática natural– en la utilización de los combustibles fósiles, en los usos destructores del suelo, en los estilos de vida y patrones de consumo despilfarradores y de producción sucios, de virtualmente todos los países del mundo, aunque con diferencias entre países y dentro de cada país.

Como problema global que es –planetario pero local en sus causas y consecuencias–, el análisis del CC en España hay que situarlo necesariamente en ese contexto global.

Un reciente informe de la ONU (UNEP, 2024) indica que las emisiones de GEI marcaron un récord en 2023 al crecer 1,3 % (en 2024, nuevo récord) y advierte de que las políticas actuales de los gobiernos llevarán a un calentamiento global del planeta de más de 3 ºC, muy por encima de los márgenes de seguridad establecidos en el referente Acuerdo de Paris (2015) de las Naciones Unidas: 1,5 ºC y, si no es posible, 2 ºC, como máximo. Además, nos recuerda la necesidad de que esas políticas deben ser justas[42].

Las consecuencias del calentamiento global incluyen el aumento de acontecimientos meteorológicos extremos (olas de calor, sequías, tormentas, inundaciones, etc.) con impactos adversos, pérdidas y daños a la naturaleza, las sociedades y las personas (IPCC, 2023). Ante ese panorama, se considera imperativo poner la salud de las poblaciones en el centro de los impactos del CC, pero Romanello *et al.* (2023) ponen de manifiesto la escasa mención al tema en los documentos, debates y foros relevantes.

Para España, las previsiones de impacto del CC destacan la reducción de la disponibilidad de agua (el aumento del calor y la evapotranspiración están teniendo un papel más relevante que la reducción de las precipitaciones, cuyas tendencias no se aprecian todavía con claridad), la reducción de las temperaturas máximas y mínimas, olas de calor más prolongadas y mayor frecuencia de acontecimientos meteorológicos extremos. En el medio marino, se prevé el aumento de 2 ºC de la temperatura superficial del agua, la subida del nivel del mar y cambios en la salinidad y en el oleaje (Sanz y Galán, 2021).

Solo en términos de incendios forestales –asunto nada baladí en España– se ha producido un incremento del 15,8 % en dieciséis años –entre 2003 y 2019–. 2022 fue un año con récord de temperaturas y una sequía muy prolongada que favoreció la propagación de los siniestros, incrementándose todas las variables respecto al año anterior: el número de siniestros (incremento del 18,9 %) y la superficie afectada, tanto desarbolada (140,7 %) como muy especialmente la arbolada (370 %) (MITECO, 2023).

---

[41] IPCC, *Intergovernmental Panel on Climate Change*, es el órgano internacional encargado de evaluar los conocimientos científicos (metaanálisis) relativos al cambio climático y de emitir informes al respecto. Fue establecido por la Organización Meteorológica Mundial y el Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente en 1988.

[42] Los datos de 2023: los países del G20 fueron responsables del 77 % de las emisiones, frente apenas el 6 % en el caso de los cincuenta y cinco que componen la Unión Africana.

En España, las emisiones brutas de GEI en el año 2023 han supuesto una reducción[43] del 5,5 % respecto al año anterior y de 30,9 % desde el 2008 (INE, 2024), principalmente por el desarrollo de las energías renovables.

> Los hogares emitieron el 22,9 % del total…, la industria manufacturera concentró el 22,3 % y la agricultura, ganadería, selvicultura y pesca el 16,6 %. Las ramas de actividad que más disminuyeron sus emisiones de GEI fueron suministro de energía eléctrica, gas, vapor, aire acondicionado y agua (un 18,1 %) y la industria manufacturera (un 10,1 %). Por su parte, servicios de transporte y almacenamiento las aumentó un 3,1 % (INE, 2024).

Bienvenida sea esa reducción, sin embargo, además de la disminución en la cantidad –la cual es todavía insuficiente para alcanzar los objetivos–, la clave está en la necesaria mayor rapidez, en la velocidad del cambio[44].

Las Cumbres del Clima (COP)[45] son el instrumento clave para la lucha contra el CC, como problema global que es. De hecho, en un mundo organizado en Estados nación[46], es uno de los pocos acuerdos mundiales, que, aunque no vinculante ejecutivamente, sí funcionando relativamente[47] –«es la aldea gala» del multilateralismo–, quizá bajo la «presión» moral mundial dada la gravedad del problema –los países firmantes (197) tienen que presentar un informe anual de seguimiento (Inventario Nacional de GEI)–. España participa de manera muy activa en estas cumbres, de modo que llega a acoger la COP25 en 2019 en Madrid[48], establece los compromisos correspondientes y envía sus informes anuales sobre la evolución de los gases efecto invernadero.

La Unión Europea[49] ha asumido para el año 2030 el objetivo de, al menos, un 55 % menos de emisiones netas de GEI (una vez deducidas las absorciones) en comparación con 1990 –año de referencia– y la neutralidad climática a 2050; España un 32 % a 2030 y neutralidad climática en 2050. Estos objetivos no están exentos de escepticismo (Smil, 2024).

---

[43] La descarbonización va más lenta en la industria, el transporte y el sector residencial.

[44] España gastó 10 400 millones de ayudas a los combustibles fósiles en 2022, y el Parlamento aprobó en octubre de 2024 la eliminación del impuesto especial a las empresas de energía, aunque parece que el Gobierno lo recuperará mediante decreto ley.

[45] Las cumbres del clima nacen de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) (1992, en vigor desde 1994). Se trata de un acuerdo entre los principales países del mundo (de hecho 196 más la UE) para que los respectivos gobiernos se comprometan a reforzar sus políticas y a generar conciencia sobre todos los problemas vinculados al cambio climático.

[46] Una cuestión de calado es, precisamente, que ante un problema que es planetario, las propuestas se basan en los intereses de cada Estado, con escasa visión global.

[47] Existen críticas sobre la eficacia de las cumbres del clima –esto requeriría otro análisis–, máxime por la poca estética –o poca ética– de que se celebren en países petroleros, como es esta COP 29 en Azerbaiyán.

[48] Estaba prevista su realización en Santiago de Chile, pero un par de meses antes se cambió la sede a Madrid, en un tiempo récord.

[49] ¡Ojo!, a la disminución de GEI en la UE y en España ha contribuido fuertemente la deslocalización industrial.

95.3.1.1. La mitigación y la adaptación al cambio climático: un reto mayúsculo

Las políticas de lucha contra el CC se dirigen a la mitigación –eliminar las causas, los GEI[50]– y a la adaptación –limitar los impactos, reducir las vulnerabilidades e incrementar la resiliencia de los sistemas humanos y naturales–. La adaptación es inseparable de la mitigación y ambas estrategias deben integrarse de manera ambiciosa para abordar los desafíos climáticos. El marco político en España se establece en La Ley 7/2021, de 20 de mayo, de Cambio Climático y Transición Energética, en el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático, y en el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima.

La mitigación y adaptación al CC supone un esfuerzo económico, político, social, descomunal[51]. Es un acuerdo mundial que los países económicamente desarrollados deben aportar fondos[52] a los países que no tienen capacidad económica de afrontar tamaña tarea. Precisamente, el tema central de la COP29, que se ha celebrado en noviembre del 2024, ha sido la financiación. El acuerdo «agrio» –como siempre– a que se ha llegado *in extremis* es alcanzar una aportación de 1,3 billones de dólares para el año 2035 (los críticos pedían a 2030) de fuentes públicas y privadas, bilaterales y multilaterales, aunque sin especificar claramente de dónde saldrán; el bloque de los países desarrollados adquieren un compromiso cifrado en trescientos mil dólares anuales –muy por debajo de las necesidades, según sus críticos que pedían quinientos mil– por las naciones ricas[53] a esa fecha y sin mencionar a los combustibles fósiles –por las presiones encabezadas por Arabia Saudí–. ¡Todo un desafío!

La resiliencia se presenta de manera recurrente como un concepto clave para la adaptación al CC. El propio término adaptación tiene en castellano una connotación pasiva –acomodarse, integrarse–. Un breve recordatorio etimológico lo sitúa en el verbo *resilio*, *resilere*, que significa saltar hacia atrás, rebotar, es decir, volver a la normalidad. Ante los impactos adversos del CC, no parece lo más acertado el volver a una normalidad que, precisamente, ha sido la causante del problema. En ocasiones, se confunden las consecuencias climáticas con el *backstage*; esto es, el CC tan solo

[50] El enfoque de disminución de los GEI se dirige principalmente a controlar la quema de combustibles fósiles, y apenas se tienen en cuenta a los generados por la agricultura, la ganadería, la deforestación, los cambios en los usos del suelo y la eliminación de residuos, todos ellos grandes emisores.

[51] Así y todo, «un euro invertido en adaptación puede ahorrar siete en el futuro», afirma María Esther Badiola, del Banco Europeo de Inversiones (BEI). Disponible en: https://www.conama.org/2024/expertos-llaman-a-actuar-con-urgencia-para-garantizar-la-resiliencia-frente-a-fenomenos-extremos/, acceso 5 de agosto de 2025.

[52] Países que ya son económicamente desarrollados y grandes emisores de GEI no han tenido responsabilidad de financiación hasta el momento. Es el caso de China, Arabia Saudí, Rusia y Corea del Sur, a los que se les ha pedido contribuir, aunque de forma voluntaria.

[53] Hay países ricos como Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí y otros, que se encuadran formalmente entre los países en desarrollo, que no suman aportaciones a ese compromiso de los 300 000 millones anuales.

deja al descubierto las disfunciones sociales, los supuestos de normalidad en que se basa su funcionamiento (Pardo y Ortega, 2018). Enfoques basados en el fortalecimiento de las sociedades, de sus estructuras sociales, de la ciudadanía, para que sean capaces de llevar a cabo las transformaciones necesarias para resistir mejor a los impactos que sean inevitables y, además, muy importante, salir más reforzadas, son más escasos o inexistentes en las políticas de mitigación y adaptación al CC.

Mucho trabajo queda por hacer[54] y, sobre todo, a mayor velocidad –pero ¡ojo!, que la rapidez no impida ir en la dirección correcta–. La agenda investigadora y propositiva sobre el CC, históricamente –quizá por esa urgencia–, se ha puesto, ante todo, sobre «los hombros» de climatólogos y científicos naturales. La participación de científicos sociales –más allá de los economistas– ha sido más tardía y sigue siendo escasa.

Aunque ya existe una base social muy relevante en la ciudadanía española a la que le preocupa el CC –«¿Diría Ud. que en estos momentos el cambio climático le preocupa mucho, bastante, poco o nada?»: 71,6 % «mucho» y «bastante», en mayor medida en la edad de treinta y cinco a sesenta y cuatro años, más a las mujeres que a los hombres, y más a los que tienen estudios de la primera etapa de secundaria y superiores (CIS, 2024)–, es una ingenuidad política y sociológica creer que basta con cargarse de «buenas razones» para convencer a la sociedad de la urgencia de una política de lucha contra el CC y de sus consiguientes costes económicos. Particularmente peligroso resulta el avance de partidos políticos que no solo son negacionistas, sino que han hecho que se veten las políticas de lucha contra el CC –junto con la inmigración– su objetivo número uno.

En sus magníficos análisis estadísticos sobre el CC –informes del IPCC–, los climatólogos y científicos naturales olvidan –su capacitación es otra– que los escenarios catastróficos por el CC, las tensiones geopolíticas por los recursos, etc. tienen el carácter constitutivo de ser una experiencia histórica de las sociedades[55]. La pregunta debería ser, entonces, por los procesos de aprendizaje político, económico, social, esto es, por el papel que en la experiencia de las sociedades tienen los marcos de referencia culturales y los modelos interpretativos de la realidad. Todo esto no recae en el área de competencia de la climatología, sino de las ciencias

[54] Ciertamente, el avance es innegable. Valga como ilustración, según Fortune Global 500 (las primeras quinientas del mundo según ingresos), 45 % de las empresas tienen planes para 2050 de emisiones cero, 38 % más que en 2023 (Climate Impact Partners, 2024), aunque el *greenwashing* también es una práctica empresarial en muchos casos. Un caso reciente a seguir es la demanda de Iberdrola contra Repsol, sin precedentes en España, que abre una vía judicial contra el *greenwashing*.

[55] La dana de octubre de 2024, en Valencia, Albacete y Andalucía, ha supuesto un proceso tan traumático para las poblaciones, las administraciones, los negocios y todos los sectores afectados/implicados, que necesariamente va a producir –está produciendo ya– cambios drásticos en la percepción del cambio climático, en el urbanismo, en la arquitectura institucional, en el impacto concreto –no es algo global, abstracto– y en la vida cotidiana de las personas.

sociales [56] (Pardo, 2019). El aumento de la investigación sociológica en materia de CC es un importante cambio a fecha 2024 en España [57].

95.3.2. El avance del desierto

Más de dos terceras partes del territorio español pertenecen a las categorías de áreas áridas, semiáridas y subhúmedas secas (MITECO, 2024a), es decir, son zonas desérticas o susceptibles de sufrir desertificación. Se trata de un asunto serio en sí mismo y en combinación con el cambio climático.

La desertificación constituye un proceso complejo, resultado de múltiples factores, entre ellos los siguientes en España:

1) Clima semiárido en grandes zonas, sequías estacionales, extrema variabilidad de las lluvias y lluvias súbitas de gran intensidad.
2) Pérdidas de la cubierta forestal a causa de repetidos incendios de bosques.
3) Crisis en la agricultura tradicional, con el consiguiente abandono de tierras y deterioro del suelo y de las estructuras de conservación del agua.
4) Ocasional explotación insostenible de los recursos hídricos subterráneos, contaminación química y salinización de acuíferos.
5) Concentración de la actividad económica en las zonas costeras como resultado del crecimiento urbano, las actividades industriales, el turismo y la agricultura de regadío, lo cual ejerce una intensa presión sobre los recursos naturales del litoral (MITECO, 2024a).

Es decir, además de las condiciones orográficas, está muy presente la «mano humana»; la desertificación tiene su origen en complejas interacciones de factores físicos, biológicos, políticos, sociales, culturales y económicos (MITECO, 2024a). Un mayor control de los recursos hídricos –el agua, ese bien básico y escaso en muchas partes de España [58]– es clave, así como de los usos del suelo, para evitar la sobreexplotación por las actividades agroganaderas.

No existe estrategia alguna en la UE sobre desertificación y degradación de las tierras, aunque existen otras varias estrategias, planes de acción y programas de gasto, como la política agrícola común, la Estrategia forestal de la

---

[56] En libros científicos sobre cambio climático se puede encontrar a menudo una inflación de consejos en favor del clima: poner la lavadora llena en programa frio; comprarse un automóvil más pequeño; cambiar el exprimidor eléctrico por uno mecánico o manual; usar el toldo para evitar el uso del aire acondicionado, etc. Este tipo de consejos, siendo positivos, tienen una relación grotesca con la dimensión del problema al que nos enfrentamos.

[57] Desde la publicación del artículo (Pardo, 2006, disponible en: https://elpais.com/diario/2006/10/03/opinion/1159826405_850215.html, acceso 29 de julio de 2025) a los aproximadamente 19 100 resultados, a fecha noviembre 2024, de la búsqueda en Google Scholar «Sociología y Cambio Climático España», se aprecia cierta mejora.

[58] Como ilustración de ejemplos paradójicos: España es el principal productor de aguacates de Europa en zonas con escasez de agua, y cultivar un kilo de aguacates requiere mil doscientos litros de agua.

UE o la Estrategia de adaptación al cambio climático de la UE, que son relevantes para luchar contra la desertificación, aunque no se centran, específicamente, en esta cuestión [59].

El Tribunal de Cuentas Europeo (2018) llegó a la conclusión de que, pese a la amenaza real y creciente que representan la desertificación y la degradación del suelo para la UE, la Comisión Europea no tiene una idea clara del problema y las medidas tomadas para luchar contra la desertificación carecen de coherencia.

La reciente –2022– Estrategia Nacional de lucha contra la Desertificación es el marco de lucha contra este problema en España, pero la complejidad del tema y la diversidad de sectores, ámbitos y actores intervinientes requieren de una gran coordinación, no exenta de dificultades, entre otras razones, por la arquitectura institucional descentralizada existente y la utilización con fines políticos partidistas de, virtualmente, todos los temas.

95.4. A modo de conclusiones: ¿colapso o metamorfosis social?

Ante una amenaza tan seria para las sociedades humanas como es el cambio ambiental global –no para el planeta Tierra que, aunque cambiado, seguirá existiendo–, con un nivel de incertidumbre tan alto sobre el comportamiento del clima [60] y ante una situación sin precedentes en la historia humana, el miedo e incluso el pánico es una respuesta emocional y, probablemente, también racional.

La pregunta es si estamos ante un «colapso mundial», como a veces se anuncia por pensadores pesimistas, o ante una «revolución tecnológica», como anuncian otros pensadores con un arrogante optimismo. Estas dos posturas enfrentadas relegan a un segundo plano el enfoque sociológico del cambio ambiental global y, en concreto, del CC. Este no está destruyendo el mundo, sino, principalmente, la imagen que tenemos del mundo actual. Tanto los predicadores de catástrofes como los optimistas defensores de las mejoras infinitas de las tecnologías exponenciales mantienen su horizonte referencial clásico, cuando lo que está ocurriendo es que el CC pudiera estar implicando una metamorfosis social: un cambio de coordenadas para la acción (Pardo y Ortega, 2018).

La emergencia climática y medioambiental ha permitido sintetizar, en una especie de «cristalización» social, un problema que se conoce por los científicos del clima desde hace décadas, pero que ha tenido una respuesta

---

[59] ¿Asunto del sur?

[60] De hecho, una de las incertidumbres más inquietantes es: si pudiera producirse una paralización –ya circulan más despacio– de las corrientes oceánicas termohalinas que regulan el clima de Europa, con la potencialidad de una «edad de hielo» en pocas décadas, ¿tendremos que emigrar a África?, ¿nos recibirán con los brazos abiertos? Disponible en: https://en.vedur.is/media/ads_in_header/AMOC-letter_Final.pdf, acceso 1 de agosto de 2025.

demasiado lenta por parte de la política, de la economía, de la ciudadanía y, por cierto, también por parte de los científicos sociales.

Desde una perspectiva sociológica, dicha emergencia está siendo un movilizador social necesario y oportuno –el CC se ha convertido en un «agente» de cambio social–, aunque también presenta riesgos si se traduce en pánico y paralización, por el posible colapso socioambiental.

Al mismo tiempo, la emergencia climática es una «ventana de oportunidad» de cambio social –sin que, por ello, se minimice la gravedad del problema– pues somete las normas sociales a una reevaluación o, en términos de Nietzsche, a una «transmutación de valores», o, en palabras de Beck (2017), provoca una reflexión pública de donde surge un nuevo horizonte normativo: nuevos relatos, nuevas normas, nuevos comienzos, que tenga en cuenta los límites del planeta.

A modo ilustrativo, el CC está produciendo un cambio de modelo productivo hacia un modelo no solo «verde» –Pacto Verde Europeo–, sino ecológico, con baja intensidad en el uso de materias primas y enfocado a una economía circular (las tres R: reducción, reutilización y reciclaje –aunque para una circularidad completa habría que añadir racionalizar, rediseñar y reparar–)[61], energías renovables y eficiencia energética, una menor intensidad en el uso del suelo y una descarbonización de la producción y el consumo. Ese modelo económico abre una «ventana» de oportunidad[62] para la creación de empleo en sectores como la movilidad sostenible y los vehículos eléctricos, las energías renovables, la rehabilitación de edificios para que sean eficientes energéticamente y produzcan y utilicen energía renovable, la industria limpia sin emisión de contaminantes, la agricultura y la ganadería ecológicas y agroenergéticas, la gestión de residuos, el turismo sostenible y la consultoría y formación en esos nuevos sectores, entre otros.

En España, el número total de empleos «verdes» registrados alcanzó la cifra de 1 606 704 en 2022[63], de los cuales 1 351 678 correspondieron a hombres y 255 026 a mujeres, el 10,4 % del total, por lo que se mantiene en niveles idénticos a los del año 2021 y muy similares a los observados en 2019 y 2020 (MITECO, 2023). Los pronósticos son que se generarán entre 242 000 y 348 000 puestos de trabajo «verdes» anuales hasta el final de la década (un aumento de la ocupación del 1,7 % en 2030) (RD 986/2024).

Pero no cabe engañarse y pensar que la transición ecológica es un camino de «rosas». Se trata de un proceso complejo que requiere una ambiciosa transición económica, ecológica y social, además de cambios tecnológicos, con un coste económico, político y social que puede ser muy elevado.

---

[61] La tasa de circularidad en la UE en 2023 fue tan solo del 11,5 %, solo 3,6 puntos más que en 2004, y de 7,1 % en España (MITECO, 2024a). Esta tasa mide la contribución de los materiales reciclados al uso general de materiales.

[62] «Esto es una carrera, hay una competencia global por aprovechar las oportunidades de esta transición verde» afirma Gonzalo Sáenz de Miera, presidente del Grupo Español para el Crecimiento Verde (alrededor de sesenta empresas españolas que representan el 40 % del IBEX).

[63] Es el último año publicado, y es la primera vez que se tiene en cuenta este indicador en el informe oficial.

Según estimaciones (Kotz, Levermann y Wenz, 2024), la economía mundial está abocada a una reducción media de ingresos del 19 % a mediados de siglo debido al CC, aunque con diferencias entre países, con pérdidas previstas en casi todos con independencia de las decisiones sobre futuras emisiones.

Para España, se estima (Guo, Kubli y Saner, 2021) que la caída del PIB podría ser de hasta el 9,7 % aunque se sitúa en el puesto número doce de países con mejor resiliencia. Esas cifras serían mucho menores si, en los próximos treinta años, se cumplen los objetivos del referente Acuerdo de París de limitar la temperatura media global por debajo de 2 ºC. En ese caso, la pérdida del PIB en España sería de 2,5 %. Es la diferencia entre actuar y no actuar. Además, se sabe con un 100 % de certeza que todo va a empeorar antes de que mejore (IPCC, 2023), dado el dilatado tiempo de permanencia de los GEI en la atmósfera, aunque se parase de emitir desde hoy mismo.

Por tanto, los aspectos distributivos de los costes y beneficios entre países y dentro de cada país es un asunto clave de justicia climática y ambiental[64], de la dimensión ecológica de la justicia (López, 2014; López, Arriaga y Pardo, 2018). Se trata de que, ante situaciones desiguales y problemas diferentes, se precisa ofrecer soluciones diferenciadas, aunque, eso sí, coherentes entre sí –asimetría programática y asimetría política–. Mariana Mazzucato, de la University College London, ha reconocido que España se encuentra en una buena posición «con su agenda de transición ecológica justa».

España ha avanzado –en unos más que en otros– en algunos de los objetivos de la referente Agenda 2030[65], que marca los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Sachs, Lafortune y Fuller, 2024): igualdad de género, fin de la pobreza, salud y bienestar y energías limpias. Hemos avanzado en el *ranking* mundial –posición catorce de los 167 países analizados– en 2016 ocupaba la posición treinta, pero es insuficiente. *Todavía existen grandes desafíos*: lucha contra el cambio climático, vida de los ecosistemas terrestres, hambre cero, producción y consumo responsables, vida submarina y alianzas para conseguir estos objetivos y, sobre todo, establecer las interrelaciones entre todos los ODS, pues el medioambiente afecta a todos y cada uno de los diecisiete ODS.

El camino está establecido, aunque se plantean interrogantes, sobre todo, de orden político: el negacionismo ideológico –que tiene apellidos políticos–, las dudas razonables sobre la evolución de la política medioambiental de la UE[66], la posible desvinculación de Estados Unidos de los acuerdos mundiales climáticos con

---

[64] Dejamos aparte la cuestión de la justicia intergeneracional, que está en el corazón del desarrollo sostenible, dado que el cambio climático, la disminución de la biodiversidad, el deterioro de los ecosistemas, entre otros lo pagarán también las generaciones futuras.

[65] La Agenda 2030, la más ambiciosa y completa establecida por las Naciones Unidas, incluye diecisiete objetivos para el desarrollo sostenible y está complementada por el reciente Pacto para el Futuro para su aceleración, implicación del sector privado y, en general, el multilateralismo.

[66] Se acaba de aplazar doce meses la entrada en vigor de la pionera ley contra la deforestación; igualmente, se flexibilizaron a principios de año los requisitos en materia de protección medioambiental de las ayudas agrícolas debido a las protestas de los agricultores. Ya no se habla siquiera de transición «verde», sino «limpia».

la presidencia de Trump 2.0[67]. Esperemos que solo sean siembras imposibles que no lleguen a convertirse en cosecha. Pero también interrogantes sobre si la transición ecológica va a resultar, básicamente, en un neoliberalismo verde –es decir, más de lo mismo, aunque con reverdecimiento– o va a abrir la oportunidad y creatividad para un mundo menos depredador de recursos y más justo.

En el caso de la UE, atravesada en la actualidad por una gran división y un desdibujamiento de su influencia en el mundo global, las políticas medioambientales –de las que ha sido líder mundial después de California– y la lucha contra el CC presentan la oportunidad de «unir» –si se supera el negacionismo climático– a una Europa dividida y quizá de potenciar una identidad social europea, tan necesitada.

En España, la reciente DANA presenta la oportunidad de sacar lecciones –esperemos– de la terrible catástrofe, que aceleren cambios relevantes relativos al riesgo socioambiental del CC[68].

Por último, conviene tener en cuenta que las transiciones –de cualquier tipo–, para resultados de éxito, requieren ser procesos entendidos, participados y compartidos. No pueden ser llevadas a cabo sin participación, diálogo y consenso social. Por ello, además de las políticas económicas, legislativas, tecnológicas, para la transición ecológica se precisa profundizar en los instrumentos estratégicos sociales, todavía escasamente implementados en España. En palabras de Jesús Ferrero Soler, Subdirector General de Energías Renovables del MITECO, «La transición solo va a ser posible si se hace de la mano de los ciudadanos. Si hay oposición generalizada, la transición será muy difícil» (CONAMA, 2024b).

Instrumentos estratégicos sociales relativos a: mayor y mejor información adaptada a los diferentes sectores sociales[69]; comunicación, de ida y vuelta (hablar «con» en vez de hablar «a») para conectar con las preocupaciones sociales; participación social, ya que es imprescindible la colaboración amplia del conjunto de sectores sociales que componen una sociedad; y mayor investigación social[70],

---

[67] El grito de campaña de Trump 2.0 *drill, baby, drill* (perfora, nena, perfora) o eliminar las eólicas marinas porque «dañan a las ballenas» –¿le ha poseído el ecologismo?–, entre otras ocurrencias. Sin embargo, los estados, condados, municipios, empresas en Estados Unidos tienen agendas muy avanzadas en materia medioambiental y de energías renovables, difíciles de revertir a nivel federal. Además, está Elon Musk y su influencia en Trump; parte de su fortuna está construida sobre el coche eléctrico, y se define como «promedioambiente». Sí que puede afectar si Estados Unidos se retira del Acuerdo de París, ya que daría argumentos a países «remolones» para no cumplir con los compromisos climáticos.

[68] El Alcalde de Sevilla, del Partido Popular, ha paralizado inmediatamente un proyecto de desarrollo urbanístico ubicado en zona inundable, con motivo de la DANA.

[69] A la pregunta «¿Cuál de las siguientes alternativas le parece a usted la mejor manera de conseguir que en España las personas y sus familias protejan el medioambiente?», la respuesta de «Mayor información y educación para que las personas conozcan las ventajas de proteger el medioambiente» obtiene un 49,9 % (CIS, 2023).

[70] Cabe mencionar el cambio cultural que se está produciendo en la academia, donde en buena parte de los proyectos de investigación sobre naturaleza, salud, etc., buscan incorporar científicos sociales, debido a los nuevos criterios de valoración de la investigación y conscientes de la nueva realidad compleja.

justo para identificar las barreras y las oportunidades en cada uno de esos instrumentos.

Mucho que hacer, en un contexto inquietante.

Bibliografía

Actualización del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2023-2030 (2024). N.º 986/2024. *Boletín Oficial del Estado*, 2024.

Baigorri, Artemio (1999). De la naturaleza social de la naturaleza. En: Pardo, Mercedes (ed.). *Sociología y medioambiente: estado de la cuestión* (pp. 103-114). Pamplona: Universidad Pública de Navarra/ Fundación Fernando de los Ríos.

Baigorri, Artemio (2001). Introducción. En: *Agroecología y Desarrollo* (pp. 487-506). Badajoz: Mundiprensa.

Beck, Ulrich (1997). «La teoría de la sociedad del riesgo reformulada». *Polis*, 1(1), pp. 171-196.

Caballero, Manuela (2017). «Spanish environmental generations in the twentieth century». *Human Ecology Review*, 23(1), pp. 3-22.

Catton, William R. Jr. y Dunlap, Riley E. (1978). «Environmental sociology: A new paradigm». *The American Sociologist*, 13, pp. 41-49.

CIS (2023). *Encuesta General Española 2023, (ESGE) / Medioambiente III. ISSP*. Estudio 3391. Madrid: CIS.

CIS (2024). *Barómetro de octubre 2024. (Estudio 3478)*. Madrid: CIS.

Climate Impact Partners (2024). «Net Zero. As net zero has become a major pillar of corporate climate action, we work with you to deliver the 'net' in net zero». *Climate Impact Partners*. Disponible en: https://www.climateimpact.com/business-solutions/net-zero/, acceso 30 de julio de 2025.

CONAMA (2024a). «"Restaurar la naturaleza es también restaurar nuestro futuro" Fernando Magdaleno, MITECO». *CONAMA*. Disponible en: https://www.conama.org/2024/restaurar-la-naturaleza-es-tambien-restaurar-nuestro-futuro-fernando-magdaleno-miteco/, acceso 1 de agosto de 2025.

CONAMA (2024b). «La licencia social, un reto imprescindible para el éxito de las renovables». *CONAMA*. Disponible en: https://www.conama.org/2024/la-licencia-social-un-reto-imprescindible-para-el-exito-de-las-renovables/, acceso 6 de agosto de 2025.

Duarte, Carlos; Alonso, Sergio; Benito, Gerardo; Dachs, Jordi; Montes, Carlos; Pardo Buendía, Mercedes y Valladares, Fernando (2006). *Cambio Global. Impacto de la actividad humana sobre el sistema Tierra*. Madrid: CSIC.

EUR-Lex (2024). *Summaries of EU legislation*. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/browse/summaries.html, acceso 4 de agosto de 2024.

EUROPARC (2024). *España Anuario 2023 del estado de las áreas protegidas en España*. Madrid: Fundación Interuniversitaria Fernando González Bernáldez para los espacios naturales.

FECYT (2024). *Encuesta de Percepción Social sobre el apoyo a las Energías Renovables en España*. Madrid: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

Guo, Jessie; Kubli, Daniel y Saner, Patrick (2021). *The economics of climate change: no action not an option*. Swiss Re Institute.

IEA (2024). *World Energy Outlook 2024*. Paris: International Energy Agency.

INE (2024). *Cuentas medioambientales. Cuenta de emisiones a la atmósfera. Avace 2023*. Madrid: INE.

Inglehart, Ronald (1981). «Post-materialism in an environment of insecurity». *American political science review*, 75(4), pp. 880-900.

IPCC (2023). Summary for Policymakers. En: Lee, Hoesung y Romero, José (eds.). *Climate Change 2023: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 1-34). Geneva, Switzerland: Intergovernmental Panel on Climate Change.

Jiménez Blanco, José (1991). Prólogo. En: *Hawley, A.H. Teoría de la Ecología Humana*. Madrid: Tecnos.

Kotz, Maximilian; Levermann, Anders y Wenz, Leonie (2024). «The economic commitment of climate change». *Nature*, 628(8008), pp. 551-557.

López, Iván (2014). «Justicia ambiental». *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 6, pp. 261-268.

López, Iván; Arriaga, Alicia y Pardo, Mercedes (2018). «La dimensión social del concepto de desarrollo sostenible: ¿La eterna olvidada?». *Revista Española de Sociología*, 27, pp. 25-41.

MAPA (2022). *Encuesta de Comercialización de Productos Fitosanitarios 2022*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

MAPA (2024). *Estadísticas de Producción Ecológica de España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

MITECO (2023). *Perfil Ambiental en España 2022. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

MITECO (2024a). *Perfil Ambiental en España 2023*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

MITECO (2024b). *La desertificación en España*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Muñoz, Andrés (2024). «Radiografía del autoconsumo 2023 y previsiones de crecimiento 2024». *EDP*. Disponible en: https://www.edpenergia.es/es/blog/energia-fotovoltaica/radiografia-autoconsumo-2023-crecimiento-2024/, acceso 25 de julio de 2025.

Nuevo Modelo Energético (2024). *Plataforma para un nuevo modelo energético*. Disponible en: https://nuevomodeloenergetico.org/la-plataforma/, acceso 1 de agosto de 2025.

Pardo, Mercedes (1996). «Sociología y medioambiente: hacia un nuevo paradigma relacional». *Política y Sociedad*, 23, pp. 33-51.

Pardo, Mercedes (1997). *The Waste Society: Some elements for a Social Theory of Waste in Modern Societies*. Disponible en: https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/988e8215-99ed-431a-9b3a-db21625ed826/content, acceso 4 de agosto de 2025.

Pardo, Mercedes (2019). *Cambio Climático: entre el Colapso y la Metamorfosis Social, perspectiva sociológica*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. [Lección inaugural curso académico 2019-20]. Disponible en: https://www.uab.cat/doc/llico-pardodoc, acceso 1 de agosto de 2025.

Pardo, Mercedes y Ortega, Jordi (2018). El Impacto Social del Cambio Climático, la metamorfosis social como ventana de oportunidad. En: *Informe España 2018* (pp. 365-391). Madrid: Universidad Pontificia de Comillas, Cátedra J.M. Martín Patino.

Romanello, Marina; Di Napoli, Claudia; Green, Carole; Kennard, Harry; Lampard, Pete; Scamman, Daniel; Walawender, Maria; Ali, Zakari; Ameli, Nadia; Ayeb-Karlsson, Sonja; Beggs, Paul J.; Belesova, Kristine; Berrang Ford, Lea; Bowen, Kathryn; Cai, Wenjia; Callaghan, Max; Campbell-Lendrum, Diarmid; Chambers, Jonathan; Cross, Troy J. Daalen, Kim R. van…(2023). «The 2023 report of the Lancet Countdown on health and climate change: the imperative for a health-centred response in a world facing irreversible harms». *The Lancet*, 402(10419), pp. 2346-2394.

Sachs, Jeffrey D.; Lafortune, Guillaume y Fuller, Grayson (2024). *Informe sobre Desarrollo Sostenible 2024*. Sustainable Development Solutions Network / Dublin University Press.

Sanz, María J. y Galán, Elena (2021). *Impactos y riesgos derivados del cambio climático en España*. MITECO.

Smil, Vaclav (2024). *2050. Por qué un mundo sin emisiones es casi imposible*. Madrid: Arpa.

Tribunal de Cuentas Europeo (2018). *Informe Especial n.º 33*. Tribunal de Cuentas Europeo.

UNEP (2024). *Informe sobre la Brecha de Emisiones 2024*. UNEP.

Valer Murillo, José L. (2024). «Causas del rápido aumento de la temperatura en la península ibérica por encima de la media global». *AEMET*. Disponible en: https://aemet-blog.es/2024/04/07/causas-del-rapido-aumento-de-la-temperatura-en-la-peninsula-iberica-por-encima-de-la-media-global/#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%20se%20ha%20calculado,conjunto%20de%20los%20observatorios%20meteorol%C3%B3gicos, acceso 29 de julio de 2025.

WWF (2024). *Informe Planeta Vivo 2024. Un sistema en peligro*. Gland, Suiza: WWF.

96. La educación en una sociedad en cambio

Mariano Fernández Enguita
Catedrático Emérito
Universidad Complutense de Madrid

A la memoria de Julio Carabaña, amigo querido, compañero entrañable y colega admirado

Para quienes escribimos y leemos sobre él, el sistema educativo es, si no parte de la naturaleza (anatema para científicos sociales), sí parte del paisaje; algo que siempre ha estado ahí. Pero lo cierto es que no ha sido así, o no de ese modo, aunque en la perspectiva de una generación, incluso en la compartida hoy por sucesivas generaciones, pueda parecerlo. Aprendizaje siempre ha habido, pues es consustancial a la vida; educación también, al menos, desde que contamos con el lenguaje, y escuela, desde que surgió la escritura, en torno a unos cinco mil años. Sin embargo, la *escolarización* de la infancia, el sistema educativo o escolar, al que de forma simplificada y metonímica solemos referirnos como «la educación», es otra cosa: en la tradición occidental, tras algunas iniciativas desde el siglo XVII, despega como escolarización universal (primaria) efectiva en el XIX de forma señera en Prusia y Francia; a escala global, todavía era uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Unesco (ODM 2), formulados en 2000 para 2015 –o sea, para 2020– y que fueron sustituidos en 2015 por los ODS para 2030 (pasando a ser el ODS 4, más ambicioso). Hoy es una realidad universal, aunque más en términos de institucionalización formal que de aprendizaje efectivo (Pritchett, 2013). En España, fue un propósito nominal desde la Constitución de 1812, un horizonte legislativo desde la ley Moyano de 1857 y un objetivo al que se aproximó la Segunda República, pero que solo alcanzaría plena efectividad entre la segunda mitad de los setenta y los primeros ochenta del pasado siglo.

La primera ola de escolarización, en su momento conocida como *la escuela* a secas y cuyo legado es la enseñanza primaria, nació con un propósito muy limitado: la lectura, la escritura y el cálculo elemental (las *three R's*) más una capa de adoctrinamiento religioso y (o simplemente) moral, además de, por supuesto, nacional. La enseñanza secundaria y la universidad, por su parte, nunca fueron brotes orgánicos de la escuela básica, sino que, en gran medida, la precedieron como espacio de reproducción de las clases más acomodadas, las burocracias religiosas y estatales y las primeras profesiones. Pero, en cierta época (entreguerras en los Estados Unidos y la URSS, posguerra en Europa central y del norte, el periodo del *desarrollismo* en España, etc.), la secundaria pasó a ser vista como una necesidad y un derecho universales, así como la universitaria ha llegado a convertirse hoy en el norte global del que formamos parte, en una aspiración generalizada, aunque no unánime. Este

brevísimo paseo histórico, a pesar de esquemático, nos sirve de base para estructurar la presentación panorámica que viene: hoy en día, la escuela primaria no es vivida *prima facie* como un problema, salvo por cuanto podemos ver en ella el germen de los que serán más visibles en otras etapas. La secundaria, en cambio, concentra en sí la enumeración habitual de las debilidades del sistema: repetición, fracaso, abandono y academicismo. Junto con la superior, además, habría perdido valor hasta estar detrás de la manida detención, o avería, del *ascensor social* (García-Altés y Ortún, 2014), por no hablar ya de la *sobrecualificación*, el *subempleo*, etc. La terciaria, llamada a ser el *final feliz* para el mejor alumnado o, al menos, para el más convencido, está cambiando también de naturaleza, sobre todo en la parte discente: del grupo de edad homogéneo a la mezcla de edades, de la incondicionalidad al distanciamiento, de la presencialidad a modalidades en línea o mixtas, de la garantía de rentabilidad al riesgo de frustración o de endeudamiento, etc. (Gwosc *et al.*, 2021).

Pero hay más: tras la universalización efectiva de la escuela primaria vino la todavía inacabada de la secundaria (incompleta no solo en el otro mundo *no tan rico*, sino también en aquel, o este, donde no es obligatoria ni lo bastante diversificada para que todos encuentren y culminen un recorrido) y vino, asimismo, aun habiendo arrancado después, pero con un empuje particularmente potente en España, la de la preescolar o infantil, cuya función es más bien el cuidado, pese a la mucha *neuromúsica*; función que, a su vez, recobra o adquiere hoy nuevo protagonismo en todo el recorrido escolar e incluso se abre paso en la educación superior o universitaria. Por último, el sistema escolar surgido en estos siglos, tal como lo conocemos, fue, ante todo y sobre todo, hijo de la imprenta, que fue la tecnología y el ecosistema informacional de la modernización y la modernidad; tecnología y ecosistema a los que aquel todavía se aferra, mientras que la humanidad, la sociedad y la cultura –lejos ya de un siglo marcado tanto o más por los medios audiovisuales de comunicación de masas, que la institución escolar mantuvo a raya o *se saltó*– se encuentran ya sumergidas, en las últimas décadas, en un imparable y ubicuo ecosistema digital que trae consigo otra generación de problemas y oportunidades –también, y quizá ante todo– para la educación. Contra este panorama, deben pensarse las coordenadas del sistema educativo. Las páginas que siguen no tratan de ofrecer una descripción ni un análisis exhaustivos, algo imposible incluso de manera superficial, sino que intentan señalar la estructura fundamental y las cuestiones más importantes a estudio, algunas de ellas propias del sistema educativo tradicional y su peculiar desarrollo español, más o menos conocido, así como otras todavía en gestación a partir de procesos no previstos del sistema y de un radical cambio de escenario.

Disponemos para ello de un rico catálogo de fuentes, casi excesivo. Cuando este libro salga a la luz, se cumplirá medio siglo desde que su autor comenzó a trabajar sobre la educación. Había entonces dos fuentes estadísticas oficiales en España: la *Estadística de la Enseñanza no Universitaria* (además de la universitaria), publicada por el INE, y los *Datos y Cifras de la Educación en España*, publicados por el Ministerio –por entonces– de Educación y Ciencia. En el ámbito internacional solo existía el *Anuario Estadístico* de la Unesco, que dedicaba media docena de páginas a cada país. Hoy contamos en el ámbito internacional

con datos ya mucho más sistemáticos de la Unesco (del Unesco Institute for Statistics, UIS), pero, sobre todo, con los de la OCDE (*Education at a Glance*, o *Panorama de la Educación*) y la Unión Europea (Eurostat), como parte de conjuntos más amplios con otros datos relacionados sobre (des)igualdad de género, migraciones, empleo, ingresos, consumo cultural, acceso a las comunicaciones, etc. Estos mismos organismos suelen publicar anualmente informes que van abordando temas monográficos, también con gran riqueza de datos: Unesco lo hace, por ejemplo, con el *Informe GEM* (*Global Education Monitoring*, o *Informe Global de Seguimiento de la Educación*); la OCDE lo hace con *Education Outlook* (*Panorama de la Educación*), y la Unión Europea lo hace con los numerosos informes cuantitativos o cualitativos de la red Eurydice, así como con el *Monitor de la Educación y el Aprendizaje*.

Algunas fuentes no propiamente educativas pueden ser muy relevantes para el estudio de la educación, aunque no sea esta su prioridad: por ejemplo, la Encuesta de Población activa (EPA) y su correspondiente europeo (*European Union Labour Force Survey*, EU-LFS) o la Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) y el suyo (*Statistics on Income and Living Conditions*, EU-SILC). A ello se añaden pruebas internacionales tales como PISA (competencias básicas a los quince años), PIAAC (adultos) y TALIS (profesorado), todas ellas de la OCDE o PIRLS (lectura); TIMSS (matemáticas y ciencias), ICILS (competencia digital) e ICCS (ciudadanía), todas ellas de la IEA, Asociación Internacional para la Evaluación Educativa, o ESLC (lenguas extranjeras) y Eurobarómetros ocasionales, estos de la Comisión Europea, que no solo ofrecen esos resultados sobre competencias que suelen llegar como palmarés a la prensa, sino también una gran variedad de datos de contexto que hacen las delicias de sociólogos, economistas y demás. Otros organismos internacionales añaden datos asociados de gran valor, por ejemplo, la ITU sobre comunicaciones, incluido el acceso y los usos digitales de los jóvenes; la OMS sobre su salud y bienestar en la escuela, o el Banco Mundial sobre la educación en los países en desarrollo. A ello se unen, en fin, frecuentes investigaciones monográficas, sean periódicas u ocasionales, que pueden ser de mucho interés porque incluyen cuestiones educativas o sociales relacionadas con ellas, como hacen la Encuesta Mundial de Valores, la Encuesta Social Europea o el Eurobarómetro. Los datos internacionales son relevantes en cualquier ámbito, pero tienen un papel especialmente destacado en la educación. La razón es sencilla: rara vez tenemos un criterio absoluto. ¿Cuántos alumnos debe haber en un aula?, ¿cuántos por profesor?, ¿cuántas horas de clase al día o días al año?, ¿qué nivel de lectura en PISA es suficiente?, ¿qué residuo de abandono escolar es inevitable? No lo sabemos –de hecho, ni siquiera lo intentamos– y nos limitamos a comparar: los veintiocho alumnos por aula que se atribuían a la Unesco, los doscientos cincuenta estudiantes por orientador escolar que se le atribuyen hoy, legitimados, así como reivindicaciones, son siempre apócrifos, leyendas urbanas que las asociaciones de intereses repiten sin cesar, pero sin prueba alguna ni fuente ninguna, porque no hay prueba ni ha habido tal recomendación; sin embargo, son como la mayoría de las innumerables frases ingeniosas falsamente atribuidas a Confucio, Albert Einstein, Mark Twain, etc.; no hay modo de quitárselas de encima. Pero no por ello deja de ser cierto que, si cualquier magnitud relacionada con la educación varía en el tiempo o en el espacio, ya aporta un elemento de valoración (a las

burocracias les gusta llamarlo *benchmark*), al menos si suponemos que más es mejor o lo contrario. Quizá no haya otro campo en el que el comparativismo juegue un papel tan importante como en la educación.

En España, los datos fundamentales son compilados y organizados por los Ministerios de Educación (y lo que le acompañe, que hoy en día son la Formación Profesional, como siempre, pero ahora desglosada en el nombre, y los deportes: MEFPD) y, secundariamente para nuestros fines, el de Universidades (no solo variable, sino que aparece y desaparece, hoy sumido en el de Ciencia e Innovación: MCIU), a los que se unen los órganos de representación corporativa que elaboran sus propios informes, como el Consejo Escolar del Estado (CEE, que cada año publica un *Informe sobre el estado del sistema educativo*) y la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE, que publica *La universidad española en cifras* y *UniversiTIC*). Los datos no universitarios se encuentran, principalmente, en los portales del Ministerio de Educación (en EDUCAbase) y, en menor medida, del Instituto Nacional de Estadística (como parte de INEbase), así como en los principales informes periódicos del primero, tanto los dirigidos a la ciudadanía (*Datos y Cifras de la Educación*, a lo que se añade un sinfín de infografías en los portales oficiales) como las más profusas y a veces más complejas, dirigidas a académicos, expertos y profesionales (el *Sistema Estatal de Indicadores de la Educación*, el *Anuario Estadístico*, o *Estadística. Las cifras de la educación en España*, etc.). Otra serie de informes nacionales se destinan a la elaboración de los internacionales o se derivan de ellos: por ejemplo, cada *informe español* para el *monitor* de la UE o el *panorama* de la OCD, y los informes nacionales y notas país que preparan acompañan o siguen a las principales evaluaciones internacionales. Por lo demás, unos mismos datos pueden ir a dar, con la misma o distinta elaboración, a distintas publicaciones y cada publicación puede reunir datos de distintas fuentes y presentarlos o elaborarlos de la misma o de distinta manera, para presentarlos en informes de formato cerrado y estable o en páginas web dinámicas y en constante actualización (además de, en la mayoría de los casos, los microdatos a disposición de todos para otro tratamiento). Añádase que las comunidades autónomas, que son las que tienen las competencias educativas, también tienen sus propios portales y publican sus propios informes.

Las páginas que siguen, además de no ser sitio suficiente para muchos datos, no se centrarán en una fuente, sino que se tomará la que más convenga, por su contenido o por su forma, a lo aquí tratado.

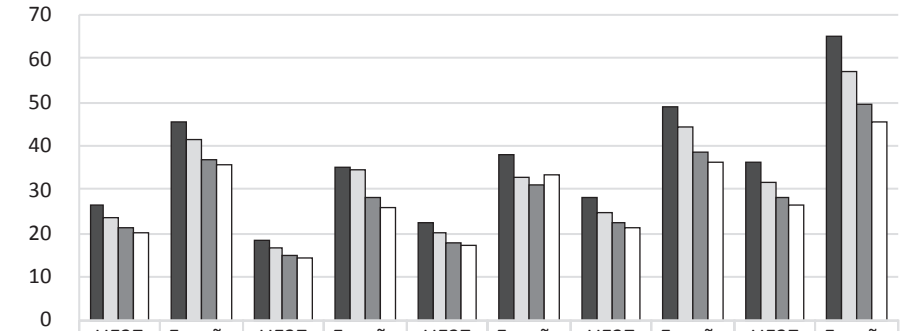
96.1. Un sistema con disfunciones idiosincráticas

Si se descompone el nivel de estudios, con base en la clasificación CINE (o ISCED, en inglés) de la Unesco y para distintos grupos de edad, en cualquier momento de la historia reciente –por simple comodidad, tan reciente como aquella para la que disponemos de series propias y comparadas homogéneas y de fácil acceso–, salta a la vista el atraso escolar acumulado por el país hasta bien pasada la primera mitad del siglo xx, una brecha que solo comenzaría a cerrarse en el último tercio del último siglo, en particular desde la Ley General

de Educación de 1970 y, luego, con el impulso de los Pactos de la Moncloa en 1977 y de la reforma comprehensiva (la LOGSE) de 1990, más el crecimiento inducido del bachillerato y la enseñanza superior (pero no de la formación profesional, como enseguida se verá).

Este atraso todavía se dejaba sentir en el nivel de estudios de la población adulta del primer cuarto del siglo XXI. El gráfico 96.1 recoge la proporción de adultos de distintos grupos etarios con estudios básicos como máximo (CINE 2, que hoy es la Educación Secundaria Obligatoria, o menos, y su equivalente en las ordenaciones de las leyes precedentes). Los datos seleccionados permiten situar el caso español en el contexto de la Unión Europea para usar esta como referente. El grupo de mayor edad, de cincuenta y cinco a sesenta y cuatro años, era en 2023 el de quienes debieron entrar al sistema escolar entre 1965 y 1974; el de menor edad, de veinticinco a treinta y cuatro años, lo haría entre 1995 y 2004. En los datos de España, vemos descender firmemente la proporción con estudios básicos o menos, lo que hoy llamamos (aunque no siempre fue así) abandono escolar prematuro o temprano (el porcentaje de jóvenes de dieciocho a veinticuatro años que ni tiene un título de enseñanza secundaria superior ni está estudiando para obtenerlo), tanto si comparamos las distintas cohortes decenales en un mismo año (por ejemplo, del 45,8 % entre los de cincuenta y cinco a sesenta y cuatro años al 14,5 % entre los de veinticinco a treinta y cuatro, todo ello en 2023) como si lo hacemos con cohortes equivalentes en distintos o sucesivos años (por ejemplo, del 45,3 % en 2012 al 35,8 % en 2023 entre los jóvenes de veinticinco a treinta y cuatro años), pero no desciende más deprisa que en el conjunto europeo; en última instancia, ni siquiera lo hace al mismo ritmo relativo, pues la desproporción incluso aumenta, aunque de forma muy leve.

GRÁFICO 96.1. *Adultos con CINE 2 o menos*

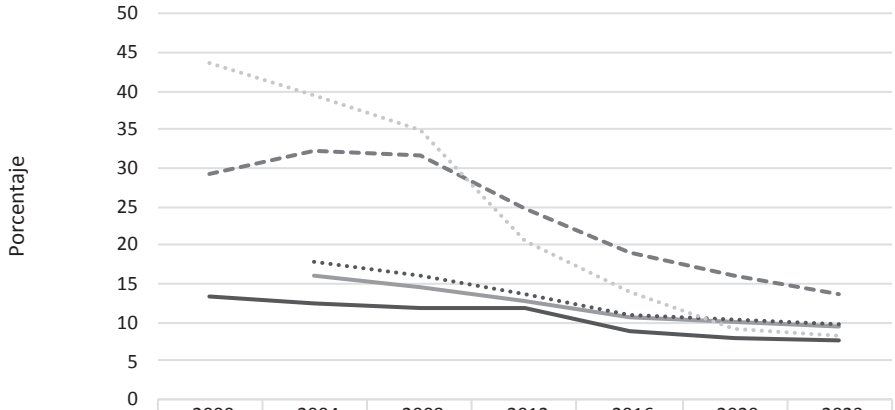


	25-64		25-34		35-44		45-54		55-64	
	UE27	España	UE27	España	UE27	España	UE27	España	UE27	España
2012	26,2	45,3	18,6	35,1	22,5	37,8	27,9	49,1	36,4	64,9
2106	23,4	41,7	16,8	34,7	19,9	33,0	25,0	44,1	31,7	57,3
2020	21,0	37,1	14,7	28,3	17,6	30,9	22,6	38,6	28,1	49,8
2023	20,2	35,8	14,5	25,7	17,2	33,3	21,4	36,3	26,7	45,8

Fuente: Eurostat, sdg_04_10 y elaboración propia.

El gráfico 96.2 muestra directamente las cifras relativas de abandono desde el cierre del pasado siglo y en ella incluimos también los datos de los dos países fronterizos, Francia y Portugal, además culturalmente próximos, para una valoración más aquilatada. En España, el abandono ya era, por desgracia, espectacular en el año 2000, un 29,1 %, pero todavía pudo aumentar en más de tres puntos para 2004, al 32,2 %. Luego, ha venido disminuyendo de forma rápida hasta hoy, al 13,7 % en 2023. Sin embargo, sigue siendo desmesurado en términos tanto absolutos como comparados; el objetivo europeo es hoy que el abandono quede por debajo del 9 % en todos los Estados miembros para 2030. En el cambio de siglo, el país era ya más que consciente de que presentaba unas cifras de *fracaso* y *abandono* muy elevadas, de modo que esa capacidad inusitada de superarse a sí mismo en lo que no debía expresa lo arraigada que, en la cultura nacional y sobre todo profesional, está la idea de que *no todo el mundo vale* para estudiar, lo mismo que el instrumento intermediario asociado de la repetición de curso (Fernández, Mena y Rivière, 2010). La comparación con los países vecinos no solo muestra las cifras españolas de abandono, al principio y al final del periodo, notablemente por encima de la Unión, en general, y de Francia, en particular, sino también el espectacular *sorpasso* sufrido por parte del vecino más parecido y antes peor situado, Portugal –recurriremos más a estos dos países para ofrecer una referencia de contraste sin sobrecargar las tablas–.

Gráfico 96.2. *Abandono escolar temprano*



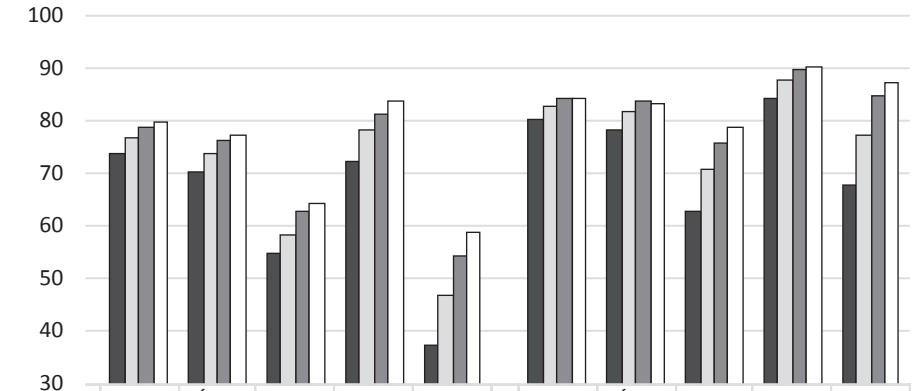
	2000	2004	2008	2012	2016	2020	2023
UE27		16,0	14,4	12,6	10,6	10,0	9,5
Área euro		17,7	16,1	13,6	11,0	10,3	9,8
España	29,1	32,2	31,7	24,7	19,0	16,0	13,7
Francia	13,3	12,3	11,8	11,8	8,8	8,0	7,6
Portugal	43,7	39,3	34,9	20,5	13,9	9,1	8,1

Fuente: Eurostat sdg_04_10 y elaboración propia.

La otra cara de esta imagen es el aumento de la población con un título posobligatorio (secundario superior o más, o sea, CINE 3 o más). El

gráfico 96.3 presenta la evolución en la proporción de esta para los grupos de edad de veinticinco a sesenta y cuatro y veinte a veinticuatro, el segundo, lógicamente, mucho más sensible al paso del tiempo, también con datos de Francia y Portugal. En el periodo, no cabe duda, España progresa (en el decenio largo de 2012 a 2023 y para el grupo de veinte a veinticuatro años, lo hace del 63 % al 79 %), pero no parece que lo haga de manera adecuada, pues, aunque se acerca a la media europea (que pasa del 80 % al 84 %), permanece sensiblemente alejada de Francia (pasa del 84 % al 91 %) y se ve superada por Portugal (del 68 % al 87 %). Si bien la universidad será objeto de otro capítulo en este libro colectivo, resulta aquí indispensable añadir unos mínimos datos para comprender la peculiar configuración del sistema educativo español en su conjunto. El gráfico 96.4 recoge el porcentaje de la población de veinticinco a treinta y cuatro años con un título de educación terciario (niveles cinco a ocho de la CINE: la terciaria profesional –o sea, los ciclos formativos de grado superior–, más toda la universitaria, del grado al doctorado). De nuevo, se compara España con Europa y con los dos países vecinos y ahora resulta que la proporción de titulados es un poco superior aquí, tanto al principio como al final de la serie; o sea, en lo que ya va de siglo, si bien la ventaja se va reduciendo.

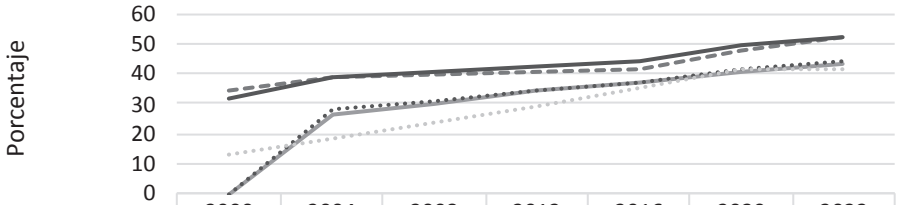
Gráfico 96.3. *Adultos con Cine 3-8*



	25-64 años					20-24 años				
	UE27	Área euro	España	Francia	Portugal	UE27	Área euro	España	Francia	Portugal
2012	73,8	70,5	54,7	72,4	37,3	80,1	78,1	63,0	84,1	67,8
2016	76,6	73,8	58,3	78,1	46,9	82,8	81,8	70,9	87,8	77,5
2020	79,0	76,3	62,9	81,5	54,4	84,1	83,6	75,9	89,7	84,9
2023	79,8	77,2	64,2	83,7	58,9	84,1	83,2	79,0	90,5	87,1

Fuente: Eurostat, tps00065, tps00186 y elaboración propia.

Gráfico 96.4. *Titulación CINE 5-8 (terciaria) en grupo de edad 25-34*



	2000	2004	2008	2012	2016	2020	2023
UE27	0	26,3	29,9	34,1	36,8	40,7	43,1
Área euro	0	28,1	30,8	34,0	36,7	41,5	44,1
España	33,9	39,0	40,0	40,4	41,0	47,4	52,0
Francia	31,4	38,5	40,6	42,6	44,2	49,4	51,9
Portugal	12,8	18,4	23,2	28,9	34,9	41,7	41,5

Fuente: Eurostat sdg_04_20 y elaboración propia.

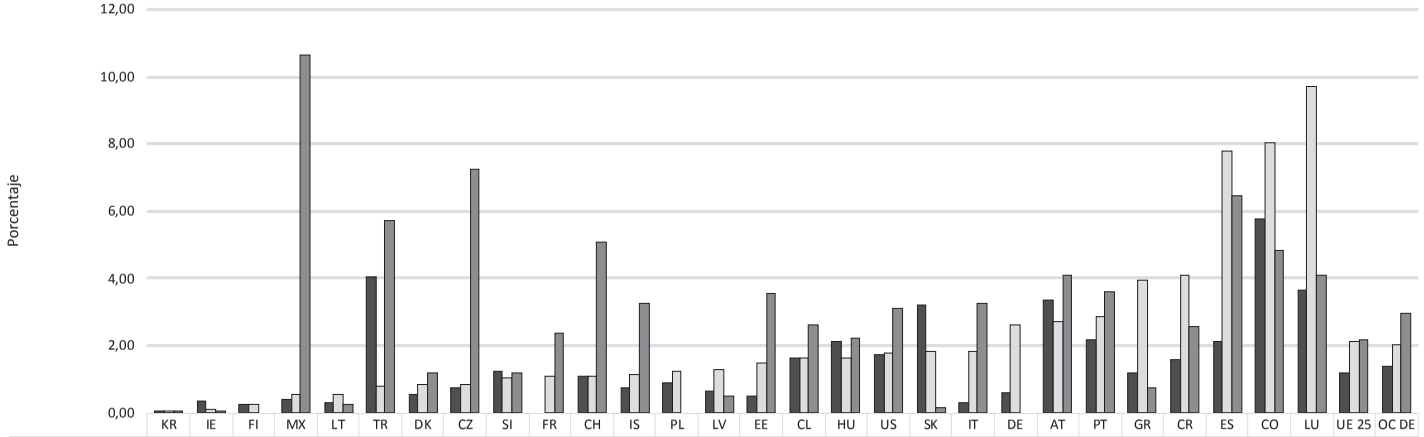
¿Cómo puede el país con la mayor tasa de abandono tener también la mayor proporción de universitarios (en ese grupo de edad)?. Solo hay una manera: a costa de las titulaciones profesionales intermedias: o la universidad o nada, parece que fuera la máxima nacional, lo cual tiene como reverso la ya mencionada elevada proporción de adultos con la educación básica o menos, la escasez de titulaciones técnicas y profesionales intermedias y la sobreoferta de titulaciones superiores, lo que probablemente implique sobreeducación o subempleo en su sentido más credencialista, hecho que da pábulo a la leyenda urbana del *ascensor*. El porqué de esta peculiar estructura ha sido durante mucho tiempo objeto de debate entre los estudiosos de la educación: historiadores, sociólogos, economistas y otros. En orden inverso de antigüedad, se ha señalado la idea tradicional católica del trabajo (léase manual) como condena por el pecado original, en contraste con la idea calvinista o protestante (y weberiana) de la riqueza como signo de predestinación y el trabajo como vocación, así como el menosprecio del trabajo físico heredado del ideal de hidalguía o el desprestigio de la formación profesional corolario de haberla dejado como la única vía al alcance de los no titulados al término de la EGB –en el marco de la LGE de 1970– o de la ESO –en el marco de la LOGSE de 1990–; es decir, como efecto perverso de la mal llamada *doble titulación* al final de la enseñanza obligatoria –en realidad, titulación-graduación versus certificación– o, sencillamente, de la incuria legislativa y la pesada inercia del academicismo frente a la profesionalización (el desdén por la FP, la ficción del bachillerato laboral y técnico, la reabsorción de las Enseñanzas y Actividades Técnico Profesionales del bachillerato bajo la LGE o de la Tecnología de la ESO bajo la LOGSE) y en su interior mismo (la invasión de la FP, sobre todo del Grado Medio, con materias académicas) (Grande, 2013; Martínez, 2002; Merino, 2005). La LOMLOE de 2020 y las Administraciones educativas de esta década han puesto un empeño notablemente mayor en impulsar la Formación Profesional posobligatoria y no universitaria, o sea, los Ciclos Formativos de Grado Medio (CFGM) y de Grado Superior (CFGS), con resultados variados: en el

nivel superior (CFGS), la tasa bruta de acceso (dada la variedad de vías por las que se accede, tiene poco sentido la neta), que en 2009-2010 era del 30,3 % y en 2021-2022 llegaba al 40,5 % (con un máximo del 43,6 % en 2012-2013); en el nivel medio (CFGM) se mantendría más estable, con un 35,9 % en 2009-2010 y un 37 % en 2021-2022 (y un máximo de 42,1 % en 2014-2015), y la FP Básica, introducida por la LOMCE en 2013 (o reintroducida, si se considera equivalente a la antigua FP I) y, a pesar de ser un notable objeto del debate entre *calidad* y *equidad*, o entre dos maneras opuestas de entenderlas, se mantuvo también relativamente estable entre el 11,2 % en 2014-2015 y el 7,7 % en 2021-2022 (INEE, 2024a, p. 37) (téngase en cuenta que las edades de referencia para las tres tasas son distintas: los dieciocho, dieciséis y catorce-dieciséis años, respectivamente, por lo que la suma de las tres se antoja elevada, pero no se trata de la distribución de una misma cohorte, sino del acceso desde varias).

En el siglo xx, era habitual referirse al tránsito de la población por el sistema de enseñanzas regladas con la metáfora de la *pirámide educativa* (Carabaña, 1997) o *escolar*: todos en primaria, solo parte en secundaria y una minoría universitaria, con la correspondiente distribución de egresos y títulos desde esas tres etapas. Con las reformas comprehensivas de la segunda mitad del siglo, que fueron materializando el objetivo de que todos cursaran y culminaran algún tipo de enseñanza secundaria, la distribución de los titulados de cualquier cohorte adulta debía tomar la forma de un *huso*: abajo una minoría decreciente con solo la educación básica o menos, en medio cada vez más con una secundaria completa y, arriba, otra minoría –creciente, pero minoría– con una educación superior. En España, sin embargo, esta distribución adoptó durante largo tiempo otra forma, la de un *diábolo*: un gran grupo con educación básica o menos (graduados o certificados primero de la Educación General Básica, durante casi todo el último cuarto del pasado siglo, y después en Educación Secundaria Obligatoria, con el desarrollo de la LOGSE), un reducido segmento de alumnos con solo títulos de secundaria superior (profesional o bachillerato) y otro, más amplio y de crecimiento más rápido, de titulados superiores. La amplitud del grupo con solo estudios básicos, los obligatorios, con o sin titulación al final de los mismos, tenía su origen inmediato en la dicotomía entre titulación o graduación (única pero no universal) y mera certificación de lo cursado (sin titulación o, incluso, sin un recorrido completo), que cerraba y todavía en parte cierra administrativamente el paso a la secundaria superior, y en la repetición de curso, que permitía y permite alcanzar el límite de edad de la escolarización obligatoria sin un título de secundaria superior e incluso sin el de secundaria básica, todo ello incluido en el epígrafe del abandono (*prematuro* o *temprano*). La amplitud del grupo con estudios universitarios era y es parte de la expansión del sector universitario en general, pero también, y mucho, del menosprecio por la educación técnica y profesional de nivel intermedio. Eso explica la aparente inconsistencia de que el país encabece la lista del abandono prematuro a la vez que se sitúa cómodamente en el tercio de cabeza en la del acceso a la educación superior.

Dos indicadores más localizados en la mecánica interna del sistema escolar merecen ser señalados: la repetición de curso y el nivel de competencias

GRÁFICO 96.5. *Tasa de repetición por etapas (2022)*



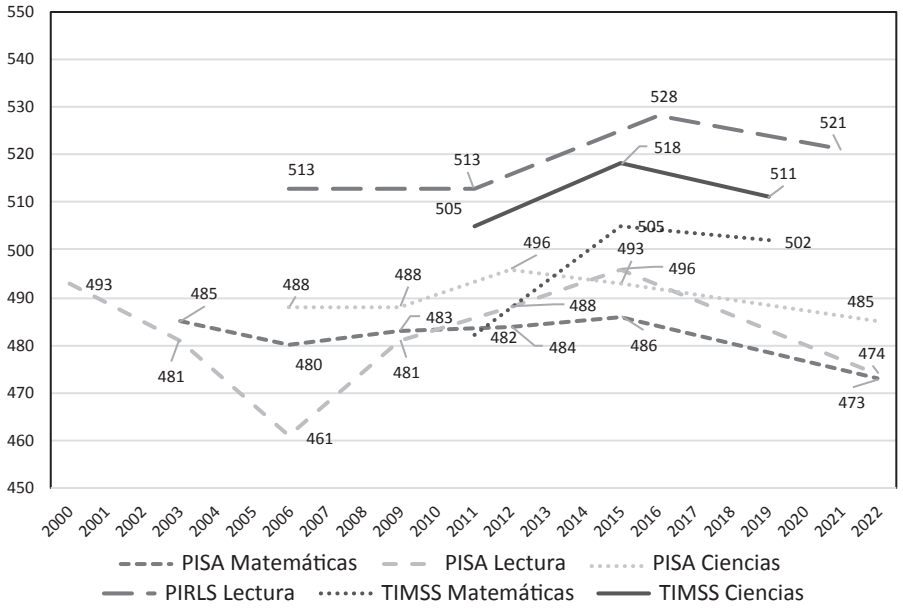
	KR	IE	FI	MX	LT	TR	DK	CZ	SI	FR	CH	IS	PL	LV	EE	CL	HU	US	SK	IT	DE	AT	PT	GR	CR	ES	CO	LU	UE 25	OC DE
Primaria	0,00	0,36	0,25	0,39	0,31	4,07	0,55	0,73	1,25	0	1,08	0,76	0,91	0,63	0,52	1,62	2,12	1,75	3,20	0,33	0,60	3,38	2,15	1,18	1,60	2,13	5,76	3,64	1,18	1,38
Secundaria inferior	0,00	0,11	0,25	0,54	0,57	0,78	0,83	0,85	1,02	1,08	1,11	1,13	1,22	1,31	1,50	1,61	1,65	1,77	1,81	1,84	2,64	2,71	2,85	3,96	4,10	7,79	8,05	9,71	2,11	2,03
Secundaria superior	0,01	0,05	0	10,65	0,26	5,72	1,19	7,24	1,21	2,36	5,10	3,25	0	0,51	3,56	2,61	2,23	3,13	0,18	3,26	0	4,11	3,62	0,75	2,55	6,45	4,84	4,08	2,19	2,94

Fuente: OCDE, *Repetition rate by Level of education*; OECD, Data Explorer, acceso 1 de diciembre de 2024.

adquirido. La primera viene influida por la ordenación del sistema, que la permite, y la cultura profesional (y social) que la fomenta y legitima, pero es incuestionable su papel causal, aunque no único, en la gestación del abandono escolar prematuro (y del fracaso escolar, antes incluso). La investigación nacional e internacional (sirvan como meros ejemplos Hattie, 2008; Xia y Kirby, 2009) ha señalado hasta el aburrimiento que, a pesar de un alto coste económico, social y personal, la repetición no resuelve ningún problema académico, salvo en los muy primeros cursos, donde el problema es más bien la desatención a los distintos niveles de maduración, especialmente relevantes en las edades más tempranas, además de que se requieren para que ayude ciertas condiciones de refuerzo, etc. En las aulas españolas, se vive un goteo cuyo resultado es que, a los quince años, ya ha repetido curso una vez o más el 21,7 % del alumnado. Cuando alguien ha crecido y sobrevivido en un proceso tal, puede llegar a encontrarlo *normal*, pero no lo es, como muestra cualquier comparación con otros países, por ejemplo, la del gráfico 96.5. Se trata de algo que era antes conocido como *el mal francés*, en el que acompañaban por tradición los países bajo influencia gala, pero de lo que Francia ya casi se ha liberado y otros compañeros de viaje lo van haciendo con dolor, España el que más.

Si vamos a la evaluación de competencias por parte de la OCDE, con su programa PISA, cuya octava ronda se estaría aplicando ahora de no haber sido porque la pandemia obligó a retrasar un año la anterior –y, con ella, todas las demás–, se registra una notable estabilidad en los resultados del país a

GRÁFICO 96.6. *Pruebas PISA, PIRLS y TIMSS*



Fuente: PISA 2022 Database, tablas I.B1.5.4, I.B1.5.5 e I.B1.5.6; PIRLS 2021, Exhibit 2.1.1, y TIMSS 2019, Exhibit 1.3 y 2.3.

lo largo del cuarto de siglo transcurrido: casi siempre muy levemente por debajo de la media fundacional de quinientos puntos y de la media anual, con desviaciones que la mitad de las veces no son significativas en cuanto a estadística (la significatividad suele estar en los nueve puntos), como puede verse en el gráfico 96.6, que recoge también los resultados de participación en las pruebas PIRLS 2019 de Lengua (Mullis *et al.*, 2023, p. 37) y TIMSS 2021 de Matemáticas y Ciencias (Mullis *et al.*, 2020, pp. 18 y 89), ambas para alumnos de cuarto curso de educación primaria. Cada andanada de las pruebas PISA (no tanto con las PIRLS, TIMSS u otras) suele provocar aquí, como en no pocos otros países, una catarsis, pero lo cierto es que la dorada mediocridad de estos resultados es mucho menos preocupante que la repetición o el abandono. Solo resta señalar que, en esos niveles de competencias PISA, en la mayoría de otros países se repite, se *fracasa* y se *abandona* mucho menos, como también sabemos que, entre las comunidades autónomas españolas, con distintos niveles de competencia se puede repetir igual y con el mismo nivel se puede hacer de manera desigual (Martínez-García, 2009).

96.2. Las desigualdades se mueven, pero a su aire

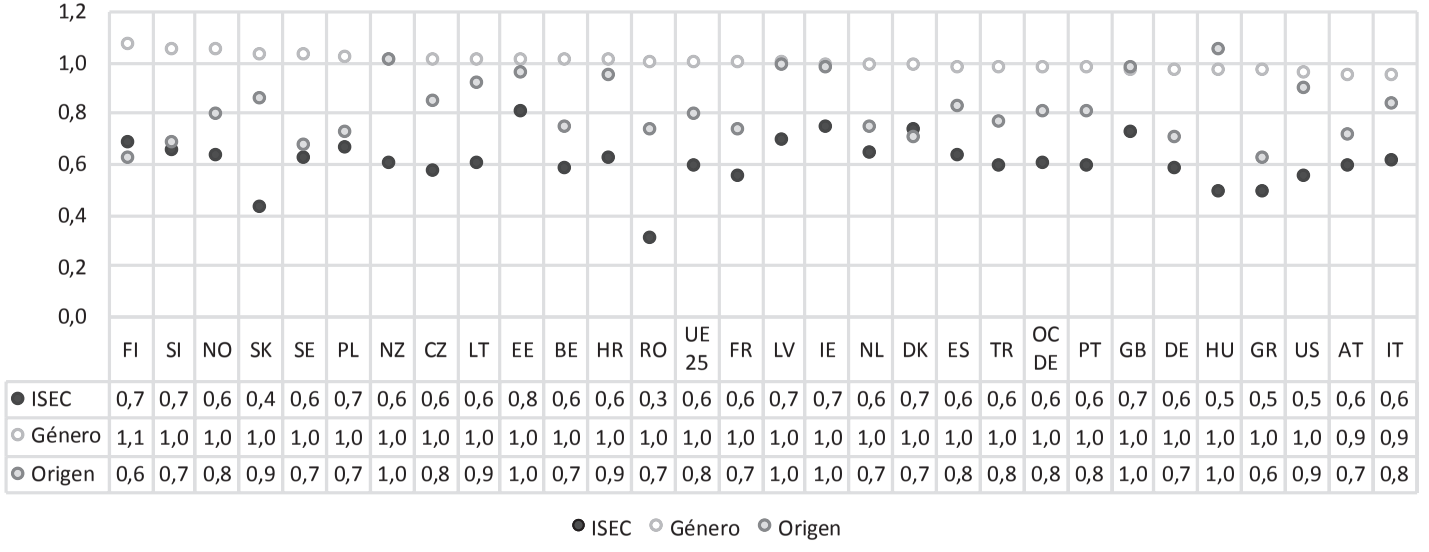
La educación –o, más exactamente, el sistema educativo escolar– ocupa hoy en el imaginario colectivo de la mayor parte de las sociedades y culturas un lugar central como bien deseable en sí mismo y como medio para el acceso a otros bienes, en particular al empleo en la vida adulta y a todo lo asociado al mismo (ingresos, estabilidad, carrera, prestigio, relaciones, etc.). Desde la *aristocracia del talento* invocada por Jefferson o la *carrera abierta al talento* celebrada por Napoleón (incluso desde la *Utopía* de Moro, al menos) hasta la estomagante autodefinición como «meritocracia» de toda burocracia actual, sea por su procedimiento de selección *a priori* (como las Administraciones públicas) o por su entramado de evaluaciones e incentivos (como en el sector financiero), se da por hecho que el primer campo de pruebas del mérito, inicialmente abierto a todos, es o ha de ser la escolaridad, lo cual obliga a dos tipos de verificación: la neutralización de las características sociales originarias para el logro escolar y la relevancia de este a la hora del acceso, por un lado, y las trayectorias en el mercado de trabajo y la actividad económica, por otro. La segunda parte es más propia del análisis de la estratificación y la movilidad sociales, que no va a faltar en esta obra colectiva, pero la primera resulta obligado abordarla aquí, aunque sea de manera muy esquemática, pues no nos interesa tanto el detalle como el panorama general; no los árboles, sino el bosque.

El análisis de las desigualdades (sociales) educativas se ha centrado tradicionalmente en cuatro grandes dimensiones: la clase social (en sus múltiples acepciones: relación con la propiedad y el trabajo, recursos y nivel de vida, capital cultural y escolar, etc.), el sexo o género (entendidos como coextensivos a estos efectos), la integración en el demos (etnia y ciudadanía) y el territorio (Estados y entidades subestatales, gradiente rural-urbano), a lo que hoy ya hemos aprendido a añadir la discapacidad. Por desgracia, estas solo son,

así descritas, dimensiones sumarias. La clase social, que ocupó un lugar central en la Sociología durante las últimas décadas del siglo XIX y la mayor parte del XX –al menos en Europa y, sin lugar a dudas, en España– ha perdido protagonismo, aunque lo recuperen cíclicamente la distribución de la renta y la riqueza, a favor del género y el origen. Por otra parte, no ha habido, hay ni habrá nunca acuerdo sobre qué son las clases, estratos u otras categorías ni sobre cómo delimitar o medir sus características, aunque haya conceptos, categorizaciones e indicadores obviamente preferidos por la teoría, los investigadores, los medios o los productores de datos, sea por convicción o por necesidad (como el ISEI, la CIUO/ISCO, la tipología EGP y otros, o el ISEC/ESCS y los tramos de renta). El sexo o género es una categoría fácil de tratar de manera estadística dado que se registra al nacer y suele durar toda la vida. La ciudadanía parece ofrecer una sencilla categorización entre ciudadanos y extranjeros, también por cuanto el dato administrativo es fácilmente accesible, pero es un espejismo, pues pronto se complica por su intersección y solapamiento con la etnicidad; la diferencia entre inmigrantes, refugiados y expatriados, o la transición de la primera a la segunda generación. El estudio de la etnia tiene como condición previa la identificación propia o ajena de cada categoría, sus agregaciones y desagregaciones (variables en el tiempo y entre el endogrupo y el exogrupo), por no hablar de la dificultad de contar con datos administrativos u otros. El territorio es también un saco que reúne distintas subdimensiones y fronteras, como las entidades subestatales, el gradiente rural-urbano o la ecología de los barrios. La discapacidad, en fin, es un conjunto casuístico de categorías no acumulables que apenas comienza a ser estudiado por las Ciencias Sociales en el ámbito de la educación. Dicho esto, el objetivo aquí se reduce a aportar unas indicaciones generales sobre la relevancia y la dinámica, para la educación, de estas diferencias y desigualdades sociales de origen.

El último *Panorama de la Educación* de la OCDE (OECD, 2024b) se abre con un capítulo dedicado al avance hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, concretamente el ODS 4, la educación. Para ofrecer una visión sintética, recurre al *índice de paridad*, que es el indicador 4.5.1 adoptado por la Unesco como medida principal de la desigualdad educativa, el cual compara la posición de quienes están (o estaban) en desventaja en una dimensión dada con la del grupo opuesto, privilegiado. Es sencillo: se divide una población en grupos (por ejemplo, mujeres y hombres) y se calcula la proporción en que cada grupo accede, respecto a su total, a un bien de interés (por ejemplo, a los estudios superiores); se dividen ambas proporciones y se obtiene así la razón de paridad. Con plena igualdad, las proporciones serán iguales y la razón siempre será uno; si, por convención, como es el caso, se sitúa en el numerador al grupo en principio desfavorecido una razón inferior a la unidad, esto indicará la existencia o persistencia de una desventaja y viceversa. Aparte del sexo, se atiende al «estatus inmigrante» y estatus socioeconómico: la primera distinción es impecable, aunque no todo estudioso del género estaría de acuerdo; la segunda, no tanto, pues reúne como inmigrantes a todos los alumnos cuyos dos progenitores nacieron fuera del país, con independencia del calendario de su incorporación al mismo y a la escuela –además, trata como mera cuestión de ciudadanía lo que también es, en buena

GRÁFICO 96.7. *Índices de paridad de género, clase (ISEC) y origen (nativo/inmigrante)*



	FI	SI	NO	SK	SE	PL	NZ	CZ	LT	EE	BE	HR	RO	UE 25	FR	LV	IE	NL	DK	ES	TR	OC DE	PT	GB	DE	HU	GR	US	AT	IT
ISEC	0,7	0,7	0,6	0,4	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,8	0,6	0,6	0,3	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6
Género	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9
Origen	0,6	0,7	0,8	0,9	0,7	0,7	1,0	0,8	0,9	1,0	0,7	0,9	0,7	0,8	0,7	1,0	1,0	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0	0,7	1,0	0,6	0,9	0,7	0,8

Fuente: OCDE, *Education at a Glance 2024*, Indicator SDG 4.11, fig. 5, p. 30.

medida, una divisoria étnica, a la vez que deja al margen al más antiguo, muy importante y solo secundaria o parcialmente migrante colectivo gitano–; la tercera se expresa en un índice de estatus socioeconómico y cultural (ISEC, o ESCS en sus siglas inglesas) compuesto a partir del nivel de estudios y el estatus ocupacional de los padres y varios componentes del equipamiento doméstico, que refleja así la triada clásica de educación, ocupación e ingresos. El índice es la razón entre los valores para los cuartiles primero y cuarto, es decir, inferior y superior (OECD, 2023b, pp. 263-264). Dado que el *panorama* de 2024 cuenta, como resultados más recientes, con los de PISA 2022, ofrece estos índices para el rendimiento en Matemáticas, que, en el caso español, arrojan los valores de 0,98 (mujeres/varones), 0,82 (inmigrantes/nativos) y 0,63 (primer/cuarto cuartil del ISEC) (OECD, 2024b, p. 30), y el mismo orden de diferencias para la UE25 –1, 0,8 y 0,59– y para la OCDE, 0,98, 0,8 y 0,6. El gráfico 96.7 presenta los tres índices para una treintena de países, índices que se muestran redondos a la hora de jerarquizar la resistencia de las desigualdades educativas, desde la ya residual del género hasta la tan persistente de la clase social, un recorrido dispar que ya era visible al término del pasado siglo (Fernández, 1997).

El rendimiento por género en PISA es solo un dato que, por supuesto, no agota ni expresa la multiplicidad de posibles desigualdades en torno a la divisoria de género, aunque tiene el morbo de que las Matemáticas aparecían, precisamente en esas pruebas, como el último reducto de los varoncitos. Pero el panorama general, en términos macro, es: la igualdad en materia educativa, el cierre de cualquier *brecha* de género e incluso el *sorpasso* generalizado, al menos en esta parte del mundo. La tabla 96.1 recoge una lista no exhaustiva, pero sí abundante, de indicadores de acceso y logro educativo para hombres y mujeres, así como las diferencias entre ambos. Se distinguen en letra cursiva aquellos con sentido negativo, en los que es mejor quedar por debajo, y en negrita aquellos en los que hay diferencias dignas de ser consideradas en detrimento de las chicas, que son más bien pocos. Ahí están, eso sí, las Matemáticas, en las que las chicas obtienen un menor rendimiento escolar, algo que puede conectarse con su menor preferencia posterior por las carreras STEM. No es este el lugar para discutir qué provoca ese menor rendimiento, si diferencias biológicas o de desarrollo a la edad de la prueba, influencias sociales, familiares o escolares, o qué –el asunto es más que viejo y hace más de cuarenta años ya se planteaba irónicamente en el título de un trabajo clásico: «¿Por qué no son mejores las chicas en Matemáticas?» (Badger, 1981)–. Es una pregunta legítima e interesante, sea sincera o retórica, pero ni más ni menos que la de por qué no son mejores los chicos en Lengua.

En España, como a escala global, la desigualdad sobre la que de forma más intensa se concentran hoy los focos es la asociada al sexo/género, sin duda por su ubicuidad, granularidad y capilaridad por toda la sociedad; por la dimensión particularmente hiriente de toda discriminación adscriptiva; por los efectos liberadores de la transición demográfica y el desarrollo tecnológico, y también por la singular eficacia igualadora, al menos en las distancias cortas, de la institución escolar. Esta singularidad llega al punto de que, en los países más desarrollados –y, entre ellos, este–, las mujeres hace tiempo que

Tabla 96.1. *Indicadores resultados por sexo*

Indicadores	*H*	*M*	*M-H*
Alumnado que terminó E. Primaria	51,5	48,5	-3,0
Tasa de idoneidad a los 15 años	72,4	78,9	6,5
Puntuación PIRLS Lectura (2021) 4.º EP	520	522	2,0
Puntuación TIMSS Ciencias (2019) 4.º EP	512	511	-1,0
Puntuación TIMSS Matemáticas (2019) 4.º EP	509	495	-14,0
Puntuación PISA Lectura (2022) 15 años	462	487	25,0
Puntuación PISA Ciencias (2022) 15 años	487	482	-5,0
Puntuación PISA Matemáticas (2022) 15 años	478	468	-10,0
Graduados CF FP Básica	70,1	29,9	-40,2
Alumnado graduado en la ESO	49,2	50,8	1,6
Porcentaje alumnado NEE	70,0	30,0	-40,0
Porcentaje alumnado altas capacidades	64,9	35,1	-29,8
Tasa neta escolarización en bachillerato a los 16	50,2	63,4	13,2
Tasa neta escolarización en bachillerato a los 17	52,0	67,1	15,1
Tasa de abandono escolar prematuro (2023)	15,8	11,3	-4,5
Porcentaje alumnado Educación de Adultos	36,7	66,3	29,6
Alumnado graduado en Bachillerato	44,9	55,1	10,2
Graduados Ciclos Formativos Grado Medio	51,1	48,9	-2,2
Alumnado Ciclos Formativos Grado Superior	51,1	48,9	-2,2
Alumnado que supera la EBAU	42,2	57,8	15,6
Graduados Ciclos Formativos Grado Superior	49,2	50,8	1,6
Porcentaje alumnado universitario, grado	43,6	56,4	12,8
Tasa neta escolarización a los 21 años	59,8	72,0	12,2
Egresados en estudios de Grado	39,5	60,5	21,0
Tasa titulados superiores, 25-34 años (2023)	46,3	58,0	11,7
Porcentaje alumnado universitario, máster	45,1	54,9	9,8
- Ídem, Informática	77,3	22,7	-54,6
- Ídem, Salud y SS	26,1	73,9	47,8
Egresados en estudios de Máster	42,8	57,2	14,4
Porcentaje alumnado universitario, doctorado	49,8	50,2	0,4
Porcentaje tesis aprobadas con menos de 40 años	48,5	51,5	3,0
Porcentaje alumnado idiomas, nivel C2	32,3	67,7	35,4
Porcentaje alumnado Educación de Adultos	36,7	66,3	29,6

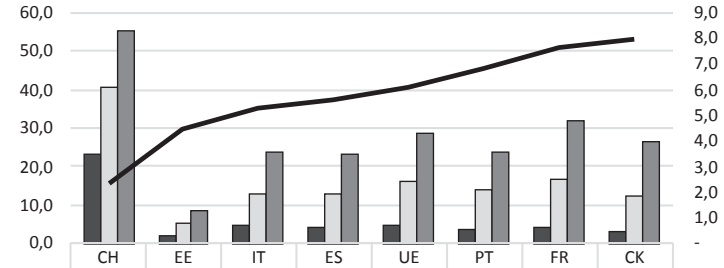
Fuente: Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2024), Aulas por la igualdad (datos de 2021-2022); Informes PISA, PIRLS, TIMSS.

sobrepasaron a los hombres en términos de acceso y de logro en las sucesivas etapas educativas, aunque no necesariamente en todos los niveles –si bien eso parece inexorable– ni en todas las especialidades –lo cual resulta algo más correoso–. Los estudios STEM son la excepción más preocupante, pero es difícil determinar el peso relativo en ello de las constricciones sociales y las preferencias individuales. Cuestión distinta es que ese avance educativo no tenga pleno efecto ni en el mercado de trabajo ni, menos aún, en la estructura familiar y doméstica. Por más que Mandela dijera que «la educación es el arma más poderosa que podéis usar para cambiar el mundo» y que se haya inscrito en las paredes de toda institución educativa, está muy lejos de ser así, en esto como en todo.

Resulta harto más complicado reflejar el efecto de la clase social, empezando por lo lejos que estamos de compartir conceptos y por la dificultad –por eso mismo y por más– de encontrar indicadores comúnmente aceptados de esta, pero siempre hay una variedad de ellos –o de aproximaciones– de las que podemos servirnos. La Unión Europea, basándose en los datos de PISA, ofrece un indicador (porcentaje de alumnos con bajo rendimiento) combinado (en lectura, ciencias y matemáticas) para los cuartiles socioeconómicos superior e inferior según el ISEC/ESCS. No hay secreto en presumir que esta proporción sea más baja en el cuartil superior que en el inferior, pero la cuestión es cuánto. En el gráfico 96.8 se recogen como tal porcentajes de alumnos de bajo rendimiento en ambos cuartiles y la ratio entre ellos (inferior/superior) de forma selectiva: para la UE27, España, los vecinos habituales (Francia y Portugal) y los países de media más próxima a nosotros (República Checa e Italia), ya que esto afecta a la y los de medias mínima (el mejor resultado, Estonia) y máxima (Chipre). Como lo que comparamos es, digamos, la desgracia relativa de ambos cuartiles, con el inferior en el numerador y el superior en el denominador, el cociente es un índice de inequidad que crece con esta. El gráfico muestra la media y los resultados en columnas, porcentajes que se reflejan en el eje principal de la izquierda, y el mencionado índice en la recta, que se refleja en el eje secundario de la derecha. No debe sorprender que los países de mayor equidad sean los de media máxima y mínima, pues para tener valores extremos, en un sentido o en otro, hay precisamente que tener un alumnado uniforme en el ámbito comparativo, y viceversa. Aunque se sitúe en media sensiblemente peor que la Unión Europea, España se sitúa mejor que esta en equidad; es lo que suelen señalar las autoridades cada vez que se publica un informe PISA –o sea, un consuelo para quien lo quiera–. Nótese, por cierto, que la *école unique*, tan admirada desde aquí por su discurso igualitario, es más desigual, al menos en esta dimensión.

Pero el objetivo más relevante hoy en la política educativa europea, y en el que España se encuentra –como ya vimos– particularmente mal situada, es la reducción del abandono escolar (o educativo) prematuro (o temprano), que con los indicadores disponibles siempre muestra una notable correlación con el origen de clase, socioeconómico, o cualquiera de las distintas aproximaciones al mismo. La Encuesta Laboral Europea, por ejemplo, correlaciona (gráfico 96.9) el abandono de los hijos con el nivel educativo de los padres y encuentra que el de las familias de nivel más bajo (CINE 0-2, o sea, hasta la ESO

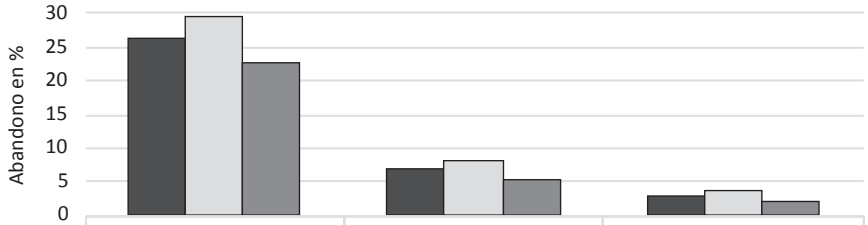
Gráfico 96.8. *Alumnos de bajo rendimiento en PISA, cuartiles superior e inferior del ISEC*



	CH	EE	IT	ES	UE	PT	FR	CK
Cuartil superior	23,3	1,9	4,5	4,2	4,7	3,5	4,2	3,3
Media (todos los cuartiles)	40,3	5,2	12,9	12,9	16,1	13,8	16,8	12,2
Cuartil inferior	55,3	8,6	23,7	23,3	28,8	23,6	31,7	26,7
Ratio intercuartiles	2,4	4,5	5,3	5,6	6,1	6,8	7,6	8,0

Fuente: Education and Training Monitor (2022). Monitor Toolbox, sobre PISA 2018, y elaboración propia.

Gráfico 96.9. *Tasa de abandono escolar de los hijos según el nivel educativo de los padres*



	Bajo (CINE 0-2)	Medio (CINE 3-4)	Alto (CINE 5-8)
Todos	26,1 %	6,9 %	2,9%
Hombres	29,4 %	8,4 %	3,7%
Mujeres	22,7 %	5,3 %	2,0 %

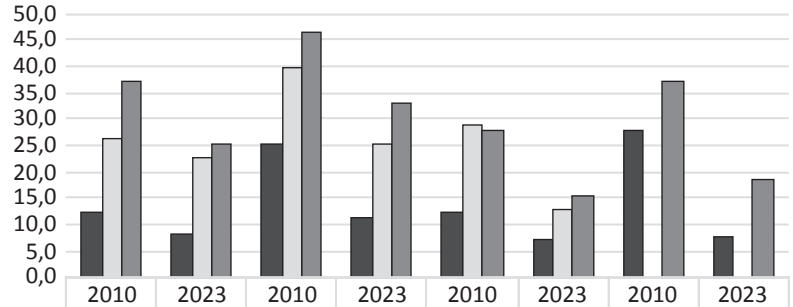
Fuente: Eurostat (*EU Labour Force Survey*).

o sus precedentes) casi decuplica al de aquellas con nivel más alto (CINE 5-8, estudios superiores), lo que no hace sino redundar en la sencilla pero rotunda hipótesis de que el capital cultural y escolar se transmite por vía familiar y comunitaria tanto o más que el capital económico.

Las desigualdades en torno a la ciudadanía y la etnia son más variadas en lo que a concepto y operatividad respecta, desde las relativamente sencillas comparaciones sobre datos administrativos para la nacionalidad hasta las casi imposibles, o imposibles, de cuantificar con exactitud para la etnia. El gráfico 96.10

(datos de Eurostat) muestra las tasas de abandono temprano (medidas como se hace de forma habitual, la población de dieciocho a veinticuatro años sin título secundario superior ni escolarizada para alcanzarlo) para los nacionales, los originarios de otros países de la Unión y los de fuera de la Unión; en España, en los dos países vecinos y en el conjunto de los países de la Unión y en 2010 y 2023, es decir, un largo lapso mediante. Lo que importa aquí es la diferencia entre ser ciudadano del país considerado o no serlo y, en caso de no serlo, entre ser de la Unión y de fuera de la misma. Hay que decir, no obstante, que las diferencias debidas al proceso de escolarización en el país receptor suelen aparecer así subestimadas, puesto que el abandono prematuro se calcula a través de las encuestas del mercado de trabajo, que incluyen a quienes han entrado al país ya con estudios terminados –y, en contra de la creencia popular, los inmigrantes suelen tener un nivel educativo elevado, parecido al del país receptor o incluso superior, aunque a menudo también más polarizado, atraídos por distintos nichos de empleo–, y puesto que la UE27 no es ya solo un club de países ricos. Por otra parte, cada uno de esos grupos es muy diverso, en particular los originarios de la UE, entre países del norte o balcánicos, del bloque occidental o del exsoviético, etc. Los datos podrían inducir a pensar que el elevado abandono temprano de España se debe, sobre todo, a la población inmigrante, pero hay que recordar que toda Europa cuenta con ella. Nos muestran, con todo, que, por un lado, la posición del alumnado inmigrante mejora sensiblemente en algo más de una década, pero, por otro, es más desfavorable en términos relativos que en el conjunto de la UE.

GRÁFICO 96.10. *Abandono escolar temprano por origen*



	2010	2023	2010	2023	2010	2023	2010	2023
	UE27		España		Francia		Portugal	
Nacionales	12,5	8,2	25,3	11,0	12,1	7,1	27,8	7,5
Otros de UE27	26,5	22,8	39,6	25,4	28,8	12,8	0	0
De fuera UE27	37,0	25,3	46,6	33,0	27,6	15,6	37,3	18,5

Fuente: Eurostat, *Early Leavers from Education and Training by Citizenship,* doi: 10.2908/SDG_04_10A, acceso 8 de diciembre de 2024.

PISA 2022 (OECD, 2023a) aporta datos que, si bien se deben entender siempre referidos a su población objetivo (los alumnos de quince años), son sistemáticos, ricos y fácilmente comparables. Así, por ejemplo, conocemos

que el número de alumnos inmigrantes de primera y segunda generación en las aulas españolas es del 8,8 % y el 6,3 %, respectivamente, algo por encima de la media de la OCDE (7,6 % y 5,4 %) (OECD, 2023a, tabla I.B1.7.1.); que, entre ellos, el 49,9 % forma parte de familias de estatus socioeconómico bajo, frente a un 20,2 % entre los nacionales (OECD, 2023a, tabla I.B1.7.5.); datos sobre las diferencias entre nacionales e inmigrantes en las tasas de no idoneidad (19,2 % y 39,4 %, respectivamente, sea por incorporación tardía o por repetición de curso) y sobre la repetición misma (18,5 % y 36,3 %); que su rendimiento en Matemáticas está treinta y dos puntos PISA por debajo del de los nativos, diferencia que se reduce a siete si se descuenta el estatus socioeconómico y a cinco si también se descuenta la lengua hablada en casa (OECD, 2023a, tabla I.B1.7.52.); que, en Lectura, la diferencia total es de treinta y un puntos, que descienden a siete al descontar el ISEC (OECD, 2023a, tabla I. B1.7.57.), o que el porcentaje de alumnos con bajo rendimiento (inferior al nivel 2) en Ciencias es del 18,6 % entre los nativos, pero del 31,1 % entre los inmigrantes (OECD, 2023a, tabla I.B1.7.45).

Pero España ya contaba, cuando llegó la inmigración a finales del pasado siglo, con una gran minoría étnica con medio milenio largo de presencia: el pueblo gitano. La política escolar hacia el mismo ha pasado por la exclusión y la segregación de hecho, la asimilación práctica y la retórica inclusiva (Fernández, 1999). La incorporación a la Unión Europea hizo que la minoría gitana pasara de ser contemplada, en el mejor de los casos, a través del prisma de la pobreza a serlo desde la perspectiva de la etnicidad, pero la falta de datos demográficos identificativos –no solo en las estadísticas oficiales y los registros administrativos, centros educativos incluidos, sino incluso en la mayoría de investigaciones muestrales– ha dificultado siempre conocer de manera parecida la situación del colectivo, fuera en el ámbito educativo o en cualquier otro (los escolares gitanos pueden estar registrados en los colegios como miembros de una minoría, sujetos de *necesidades educativas especiales*, etc., pero no si no son contabilizables como causa de *difícil desempeño*, con lo cual se cae en una subespecie de la profecía autocumplida, pues, si no presentan ningún problema, tampoco aparecen en ningún registro). Cualquier conocimiento al respecto, aparte de en pruebas, datos e indicios anecdóticos y en investigaciones cualitativas, suele basarse en voluntariosas incursiones muestrales que, en cualquier caso, son mucho mejores que nada. Dos de las más recientes, el Informe de la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (FRA, 2022) y el de la Fundación Secretariado Gitano (FSG, 2023), cuyo trabajo de campo tuvo lugar en 2021 y 2022, respectivamente, nos ofrecen una visión actualizada. La FRA utiliza muestras muy pequeñas (=100), pero ofrece el atractivo de la comparación internacional; la FSG se basa en una muestra mucho más amplia (1734 hogares, con 4120 menores de veinticinco años).

En la tabla 96.2, se muestran los indicadores más comunes del recorrido escolar para el conjunto de la población (extraídos de las cifras oficiales, SEIE 2022) y para el alumnado gitano (de la muestra de FSG). Las diferencias en la tasa de idoneidad en cuarto curso de la ESO, la no graduación en esta y el abandono prematuro son ya, de por sí, concluyentes. Lo demás son detalles sobre la graduación o no en las ramas y niveles de enseñanza

secundaria, en las que el grupo siempre queda muy por debajo, excepto en la Formación Profesional Básica, que es la derivación y salida para alumnos que se ven o son vistos sin perspectiva de terminar con éxito la ESO. Debe hacerse constar el elevado nivel de riesgo de pobreza o exclusión, que se solapa en considerable medida con la adscripción étnica, por lo cual, justamente, resulta también problemática una tasa de escolarización infantil en comparación baja que, en otras circunstancias, no tendría por qué serlo. Aunque las dificultades para formar muestras y realizar encuestas fiables en un grupo poblacional no censado como tal, desconfiado ante las instituciones y elusivo para los investigadores, aconsejan tomar las cifras con mayor precaución que para otros colectivos o para la población en general, los dos estudios mencionados coinciden en señalar la caída de algunos indicadores entre estas encuestas y sus ediciones homólogas anteriores, que fueron administradas en 2012 (FSG, 2013) y en 2016 (FRA, 2017). El estudio español señala para el grupo la caída en las tasas de escolarización infantil, así como en la tasa de idoneidad en cuarto curso de la ESO, la reincorporación a los estudios secundarios y la titulación en enseñanza secundaria superior y en estudios superiores, a la vez que indica la distancia creciente con respecto al conjunto, *a fortiori*, del resto de los alumnos en las cifras de fracaso, abandono, ninis (jóvenes que no estudian ni trabajan) o esperanza de vida escolar. El informe europeo coincide, al menos, en la caída de la educación infantil y el aumento de la segregación escolar. Dadas las condiciones materiales de vida del colectivo y la distancia social y cultural para el mismo entre familia y escuela, cabe la hipótesis –solo la hipótesis, a falta de mejores datos– de que esta caída en indicadores varios se deba a la pandemia y la consiguiente desescolarización en confluencia, o más bien en colisión, con una devoción y una resiliencia escolares siempre menores. Pero cabe también una hipótesis de mayor alcance: que simplemente la escuela, al ritmo de la mayoría que tanto cree en ella, esté corriendo más que la minoría que no lo hace, de forma que la deja atrás.

Tabla 96.2. *Resultados generales y la minoría gitana*

	Todos 2021	*Gitanos 2022*
Idoneidad en 4.º ESO	71,00	32,40
Fracaso ESO	4,00	62,80
Abandono Educativo Temprano	13,30	86,30
Tasa bruta graduación ESO	84,00	41,40
Tasa bruta graduación FP Básica	4,30	10,90
Tasa bruta graduación FP Gr. Medio	23,60	4,60
Tasa bruta graduación FP Gr. Superior	27,30	2,00
Tasa bruta graduación Bachillerato	61,00	3,60
Tasa de riesgo de pobreza infantil	27,80	87,40
Tasa neta escolarización a los 2 años	63,10	28,10

Fuente: FSG (2023), a partir de su propia encuesta y de SEIE (2022).

La cuarta divisoria mencionada era el territorio. Su primera subdimensión es la administrativa, propiamente territorial; las comunidades autónomas, que son, además, las que ejercen la práctica totalidad de las competencias educativas. Son también, en consecuencia, las que recogen y entregan (aunque no siempre ni toda ni con el mismo entusiasmo) la información administrativa que después se plasma en las estadísticas de distinto ámbito, de modo que esta ya nace desagregada por criterios territoriales. Pero la población no se distribuye por el territorio de manera aleatoria, sino que lo hace bajo el peso de la clase social, el bagaje educativo, las oportunidades de empleo e incluso el sexo. Esto quiere decir que una parte de las diferencias entre territorios se explica, en realidad, por los otros factores ya mencionados. El territorio administrativo, en sí, debería tener poco o ningún peso propio en el contexto de un estado social, con servicios públicos y redes de protección adecuados, pero lo tiene, sea por la historia, por la influencia de esos mismos factores sobre su composición demográfica o porque las políticas educativas de las actividades territoriales difieren en distintos aspectos y producen distintos resultados. La tabla 96.3 reúne dieciséis indicadores que, puede presumirse, presentan una mayor dependencia territorial. Los primeros reflejan el legado de la historia en un territorio nacional que era social y territorialmente muy heterogéneo. Los demás también, pero mediado por las políticas autonómicas.

El recorrido de esta sección hasta aquí merece un comentario adicional, en particular sobre clase social o estatus socioeconómico, sexo o género y origen –entendido como etnia o como ciudadanía– o, en versión simplificada, clase, género y etnia como problemas sociales y como temas sociológicos con el foco en la educación (en el acceso a ella, sus procesos y sus efectos). Los problemas están ahí y, a lo largo del tiempo, hemos venido acumulando instrumentos para su análisis y llegando a una visión más compleja de los mismos, aunque no necesariamente más acertada. Pero la jerarquía entre los temas se ha movido, y mucho –y no necesariamente bien–. Hace medio siglo, más o menos cuando la Sociología de la educación arrancaba con cierta fuerza en España, la clase social lo presidía todo, en parte porque era el problema de los *hombres blancos*, por decirlo en un estilo actual, y en parte por una visión reduccionista hasta cierto punto compartida por las dos grandes corrientes del pensamiento sociológico de entonces: el funcionalismo, para el que el varón proveedor era la medida de todas las cosas, y el marxismo, para el que la revolución de clase solucionaría todos los problemas; la desigualdad y la dominación de género estaban ahí, pero vistas de modo superficial, aunque eso ya empezaba a cambiar («lo personal es político»). Inmigrantes apenas teníamos aquí –aunque emigrantes sí– y el pueblo gitano, aparte de por un puñado de antropólogos, solo empezó a ser visto como minoría étnica cuando nos lo indicó la UE. Hoy, las desigualdades de género están en primer plano, lo que sin duda es un avance, salvo cuando eclipsan a todas las otras, que es lo que está pasando en algunos ámbitos: el Ministerio *de Igualdad* se ocupa de si alcanzan esta las mujeres, el agregado LGTBIQ+ y del racismo, y en la web del Ministerio de Educación, en sus propias palabras, «la Sección *Igualdad en Cifras* muestra la evolución de la incorporación de las mujeres a la Educación ofreciendo una mirada con perspectiva de género a la presencia, participación y resultados de hombres y mujeres en las diferentes etapas educativas», y no

TABLA 96.3. *Selección de indicadores para las comunidades autónomas*

	Población 25-64 añoos con menos que secundaria superior	*Población 25-64 años con secundaria superior*	*Población 25-64 años con titulación superior*	*Gasto público por alumno no universitario*	*Gasto en conciertos y subvenciones (%)*	*Alumnos por profesor (equivalente JC)*	*Esperanza de vida escolar a los 6 años*	*Alumnado púb lica. ens. Régimen general no univ.*	*Enseñanzas R. General sólo en castellano*	*Alumnado extranjero en ens. R. General no univ.*	*Alumnado que se gradúa en la ESO*	*Tasala bruta de escolarización en Bachillerato*	*Tasa bruta de escol. en ciclos FP Básica*	*Tasa bruta de escol. en ciclos FP Grado Medio*	*Tasa bruta de escol. en ciclos FP Grado Superior*	*Tasas bruta de población que supera la EBAU*
TOTAL NACIONAL	35,8	23,1	41,1	6.113	14,0	11,4	17,8	67,0		10,3	85,9	55,7	7,5	37,0	41,7	53,7
Andalucía	43,7	21,3	35,0	5.665	10,6	11,8	17,0	72,4	100,0	6,4	82,9	54,8	6,9	37,5	40,6	53,0
Aragón	32,6	24,1	43,3	6.146	12,9	10,7	17,5	68,8	97,3	14,1	86,2	56,8	10,0	36,9	41,1	54,5
Asturias, Principado de	31,8	24,9	43,3	6.962	10,4	9,7	17,7	71,9	100,0	5,1	88,9	62,8	4,9	35,9	50,4	61,8
Islas Baleares	38,5	27,9	33,7	6.455	18,7	10,6	15,0	65,4	0,2	16,3	86,1	43,0	8,1	37,4	27,3	40,4
Canarias	36,2	26,9	36,9	6.635	8,4	10,5	16,6	76,4	100,0	9,3	88,8	58,7	7,2	28,8	35,9	50,5
Cantabria	29,7	24,7	45,6	7.074	15,5	9,1	18,2	70,9	100,0	6,6	91,1	60,4	6,9	40,4	45,0	55,2
Castilla y León	35,2	24,9	39,9	6.644	13,6	9,9	18,8	67,1	100,0	7,2	84,7	58,2	10,1	37,8	42,2	58,4
Castilla-La Mancha	45,8	22,7	31,5	6.123	8,0	10,6	16,0	81,6	100,0	7,1	82,1	55,4	11,1	34,0	34,9	48,7
Cataluña	33,1	22,2	44,7	6.060	17,3	12,0	18,0	64,4	-	15,1	88,1	49,7	-	39,2	40,0	48,6
Comunidad Valenciana	40,7	21,7	37,5	5.962	13,8	11,2	17,9	67,6	-	13,2	85,2	48,0	10,5	45,6	50,0	46,5
Extremadura	48,3	19,7	32,0	7.170	8,0	9,4	16,3	80,1	100,0	3,2	86,0	58,2	9,9	35,8	35,2	55,5
Galicia	35,3	22,0	42,7	7.046	11,2	9,8	18,0	72,9	0,0	3,8	87,4	62,4	10,4	42,8	53,6	57,8
Madrid, Comunidad de	24,2	25,5	50,3	5.030	19,6	12,9	19,3	54,3	100,0	11,8	86,8	63,7	8,6	29,9	40,5	54,7
Murcia, Región de	47,0	21,7	31,3	5.477	16,0	11,9	17,3	69,6	100,0	14,3	79,6	56,0	12,2	31,3	35,8	50,6
Navarra, Comunidad Foral de	27,8	23,5	48,7	7.375	18,5	9,9	17,1	66,2	63,5	10,4	90,9	55,7	6,7	34,6	32,9	53,2
País Vasco	22,2	21,4	56,4	7.857	25,2	11,5	18,2	51,3	-	9,0	91,2	67,6	11,0	36,4	53,3	62,3
Rioja, La	33,3	24,3	42,4	6.588	16,6	11,1	31,5	66,4	100,0	15,4	83,8	51,1	16,2	41,8	42,3	49,6
Ceuta y Melilla	48,1	21,8	30,0	2.021		11,7	16,7	81,7	100,0	8,9	70,9	46,1	20,5	37,5	32,5	-

Nota: Los porcentajes de Ceuta y Melilla son medias no ponderadas.

Fuente: Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2024), *Las cifras de la educación en España. Curso 2021-2022.*

más. Si se buscan datos sobre la relación entre la posición en las dimensiones clase/estatus o etnia/ciudadanía en relación con la educación, resulta más práctico acudir a las fuentes de la UE o la OCDE que a las del MEFPD, pero, aun así, salta a la vista el cambio de prioridades, por ejemplo cuando la OCDE, en su informe sobre PISA 2022 (OECD, 2023a, p. 106), presenta el índice de paridad en las varias dimensiones (género, 0,98; clase, 0,6, y, nativo-inmigrante, 0,8) para evaluar la aproximación al cumplimiento la meta 4.5. del ODS 4 y se limita a comentar la desigualdad en los resultados por sexo, a pesar de ser los menos desiguales.

Otra dimensión que tener en cuenta ha sido, tradicionalmente, el gradiente rural-urbano, en particular por cuanto las escuelas de pequeñas comunidades rurales o núcleos dispersos alcanzan con dificultad las dimensiones mínimas para que su existencia misma y su equipamiento no sean un empeño ruinoso, tienen costes más elevados por alumno, resulta difícil en ellas cubrir las plazas de profesores y la asistencia misma puede entrañar dificultades serias (lejanía, trayectos no siempre practicables o seguros, etc.). La tabla 96.4 muestra la distribución del alumnado entre áreas densamente pobladas, intermedias y poco pobladas, estas últimas rurales, por lo general. Expresada en porcentajes, muestra con claridad cómo su peso relativo va cayendo a medida que se asciende de etapa educativas. Es una de las caras de la *España vacía*, pero no de una malévolamente *vaciada*: la población rural, sencillamente, va moviéndose a las ciudades, aquí como todo el mundo; los profesores lo hacen y lo han hecho siempre antes que los alumnos y sus familias y la escuela ha sido, históricamente, hasta ayer (Subirats, 1983) y con seguridad hoy, un factor de urbanización, por más que en territorios persistentemente rurales se adopten políticas educativas compensatorias o que en tiempos recientes se haya incorporado al *relato* sobre cómo salvar a la *España vacía(da)*.

La inquietud por la desigualdad en los resultados educativos se traduce, en todas las dimensiones tratadas, en preocupación por las desigualdades entre escuelas y, a partir de ello, por la desigual distribución de los alumnos entre ellas; es decir, por la *segregación* escolar. De las cuatro dimensiones consideradas, sin embargo, dos quedan rápidamente fuera de la ecuación: género y territorio. La gran mayoría de los centros escolares en España fueron segregados por sexo hasta la aplicación de la LGE de 1970, pero, a partir de esta, la transición a la coeducación (entendida, cuando menos, como educación en común) fue pronto casi total y, hoy en día, solo queda ya en el país medio centenar de centros de enseñanzas regladas segregados de forma parcial o total. Como en todo el mundo, y aparte del catolicismo ultramontano o de la reticencia a la coeducación desde culturas o subculturas muy patriarcales que fomentan las uniones tempranas, hay un pequeño sector de opinión partidario de una *educación diferenciada* que se justificaría por un desarrollo diferencial a esas edades o por una convivencia escolar más fácil, pero su peso es hoy es irrelevante. La preocupación por las posibles desigualdades asociadas al gradiente rural-urbano se basa, sobre todo, en que el entorno demográfico y económico dicta limitaciones, empezando por el hecho de que una parte de la población solo tiene un centro educativo a su alcance o tendría que incurrir en elevados costes para acudir a otro. En esas circunstancias no cabe hablar

Tabla 96.4. *Alumnos por tipo de localidad*

	TOTAL	*ADP**	*AI**	*AEP**
Total	8.322.694	58,2	33,8	8,0
E. Infantil - Primer ciclo (1)	471.099	56,1	33,7	10,2
E. Infantil - Segundo ciclo	1.150.734	54,4	34,9	10,7
E. Primaria	2.786.723	54,6	35,0	10,4
Educación Especial (2)	41.521	68,5	28,9	2,7
ESO	2.085.751	55,7	37,1	7,2
Bachillerato	661.301	61,7	34,2	4,1
Bachillerato a distancia	25.892	84,7	14,6	0,7
CF Grado Básico	78.674	55,7	37,9	6,4
CF Grado Medio	377.450	67,0	30,0	3,0
CF Grado Medio a distancia	58.988	88,8	10,4	0,8
Cursos de Especialización Grado Medio	664	75,6	22,1	2,3
CF Grado Superior	421.199	77,0	21,2	1,8
CF Grado Superior a distancia	144.652	88,1	11,1	0,9
Cursos de Especialización Grado Superior	3.530	79,8	20,2	0,0
Cursos de Especialización Grado Superior a distancia	102	100,0	0,0	0,0
Otros Programas Formativos	14.414	67,8	30,5	1,7

Nota: *ADP: Áreas densamente pobladas (densidad ≥1500 hab/km^2 y total ≥50 000 hab.). AI: Áreas intermedias (densidad 300-1500 hab/km^2 y total ≥50 000. AEP: Áreas escasamente pobladas (resto).
Fuente: Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, *Estadística de las Enseñanzas no Universitarias. 1.2 Alumnado matriculado en Enseñanzas de Régimen General por titularidad/financiación del centro, comunidad autónoma/provincia, grado de urbanización y enseñanza*, y elaboración propia.

de segregación, puesto que la composición escolar simplemente refleja, en las áreas menos pobladas, la composición social de toda la comunidad (salvo que la parte privilegiada escape a ella).

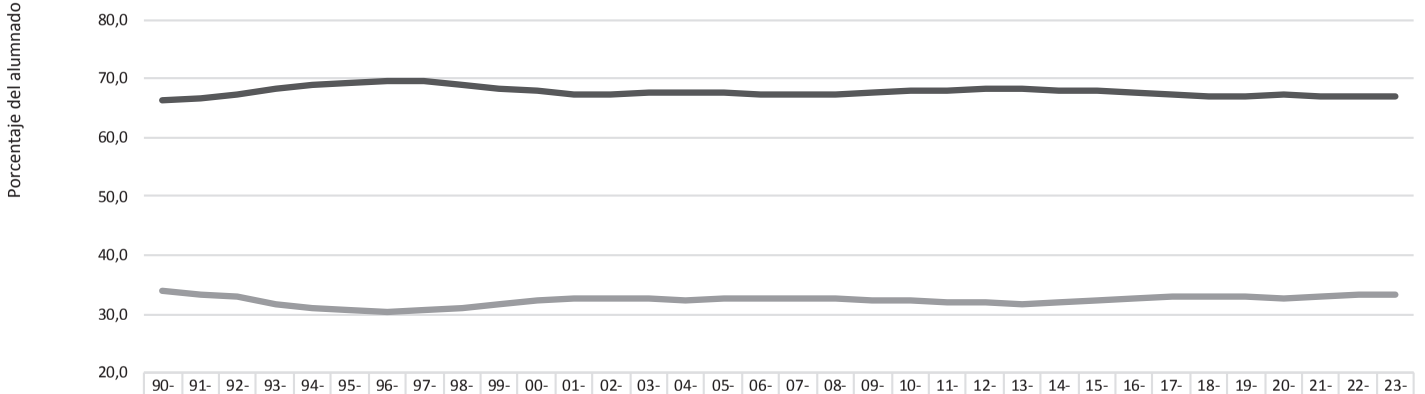
Cuestión distinta son las escuelas urbanas y periurbanas en ciudades grandes o pequeñas, pero con población suficiente para dos o más centros en alguna o en más etapas. Aunque las desigualdades entre centros atienden a muchos parámetros, en España, se ha puesto tradicionalmente el foco en la divisoria pública/privada, con las escuelas concertadas (de titularidad privada y financiación pública) asignadas de forma conceptual a un sector o a otro, según por quién y para qué. La versión dominante tanto en el debate público como en la Sociología, cierta o no, ha sido, al menos en este siglo y el que lo precedió, que toda la escuela privada (concertada o no) era un reducto y un instrumento de los sectores sociales privilegiados. Esto ha hecho que se prestase gran atención a la evolución en el tiempo de la distribución del alumnado entre ambos sectores, con frecuentes alarmas sobre la privatización, la *ofensiva neoliberal*, etc. y, del lado opuesto, aunque menos, sobre los *ataques a la libertad* de elección de centro. Pero el mejor diagnóstico, al menos a este nivel superficial, es la simple

observación de los datos año a año, que se recogen en el gráfico 96.11 y son categóricos: dos tercios en las escuelas de titularidad pública y un tercio en las de titularidad privada, así durante un tercio de siglo (los ligeros aumentos de la pública que luego resultan reabsorbidos parecen ser efecto de una mayor elasticidad de la oferta privada). Pero la divisoria pública/privada llega cargada de ideología, aunque para muchos sea *la buena*, y se antoja demasiado simple. Dejando aparte la dimensión ideológica –hay colegios activamente confesionales, pero tampoco faltan funcionarios iluminados y militantes–, es indudable que la enseñanza privada y concertada, que exige pagar mucho o anima a pagar algo, está más al alcance de unos que de otros. No obstante, los centros privados son muy diversos en su orientación, así como también los centros concertados, y se distribuyen, además, entre la más entregada vocación social y la búsqueda de la distinción de clase. Los centros públicos varían enormemente en consonancia con los barrios y los públicos a los que sirven: si se busca un centro mejor, es mucho más barato cambiar de centro que cambiar de barrio para hacerlo).

Pero si las escuelas públicas se diferencian por barrios (y por sus proyectos, como cuando el bilingüismo expulsa a los alumnos en desventaja) y las privadas lo hacen por su orientación (y por barrios, porque la geografía pesa), quizá sea mejor atender directamente a su composición social, por encima de su titularidad. Después de todo, es posible que el equilibrio en apariencia estático, hipostasiado, entre los sectores de titularidad pública y privada oculte algunas corrientes de fondo, en concreto una huida de familias y alumnos de clase media que, en condiciones de rigidez e inelasticidad de la oferta, se vería compensada por la incorporación o la mayor retención de otros sectores sociales (Fernández, 2005), entre ellos los que suelen personificar, aunque no se diga, la alarma por la temida segregación, la *guetificación*, las escuelas de *difícil desempeño*, alta concentración, atención prioritaria, etc.

Esto es lo que intentan determinar las medidas de segregación. La tabla 96.5, basada en los datos de PISA 2015 y el trabajo, incluidos los cálculos, de Murillo *et al*. (2017 y 2018a), presenta varios indicadores de segregación relacionados con el estatus socioeconómico (ISEC) y el origen nacional (estatus inmigrante). Para el origen nacional, se recogen datos relativos a los escolares inmigrantes de primera generación (nacidos de dos padres extranjeros y fuera de España) y de segunda (nacidos de dos padres extranjeros en España). Para estatus socioeconómico, se seleccionan cuatro cuantiles: el primer y último deciles (D1 y D10) y el primer y cuarto cuartiles (Q1 y Q4). El indicador es el índice de Gorard, que puede entenderse como la proporción de estudiantes de un grupo dado que tendrían que cambiar de escuela (normalizada de 0, ninguno, a 1, todos) para que dicho grupo quedara uniformemente distribuido entre todas las escuelas. Todo índice que se aleje del cero más de lo que pudiera atribuirse al azar debe considerarse mejorable –salvo para un posible defensor del *apartheid*– y los índices de España no son desdeñables, pero son algo mejores que los europeos. Sin embargo, hay notables diferencias entre las comunidades autónomas, con el añadido de que no se da una relación exculpatoria entre índices elevados y poca emigración. El mínimo descenso que supone añadir la segunda generación a la primera se debe,

Gráfico 96.11. *Alumnado público y privado (1990-2024)*



	90-91	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24
C. PÚBLICOS	66,2	66,6	67,2	68,3	68,9	69,2	69,5	69,4	68,9	68,3	67,8	67,4	67,4	67,5	67,6	67,5	67,4	67,3	67,3	67,6	67,8	68,1	68,1	68,2	68,0	67,8	67,5	67,2	67,1	67,1	67,3	67,0	66,8	66,9
C. PRIVADOS	33,8	33,4	32,8	31,7	31,1	30,8	30,5	30,6	31,1	31,7	32,2	32,6	32,6	32,5	32,4	32,5	32,6	32,7	32,7	32,4	32,2	31,9	31,9	31,8	32,0	32,2	32,5	32,8	32,9	32,9	32,7	33,0	33,2	33,1

Fuente: EDUCAbase (MEFPD) y elaboración propia.

ante todo, a que aquella es todavía muy reducida, pero la experiencia y los indicadores europeos ya nos han permitido aprender que la segregación solo llega a reducirse moderadamente en ambas.

TABLA 96.5. *Segregación por origen e ISEC (índices de Gorard)*

	Inmigrantes		*Cuantiles*			
	1.ª gen.	*1.ª + 2.ª gen.*	*D1*	*Q1*	*Q4*	*D10*
España	0,45	0,44	0,41	0,31	0,35	0,46
UE (media)	0,62	0,50	0,22	0,38	0,40	0,23
Andalucía	0,45	0,45	0,32	0,26	0,29	0,42
Aragón	0,30	0,29	0,33	0,22	0,26	0,37
Asturias	0,38	0,38	0,34	0,26	0,34	0,46
Baleares	0,34	0,30	0,31	0,20	0,24	0,33
Canarias	0,49	0,45	0,33	0,26	0,34	0,50
Cantabria	0,38	0,36	0,31	0,22	0,28	0,41
Castilla y León	0,37	0,38	0,29	0,23	0,28	0,38
Castilla-La Mancha	0,34	0,34	0,33	0,26	0,34	0,43
Cataluña	0,40	0,36	0,37	0,30	0,35	0,41
Extremadura	0,63	0,57	0,30	0,23	0,27	0,39
Galicia	0,45	0,40	0,28	0,23	0,26	0,39
La Rioja	0,26	0,27	0,34	0,27	0,25	0,35
C. de Madrid	0,31	0,28	0,45	0,36	0,39	0,45
R. de Murcia	0,31	0,30	0,34	0,24	0,28	0,37
C. F. de Navarra	0,40	0,38	0,39	0,25	0,29	0,38
P. Vasco	0,54	0,52	0,39	0,27	0,28	0,40
C. Valenciana	0,38	0,35	0,35	0,22	0,28	0,38

Fuente: Murillo *et al.,* sobre PISA 2015 y elaboración propia.

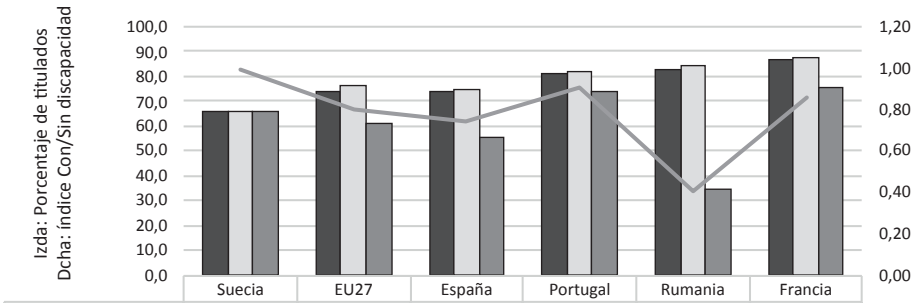
La segregación por clases sociales o, más exactamente, por cuantiles del estatus socioeconómico es más limitada si se mide entre los cuartiles extremos y es también más baja que en la Unión Europea como media, pero la cosa cambia por entero cuando se observa la diferencia entre los índices de los deciles extremos, que, además, son sensiblemente más elevados (doble o más) que los europeos. Que la diferencia entre deciles sea mayor que entre cuartiles es parte del constructo, pero no es un simple espejismo: si bien el conjunto de los establecimientos escolares presenta diferencias de composición y si bien los grupos sociales tienden por diversos motivos a distribuirse de manera desigual entre aquellos, en los extremos llegan a formarse *guetos* y *burbujas*. No contamos con una estimación adecuada de los efectos de esta distribución

desigual y polarizada. La Sociología y, en particular, quienes lo estudian suelen contemplarlos como un importante factor de desigualdad, hasta el punto de que parece haberse convertido en un tema estrella (Benito y González, 2007; Bonal, 2012; Murillo *et al.,* 2018b), pero no falta quien cuestiona la influencia de este factor sobre el logro escolar, una vez que se descuentan otros asociados, aunque no de manera inevitable (Carabaña, 2023). Sin embargo, siempre queda algo: la oportunidad o no de que niños y adolescentes de distintos o incluso muy distintos medios sociales, pero que van a ser ciudadanos de un mismo demos, tengan una experiencia de convivencia en la escuela.

La estadística ministerial (EDUCAbase) registra en las enseñanzas no universitarias, curso 2022-2023, cerca de un millón de alumnos (966 924) con *necesidades de apoyo educativo* (NAE). De ellos, algo más de la cuarta parte (262 732) presenta *necesidades educativas especiales* (NEE) y el resto (704 192) *necesidades específicas de apoyo educativo* (NEAE o, tan solo, NEA). La terminología resulta, a fuerza de corrección y sutileza, bastante abstrusa, pero eso no es ninguna novedad en el sector. NAE = NEE + NEA. Entre las NEE se encuentran las *discapacidades* tradicionalmente consideradas tales (auditiva, motora, intelectual y visual) y los *trastornos* (los del *espectro* autista y los *graves* de la conducta o de la comunicación y el lenguaje). Los NEA comprenden también diversas categorías, pero más de un tercio (253 219) está ahí por *situación de vulnerabilidad socioeducativa* –bajo este eufemismo caen los gitanos y otras minorías, si no están lo bastante asimilados– y cerca de otro por *trastornos* (*no graves*) *del aprendizaje* (218 304). Una observación sobre las discapacidades y otra sobre los *trastornos*.

El análisis de las desigualdades vinculadas al sexo, la clase, el origen o el territorio comienza, normalmente, con categorías simples y, sobre estas, se complican al descomponerlas o cruzarlas, en busca de mayor precisión y sofisticación. Empezamos con hombres y mujeres, por ejemplo, pero podemos seguir con la orientación sexual, la transexualidad o vamos acumulando acrónimos o lo cruzamos con la clase y el origen, etc. En el análisis relativo a las discapacidades, por el contrario, es inevitable empezar y persistir en la casuística, aunque para ciertos propósitos sea útil acudir a paraguas conceptuales como discapacidad, diversidad, necesidades especiales, etc., a menudo, en un difícil equilibrio entre los estereotipos, por un lado, y la corrección política, por otro. Una aproximación gruesa se ofrece en el gráfico 96.12, que muestra, con datos de Eurostat, el porcentaje de titulados en el nivel CINE 3 (secundaria superior) para el total de la población de dieciocho a veinticuatro años o más, los que tienen discapacidad en distinto grado (*alguna* o *severa*, definiciones aquí acumuladas) en España y la Unión Europea, así como en los vecinos colindantes y en los países que arrojan la máxima y la mínima diferencia (Rumanía y Suecia, respectivamente; otro país, la República Checa, arroja una inesperada y anómala diferencia que no podría verificar ni explicar, por lo que se omite: once puntos porcentuales a favor de los jóvenes con discapacidad). Si medimos la capacidad de inclusión por un índice igual al porcentaje de titulados entre los jóvenes con discapacidad dividido por el porcentaje entre quienes no la sufren, España se situaría en el tercio de cola entre una treintena de países, pero no demasiado lejos del índice global de la UE.

Gráfico 96.12. *Titulados en CINE 3-8 (15-24 años), con y sin discapacidad (%)*

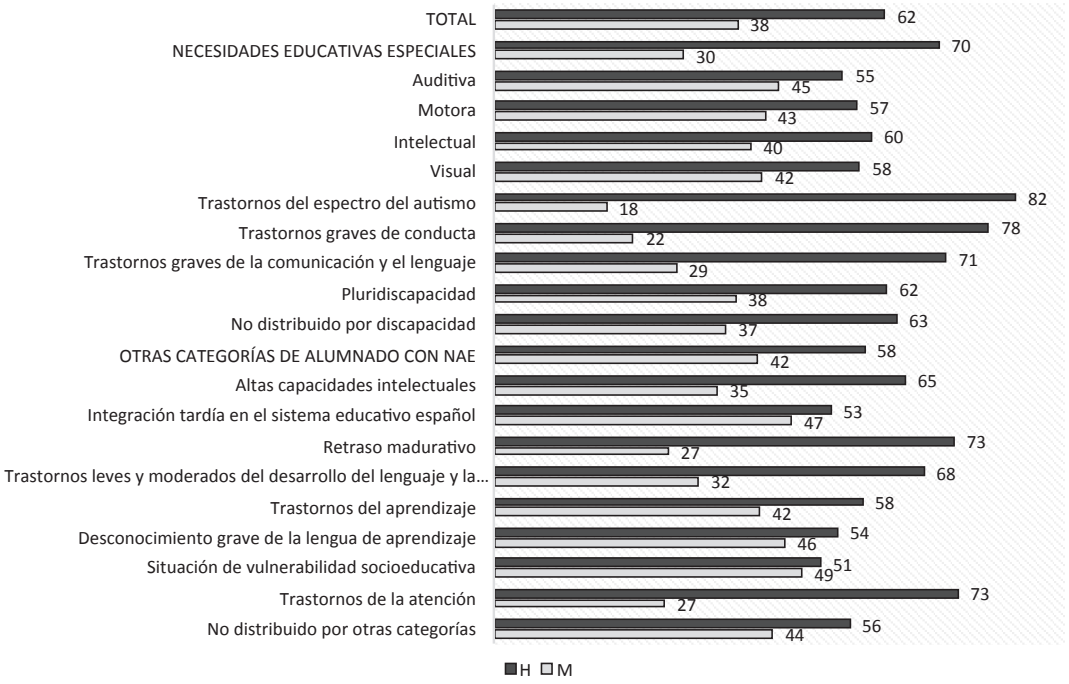


	Suecia	EU27	España	Portugal	Rumania	Francia
Todos	65,6	74,2	74,2	81,5	83,1	86,9
Sin discapacidad	65,9	76,5	74,9	81,9	84,0	87,9
Con discapacidad	65,7	60,9	55,8	74,3	34,4	75,8
Con/Sin	1,00	0,80	0,74	0,91	0,41	0,86

Fuente: Eurostat, *Population by educational attainment level, sex, age and level of disability (activity limitation %)* [edat_lfs_9920__custom_14668707].

Los trastornos son un ámbito más escabroso, aunque eso no impide que pisen los talones a las discapacidades. El número de alumnos que los presentan podrá hacer levantar las cejas a los escépticos, pero no desentona ni con la vieja idea de que, si un alumno no aprende, el origen del problema debe de estar en su persona o en su medio familiar y social. Llama la atención, por ejemplo, que el porcentaje de alumnos con NEE, *necesidades educativas especiales asociadas a discapacidad y trastornos graves*, sea del 2 % entre las chicas y del 4,4 % entre los chicos, una incidencia mayor que el doble. Si en lugar de por sexo comparamos la incidencia por comunidades autónomas, varía entre el 2,1 % en Extremadura y el 6,1 % en Murcia, casi el triple. El gráfico 96.13 muestra la distribución por sexos dentro de cada categoría. En ese tramo de edad, hay alrededor de un 3 % más de chicos que de chicas en la población, de modo que una distribución no afectada por el sexo –no por nada asociado al mismo– estaría alrededor del 51,5 % y el 48,5 %, respectivamente, pero está lejos de ser así. Si fijamos la atención en los *trastornos graves* –la segunda mitad de la primera mitad del gráfico–, encontramos que la incidencia entre los chicos se acerca al quíntuple de la de las chicas en autismo; al cuádruple en trastornos graves de conducta, y al triple en trastornos de la atención, retraso madurativo y trastornos graves de la comunicación y el lenguaje, en lo que también la duplican con trastornos leves. Su consuelo puede ser que se acercan al doble en altas capacidades intelectuales, pero seguro que hay una explicación cultural para este sesgo. Tampoco faltan teorizaciones para los otros: que las chicas son menos disruptivas por fuera, que los chicos solo tienen un cromosoma X, que su variabilidad es mayor, el propio desarrollo madurativo a esa edad (¿a cuál?), etc. Pero, más allá de que puedan investigarse como hipótesis, no resultan muy convincentes. Las preguntas básicas son obvias: ¿se les trata por igual?, ¿están a la misma distancia de los requisitos escolares, de cualquier tipo que sean?, ¿merece alguna atención el problema o *ya se les pasará*?

Gráfico 96.13. *Alumnos con NEE y NEA por tipo de necesidad y porcentaje por sexo*



Fuente: Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, *Estadística de las Enseñanzas no universitarias*. EDUCAbase.

96.3. De latente a manifiesta: la función de cuidado

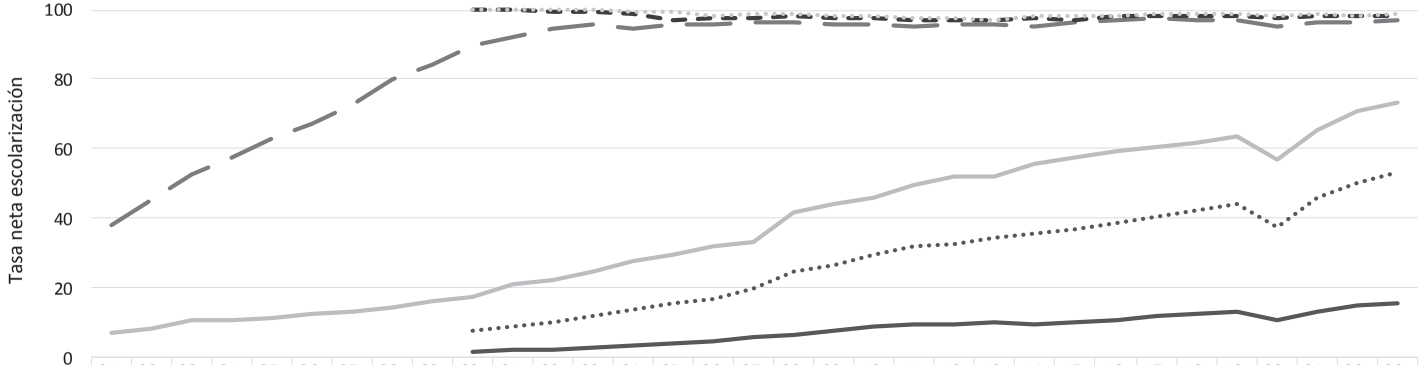
En una obra de 1949, que entraría a formar parte del canon sociológico, Robert K. Merton propuso distinguir entre funciones sociales *manifiestas* y *latentes*, las primeras intencionadas y reconocidas, las segundas no (Merton, 1968, p. 105). Quizá no fuera del todo acertado exigir que no sean intencionadas (*intended*), pues no está claro que pueda decirse tal de aquello *que solo se aprecia cuando se pierde* o de lo que, sencillamente, no se habla porque se da por sentado o porque se prefiere guardarlo para sí. Lo que sí es cierto es que la distinción parece hecha a medida de la escolarización, cuya función manifiesta es la educación, pero cuya función latente es la *custodia*, como mínimo, y, más ambiciosamente pensado o más amablemente dicho, el *cuidado*. Cualquier familia proclamará que quiere y busca la mejor educación para sus hijos, pero, si hubiera que elegir, *tercio excluso*, entre escuelas excelentes pero inseguras o mediocres pero seguras, probablemente se elegiría estas. Muchos docentes pueden proclamar y proclaman que ellos no son cuidadores ni trabajadores sociales, o que hay familias que consideran la escuela como una guardería, un aparcamiento, etc., pero a ninguno se le debe ocultar que, si su única función fuera informar y formar, no todos los menores

necesitarían ser escolarizados ni todas las familias optarían por hacerlo. Esta función de cuidado siempre ha estado presente: en la estela de la primera revolución industrial, y en paralelo a las grandes proclamas sobre la extensión de las luces, la ola de escolarización masiva en el siglo XIX se justificó también por y para que las mujeres pudieran acudir al trabajo en la fábrica y para proteger de este a la infancia (y a los trabajadores adultos de la competencia). En las últimas décadas –y más en un país con la tasa de natalidad por los suelos–, la expansión de la *educación infantil* ha sido una forma de sostener ambas cosas, la natalidad y el trabajo de las mujeres, tanto más ante la falta de otras estructuras de apoyo a la crianza, la larga jornada laboral y perilaboral (incluidas la ruptura de mediodía y el transporte) y la rigidez del reparto de las tareas familiares y domésticas. El gráfico 96.14 muestra el crecimiento en algo más de tres decenios. Hoy en día, con datos de Eurostat, España va del cuarto al sexto puesto de una lista de treinta y siete por su nivel de escolarización temprana, lo que refleja un grado muy elevado de cobertura (dependiendo del indicador, encabeza siempre Francia y pueden seguir Bélgica y algún país escandinavo o báltico).

Los años de escolarización, sin embargo, no son la única variable cuantitativa pertinente al cuidado. Cuentan también los días y las horas. El año escolar español tiene oficialmente 175 días en las etapas primaria, secundaria básica y secundaria superior. Eso nos coloca en la zona inferior del *ranking* europeo, muy lejos de los doscientos días de Italia o Dinamarca, pero por encima de los 165 de Albania o los 163 de Francia (Lel, 2021). Aunque de vez en cuando surge o resurge aquí y allá alguna propuesta sobre ampliar el calendario escolar, nunca han progresado, salvo en algunos estados norteamericanos; tampoco lo hacen las propuestas de redistribución de las vacaciones, generalmente para reducir las de verano ampliando otras, otro debate recurrente en los países mediterráneos. Sin embargo, sí que han prosperado algunas propuestas de ampliación del horario lectivo, por ejemplo, en Portugal o Dinamarca; en España, hubo algo de eso con la llamada *sexta hora* en Cataluña, pero siempre fue impopular entre el profesorado y ha sido prácticamente reabsorbida.

El tiempo es muy inelástico al alza, pero no tanto a la baja, por motivos diversos: periodos de acogida (es decir, de incorporación parcial o gradual); huelgas con distinto seguimiento, que entrañan el cierre o simplemente desalientan la asistencia, o actividades diversas como efemérides, elecciones y otras en las que se mantienen las escuelas abiertas pero se suspenden las enseñanzas. Más relevante es que las horas de clase pueden espaciarse con recreos, horario de comedor y otras actividades, con lo cual el tiempo de cuidado se amplía sin modificar por ello el dedicado a la enseñanza, o pueden compactarse en la mañana y enviar a los alumnos a casa. Las instalaciones escolares pueden estar o no abiertas más allá del horario escolar, con ofertas como atención matinal, tiempo de comedor y sobremesa y actividades extraescolares varias que, a su vez, pueden ser asumidas directa o indirectamente por el establecimiento o dejarse a la iniciativa de las familias, las entidades locales y otros colaboradores. Es probable que los centros privados y concertados opten por la primera fórmula y los públicos por la segunda, pero hay

Gráfico 96.14. *Tasas netas de escolarización en educación infantil*



	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24
< 1										1,7	2,2	2,5	3,0	3,7	4,3	4,8	5,7	6,7	7,8	8,8	9,7	9,9	10,1	9,8	10,1	10,9	12,3	12,5	13,2	10,9	13,1	15,0	15,6
1										7,7	9,2	10,1	12,1	13,9	15,6	16,9	19,7	24,5	26,5	29,9	31,8	32,6	34,2	35,7	36,9	38,6	40,4	42,1	44,4	37,5	45,8	50,0	53,5
2	7,4	8,7	10,7	11,0	11,7	12,5	13,4	14,6	16,0	17,8	21,0	22,1	24,8	27,9	29,6	32,1	33,5	41,5	44,4	46,3	49,8	51,9	52,3	55,6	57,5	59,1	60,5	61,9	63,6	57,1	65,3	71,2	73,3
3	38,4	45,7	53,0	57,3	62,9	67,3	72,5	80,3	84,3	89,7	92,1	94,3	95,6	94,5	95,7	95,8	96,2	96,3	95,7	95,6	95,2	95,8	95,9	95,4	96,6	97,0	97,3	97,0	97,1	95,2	96,4	96,6	96,7
4										100,	100,	99,3	99,3	98,9	97,1	97,8	97,8	98,1	97,3	97,3	97,0	96,8	97,2	97,4	97,0	98,1	98,3	98,4	98,4	97,5	97,9	97,9	98,0
5										100,	100,	100,	99,9	99,7	99,3	97,9	98,9	98,7	98,5	98,1	97,7	97,6	97,2	98,0	98,1	97,9	98,7	98,9	98,9	98,3	98,6	98,5	98,7

Nota: El inicio =100 de las tasas para cuatro y cinco años puede deberse a un desfase con la actualización del censo.

Fuente: EDUCAbase y elaboración propia.

variedad dentro de cada grupo. Esto implica que la función de cuidado puede reducirse al horario lectivo de forma estricta, sin más, o extenderse sensiblemente más allá del mismo. Los establecimientos escolares privados y concertados tienden a hacer lo primero, y a cobrarlo; los públicos tienden a lo segundo, que no afecta a su financiación, sino a la distribución del horario de permanencia de profesorado. Una tendencia consistente, por no decir irrefrenable, y sobre todo impulsada por los profesores del sector público en los tres últimos decenios, ha sido el paso a la llamada jornada continua, compactada o simplemente matinal, es decir, pasar a concentrar toda la actividad irrenunciable en una mañana más o menos larga, fórmula generalizada en la secundaria –excepto en Cataluña y el País Vasco– y que se expande de sur a norte y del campo a la ciudad en la primaria. Sobra explicar que este cambio recorta la función de custodia o cuidado, aunque su ejercicio directo no estuviera a cargo de los docentes, y pone obstáculos a la conciliación, salvo para estos (Fernández, 2002).

Ahora bien, ¿cómo es la vida en la escuela? Fue más bien con la vista puesta en el sur global que algunas organizaciones comenzaron a elaborar indicadores de bienestar en la escuela, tanto más al ser esta el primer lugar donde observar a la infancia, en particular los informes de la OMS sobre conducta saludable en edad escolar o HBSC. En el norte global, sería más bien la presión por el reconocimiento de problemas como el acoso escolar, antes visto dentro del saco exculpatorio de las *cosas de críos*, pero objeto de cada vez mayor atención tras la difusión en los medios de episodios dramáticos, contra el fondo de que una escolarización más universal en su alcance y prolongada cierra todas las vías de escape. Al mismo tiempo, centros escolares más grandes, docentes menos dispuestos a ejercer de guardianes y la reducción del horario de permanencia sobre el laboral dificultan la custodia. A esto se añade la creciente inmersión de los menores en las redes sociales, dedicadas a mantenerlos enganchados el máximo tiempo, lo que ha creado un nuevo espacio poblado de riesgos, tanto por reflejo de los preexistentes como por la creación de otros nuevos. Lo que ha desbordado el vaso ha sido el desalojo escolar provocado por la pandemia de COVID-19, que encerró a los escolares en viviendas que no siempre reunían las condiciones mínimas de habitabilidad, los apartó de sus pares, los dejó a merced de las redes sociales, parece haber traído una ola de malestar e incluso de problemas psíquicos y que, para colmo, desencadenó tal bombo publicitario sobre la *educación híbrida* que no pudo dejar de alarmar a los profesores por su trabajo, hecho que provocó una intensa reivindicación de la presencialidad, el contacto directo, los cuidados, etc. Todo esto ha hecho que empiece a surgir el interés por algo más que los datos académicos y los registros administrativos. En particular, las grandes evaluaciones –más que los registros– internacionales –más que nacionales– han comenzado a recoger información sobre la violencia escolar, el acoso, el ciberacoso, la satisfacción con la escuela, el sentido de pertenencia, etc. y a poner números a aspectos de la realidad de la escuela que antes no salían de sus muros o del relato anecdótico, pues, aparte de notas y títulos, lo que pasaba en la escuela se quedaba en la escuela, como otras cosas se quedan en Las Vegas. Más allá de unas pocas, muy contadas, investigaciones monográficas, lo mejor de esa información viene hoy de pruebas como PISA, PIRLS y

TIMSS, aparte de los pioneros informes HBSC. De todo ello sale una valiosa información.

La preocupación más extendida sobre la seguridad infantil en las instituciones educativas se centra hoy en el acoso (*bullying*). PISA 2022 presenta un índice de exposición al acoso, calculado a partir de la ponderación de media docena de posibles incidentes calificables como tales, índice cuya media se normaliza a cero, con un recorrido entre +1 y –1, y que para España sería de –0,38, valor notablemente bajo (OECD, 2023b, tabla 2.B1.3.30). En la tabla 96.6 se descompone la incidencia del acoso, aquí medida por el porcentaje de estudiantes que lo han sufrido «al menos varias veces al mes», por sexo, estatus socioeconómico, origen, área local, titularidad del centro y grado de concentración de inmigrantes, y se hace para ambas categorías, cuando son dos, y para las extremas, cuando son tres (ISEC y concentración de inmigrantes). En torno al sexo y la titularidad del centro, las mujeres y el alumnado de la escuela pública salen ligeramente mejor parados; en relación con el área, las escuelas rurales lo hacen mejor que las urbanas, como cabía esperar, sin

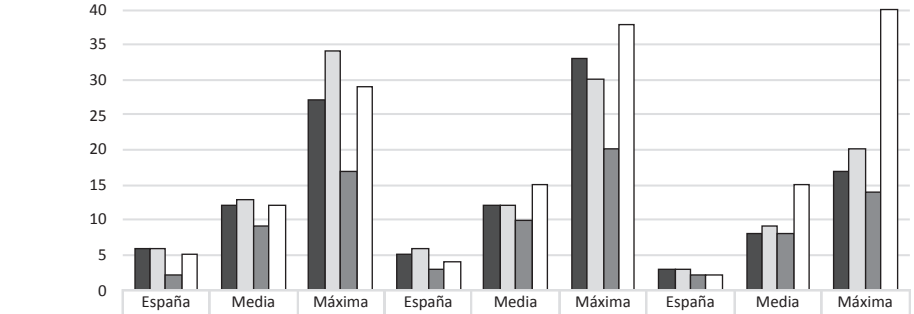
Tabla 96.6. *Estudiantes acosados al menos algunas veces al mes*

Sexo	Mujeres	15,6
	Hombres	16,0
	Dif.	-0,4
ISEC	Primer cuartil	18,7
	Cuarto cuartil	12,7
	Dif.	6,0
Origen	Inmigrante	21,1
	Nativo	14,4
	Dif.	6,7
Escuelas	En desventaja	18,4
	Aventajadas	13,4
	Dif.	5,0
Area	Rural	12,6
	Urbana	16,2
	Dif.	-3,6
Titularidad	Pública	15,8
	Privada	15,7
	Dif.	0,1
Concentración inmigrantes	Alta	17,5
	Baja	14,0
	Dif.	3,5

Fuente: PISA 2022. Tablas II.B1.3.31 y 32.

duda, porque el pequeño tamaño juega a su favor y el área extensa no lo hace en contra; en las demás divisorias, la incidencia del acoso sigue el guion previsto, sumándose a la desventaja y con clara diferencia. Los datos de PISA, ya se sabe, se refieren a alumnos de quince años, pero el informe de HBSC de 2022 ofrece datos sobre alumnos de esa edad y más jóvenes, concretamente de once, trece y quince años, que «han sido acosados al menos dos o tres veces al mes en los dos últimos meses», datos que se recogen en el gráfico 96.15. Lo primero que llama la atención –y hay que celebrarlo– es que España está siempre a la cola de una lista de cuarenta y tres países, tanto en acoso como en ciberacoso, ya sea a los once, a los trece o a los quince años, muy por debajo de la media y la moda. El valor máximo lo da siempre Lituania, algo que tendrán que mirar, normalmente seguida de inmediato por otros países hacia el norte y hacia el este, pero no especulemos sobre esto. También se observa, aunque no siempre, una caída con la edad, lo que, en contra del eudemonismo rousseauniano, indicaría que los niños moderan sus instintos con el tiempo. En conjunto, los chicos sufren más acoso y ciberacoso que las chicas y el ciberacoso parece superar al acoso entre los chicos, al contrario que entre las chicas (Cosma, Molcho y Pickett, 2024, pp. 24-29).

Gráfico 96.15. *Incidencia de acoso y ciberacoso*



	España	Media	Máxima	España	Media	Máxima	España	Media	Máxima
	11 años			13 años			15 años		
Acoso M	6	12	27	5	12	33	3	8	17
Acoso H	6	13	34	6	12	30	3	9	20
Ciberacoso M	2	9	17	3	10	20	2	8	14
Ciberacoso H	5	12	29	4	15	38	2	15	40

Fuente: HBSC 2022 y elaboración propia.

Las redes sociales han permitido no solo reflejar y continuar el acoso presencial sobre el ciberespacio –aunque también hacerlo visible para las familias, y demostrarlo, cuando resultaba invisible en la opacidad de las escuelas–, sino también iniciarlo e intensificarlo en él, privando a las víctimas lo que prometía ser un espacio seguro («En Internet nadie sabe que eres un perro», le decía uno a otro en una famosa viñeta de Peter Steiner en *The New Yorker*, un canto al valor de la red como espacio seguro por su anonimato, hace más de treinta años). Hace un decenio, una encuesta de Save the Children ya estimaba que el 5,8 % de los niños había sufrido ciberacoso ocasional y un 1,1 %

frecuente (junto con un 8,1 % y un 1,2 % de acoso presencial) (Sastre *et al.*, 2016, pp. 20-21). Pero ya a finales de la década pasada, el informe *EU Kids Online* cifraba la victimización por acoso en la red de los menores entre nueve y dieciséis años en un 14 % (5 % «al menos una vez al mes» y 9 % «al menos unas pocas veces»), para una quincena de países europeos, encabezada por Polonia con 13 % y 13 %, o total de 26 %, y con España también por encima de la media, 7 % y 9 %, total de 16 % (Smahel *et al.*, 2020, p. 56). El ya mencionado último informe de HBSC (2022) coloca en esto a España en la cola, es decir, en la mejor posición: a los trece años han sufrido ciberacoso (una o dos veces en los últimos dos meses) el 8 % de los chicos y el 12 % de las chicas (medias de cuarenta y cuatro países o sistemas: 15 % y 17 %; máximas, 32 % y 26 %) y a los quince años bajan el 3 % y el 7 % (medias 14 % y 14 %, máximas 31 % y 15 %) (Cosma, Molcho y Pickett, 2024, pp. 28-29).

En unos términos más amplios, se van abriendo también paso en la investigación los interrogantes sobre el bienestar general de los alumnos en la escuela, tanto por su interés en sí como por sus eventuales efectos sobre el logro. PISA ofrece desde la ronda 2015 un *índice de sentido de pertenencia a la escuela* (*sense of belonging*) formado a partir del acuerdo o desacuerdo con seis declaraciones sobre aspectos varios de sus relaciones con la escuela y con los compañeros, índice que se normaliza en torno a una media igual a cero. España obtiene un índice de 0,27, el tercero más elevado entre ochenta países, por detrás solo de Austria y Suiza y a la par de Alemania (OECD, 2023b, tabla II.B1.1.1). Sin embargo, es muy desigual entre chicos y chicas (0,39 y 0,15, ellas un 0,25 menos –sí, por el tercer decimal–), entre los cuartiles superior e inferior del ISEC (0,44 y 0,13 o 0,31 menos), por nivel educativo de los padres (0,31 y 0,15, o sea, 0,16 menos) y entre nativos e inmigrantes de primera o segunda generación (0,33 y 0,01 o 0,32 menos) (OECD, 2023b, tabla II.B1.1.2). En la dimensión del sexo, esto coloca a España en el puesto décimo tercero, de mayor a menor desigualdad, en toda PISA, y décimo de la OCDE; en la socioeconómica, sexto y cuarto; por el nivel de estudios parental, trigésimo cuarto y décimo cuarto; por el origen, septuagésimo tercero y trigésimo sexto, lo que quizá se exprese mejor como noveno y segundo por la cola. Dicho en breve, España está comparativamente mal en las tres primeras dimensiones y muy bien en la cuarta, al menos por ahora (recuérdese que hay poca segunda generación inmigrante).

No menos preocupante es la caída del índice de pertenencia entre la primera y las últimas ediciones (2015 y 2022, pasando por 2018). España registra la décima mayor caída entre los participantes en PISA y la más alta de toda la OCDE, 0,2, desde el 0,47 de 2015 hasta el 0,27 de 2022 (OECD, 2024a, tabla II.B1.1.5). La reacción intuitiva lleva a considerar el cierre de las escuelas en pandemia, pero seguramente no lo ignoraron al responder los estudiantes de quince años entrevistados y el hecho es que el índice medio de la OCDE solo registró una caída de 0,01, desde –0,01 en 2015 hasta –0,02 en 2022, mientras que el español se desplomó, aunque sí es cierto, al menos aritméticamente, que cuanto más arriba se sube, más altura hay para caer. Pero, dentro de España, lo que más llama la atención son algunas diferencias entre comunidades autónomas. Por encima sobresalen ante todo Extremadura (0,42),

Cantabria y Castilla y León (0,41); por debajo, y a mucha distancia de cualquier otra, se sitúa Cataluña (0,07), lo mismo que sucedía ya en 2015. Un estudio comparativo de los microdatos de esta ronda PISA (2015) para todas las comunidades bilingües encontró que ese menor sentido de pertenencia se daba en todos los casos de inmersión lingüística en la lengua regional o *propia*, cualquiera que fuese la lengua materna o, más exactamente, la hablada en el hogar. La comparación no podía extenderse a la escuela catalana, ya que en ella solo hay inmersión, pero esa misma es la explicación más plausible para tan bajo sentido de pertenencia. Si la causa no estaba en la diglosia escuela-familia, que es la forma tradicional de la diglosia, tendría que estar en la diglosia escuela-sociedad, es decir, en el hecho de forzarse en la escuela una lengua distinta de la más usada fuera de ella o en algo asociado a la disglosia de cualquier tipo; a saber, la simple imposición de una lengua única a un alumnado que, por sí mismo, o es ya bilingüe o es en origen monolingüe en una lengua distinta de la regional (Carabaña y Fernández, 2019).

El informe HBSC viene preguntando a los niños escolarizados, desde su inicio, cuánto les gusta la escuela, entre *mucho* y *nada*. Son términos casi inevitablemente imprecisos, pues no es fácil saber qué entiende un niño por mucho, poco o nada, ni siquiera hasta dónde dice lo que dice porque lo cree, porque piensa que es lo que alguien quiere que diga o por una mezcla de todo eso y más, pero no carecen de valor –y son lo que tenemos– cuando se mantiene la misma pregunta para todos los niños de una muestra, en un mismo contexto compartido y a lo largo del tiempo. Con esas cautelas, resultan interesantes las diferencias y tendencias. La tabla 96.7 muestra el porcentaje de escolares, a distintas edades y en distintos países, que afirman que *les gusta mucho* la escuela (HBSC, 2022). El informe aporta datos para cuarenta y tres países o sistemas, descompuestos por edad y sexo, pero en aras de la brevedad la reducimos aquí a España y los dos vecinos de siempre, los que aparecen en cabeza y a la cola (Tayikistán y Croacia, respectivamente), más la bendita Finlandia como curiosidad y la media del conjunto total. Aunque las cifras de Tayikistán desbordan cualquier expectativa (el país que le sigue a los quince años en 2022, Polonia, está a cuarenta y siete y treinta y siete puntos porcentuales de él), sí que reflejan una tónica general: los países más pobres tienen a estar en cabeza, mientras que los más ricos tienden a ocupar la cola –quizá porque la comparación familia-escuela no es la misma en un país y otro y porque la utilidad o gratificación inmediata que ofrece, como la de casi todo, es decreciente–. Más interesante, aunque en la misma línea, es que, por doquier, y en contra de cualquier presunción de que la escuela pudiera ganarse su adhesión de manera progresiva con una buena experiencia, el aprecio por la institución cae de modo implacable con la edad; sin duda, incluso, más de lo que las cifras reflejan, pues, a los quince años, en no pocos países ya se habrán caído, en mayor proporción que cualesquiera otros, los descontentos. Además, las niñas empiezan el recorrido con más entusiasmo, pero lo culminan con algo menos. España también sigue esas pautas, pero con más intensidad: empieza cerca de la cabeza (décima, con valores de 45 % y 36 %) y acaba más cerca de la cola (vigesimoséptima, con 15 % y 13 %). Si ordenásemos los países por la caída de la satisfacción con la escuela entre los datos para once años en 2018 y para quince en 2022 (los encuestados no son los

mismos, pero sí, en principio, los más parecidos con cuatro años más), la magnitud de la caída entre las chicas situaría a España en quinta posición (*ex aequo* con Países Bajos y Escocia, treinta y cinco puntos menos) y, entre los chicos, en cuarta (*ex aequo* con Gales, veintiocho puntos menos) (Badura *et al.*, 2024).

Tabla 96.7. *Me gusta mucho la escuela*

	Chicas			*Chicos*		
Edad:	*11*	*13*	*15*	*11*	*13*	*15*
Tayikistán	91	91	82	87	80	77
España	45	18	15	36	18	13
Francia	44	20	18	35	17	18
Portugal	34	13	10	26	12	10
Finlandia	16	7	8	11	9	12
Croacia	15	4	8	9	5	12
Media HBSC	37	20	19	32	20	20

Fuente: HBSC Survey (2022), *School Satisfaction (liking school).*

Cabe esperar que la atención a la función de cuidado, entendida en el sentido más amplio, no deje de aumentar en el futuro, a corto y a largo plazo. En su origen, la escuela fue apenas el instrumento de formación para un oficio, el de escriba en sus distintas variantes, y, en entornos muy limitados, para el *cultivo* de una élite, y así continuó durante unos veinte siglos. Con su expansión creciente en la modernidad y luego su universalización, pasó a ser, a la vez, instrumento de alfabetización y demopedia universales y de selección despiadada del *talento*. Iba en ello incluida la idea de su dureza: *la letra con sangre entra*, la ideología *del esfuerzo*, la fe en la meritocracia (y, por tanto, en el rechazo de la gente sin mérito, el *mal alumno*, el *undeserving poor* y otros). Pero los valores, y más aún la retórica, han cambiado y ahora los objetivos proclamados son la inclusión, *que nadie quede atrás*, etc., lo cual tiene como corolario la demanda y promesa recurrente e interminable de nuevas reformas que, por fin, acabarán con la desigualdad, o al menos con la inequidad, o como mínimo con la exclusión. Pero, eso sí, siempre al precio de más y más educación, es decir, más y más institucionalización de la juventud, la adolescencia y la infancia. Además, como una carrera es una carrera, y así es casi inevitable vivirla en una institución que, de un modo u otro, nunca deja de medir, evaluar, comparar y cribar, sea de manera explícita o implícita, ni de reproducir las condiciones para que todos lo hagan, pues siempre habrá quien pierda, quien se quede atrás o como se denomine en cada momento. Como no solo se prolonga la escolaridad obligatoria, sino que se llega a proclamar imprescindibles la *preescolarización* (sin la cual todos, y *a fortiori* los más *vulnerables*, se asegura, estarían condenados) y la postobligatoria (sin la cual caerán en el *abandono* o la *deserción escolar*), la carga yatrogénica de la institucionalización no puede dejar de aumentar, incluyendo no solo el

rezago, el quedarse atrás y el fracaso, sino también otros riesgos propios de las instituciones totales y tutelares (no hay *acoso*, o poco hay, por ejemplo, en el parque o el club que uno puede dejar en cualquier momento, pero hace estragos en las instituciones totales –prisiones, cuarteles, etc.– o tutelares –escuelas– de las que es imposible o difícil escapar).

En paralelo, asistimos hoy a un creciente pánico social sobre el presunto aumento de los trastornos psíquicos entre niños y adolescentes. Sin negar que pueda haberlo en alguna medida, aunque es algo muy difícil de establecer, se hace cuesta arriba tomar en serio afirmaciones como que la mitad de los adolescentes sufren trastornos de ansiedad o depresión, ideaciones suicidas, etc. que tanto menudean en los medios o incluso en los informes *expertos* (como el de *las cincuenta personas expertas* sobre infancia, adolescencia y entorno digital) y más aún lo es evitar la sospecha de que pueda ser la propia alarma social la que termina por provocar sobrediagnóstico, especialmente autodiagnóstico, en el magma de los medios sociales. Las sospechosas habituales son ahora las redes sociales, si bien no termina de haber pruebas de ello (Ferguson *et al.*, 2022; Huang, 2022; Ivie *et al.*, 2020) y sí del efecto Pigmalión, o de profecía autocumplida, de tanta alarma y sus pretendidas soluciones (por ejemplo, la moda *mindfulness* que se abre paso en las aulas) (Dunning *et al.*, 2019). Cuestión distinta son otros problemas más localizados como el malestar por la comparación física, la adicción a las apuestas (Gao, Wang y Dong, 2022) o el pico de uso de las pantallas durante los encierros en respuesta a la pandemia (Marciano *et al.*, 2022). Se trata de algo que, en todo caso, requerirá mucha más investigación, también sociológica.

96.4. Capeando la transformación digital

Vivimos un cambio de época de profundas consecuencias para la educación. No se trata solo de que haya que aprender o enseñar otras cosas desde más o menos las mismas estructuras y con los mismos procesos, sino justamente de que afecta de manera radical a aquellas y a estos. Ese cambio, que está revolucionando la economía, la política, la cultura, la ciencia y la vida cotidiana, sin dejar nada fuera, no es desde luego el único ni surge de la nada –sucede a la estela del sesenta y ocho, la caída del comunismo, la globalización, el neoliberalismo, etc.–, pero es un cambio radical en el ecosistema de la información y la comunicación, que es coextensivo con las relaciones de la humanidad entre sí y con su entorno, con su pasado y su futuro. La década de los ochenta del anterior siglo vivió el estallido de la informática, la de los noventa conoció la apertura y masificación de Internet y la web global, y en lo que va del presente siglo hemos visto nacer o desplegarse la fibra y las redes digitales, los móviles y las tabletas, los medios o redes sociales, una avalancha de aplicaciones, la nube, el salto de la música y el cine al *streaming*, la digitalización de la prensa y el libro, la videoconferencia y la inteligencia artificial generativa, etc., así como la piratería cultural, la desinformación, las falsificaciones, el ciberacoso, la radicalización política y cultural, la dependencia de las redes, etc. Suma y sigue. En el ámbito más propiamente educativo, hemos pasado por los recursos abiertos, los

entornos virtuales o sistemas de gestión del aprendizaje, los cursos masivos en línea, la avalancha de aplicaciones de *edtech*, el asalto de las redes a los menores, la economía de la atención, la enseñanza remota de emergencia en la pandemia y la relación de amor-odio con los móviles. Pero ¿hasta dónde puede y debe llegar esta transformación en la educación? Medio siglo de cambio tecnológico acelerado ha visto ya alternarse entusiasmo y escepticismo, éxitos y fracasos, tecnosolucionismo y neoludismo. Hace un siglo casi exacto, en 1923, Thomas Edison *predijo* que la educación sustituiría los libros de texto por películas, cuya mayor eficacia decía haber comprobado experimentalmente: cuarenta años antes ya había asegurado que el fonógrafo acabaría con el libro y sería más importante que la imprenta. Pronto vino el turno de la radio y la televisión, que llegarían a tener cierto papel en áreas geográficas y grupos sociales no escolarizados, e incluso como una herramienta de lujo en áreas escolarizadas, para después desvanecerse. También nacieron por entonces las *máquinas de enseñar*, cuya enseñanza programada habría de inspirar los primeros experimentos con ordenadores como PLATO y todavía sobrevuela hoy la llamada *tutorización inteligente* (Fernández, 2023).

Es verdad que los medios audiovisuales electrónicos (fonógrafo, cine, radio y televisión, *casettes*, vídeo, cable) formaron una suerte de *galaxia electrónica* que sustituyó o desplazó en buena medida a la galaxia Gutenberg, es decir, al ecosistema de la imprenta (teatro por cine, conciertos por discos, libros por seriales, prensa por noticiarios, etc.), pero no es menos cierto que eso no sucedió, ni mucho ni poco, en la institución escolar, donde siguieron imperando el libro de texto, los programas de enseñanza y estándares de evaluación, el maestro normalista y el especialista en la disciplina, el aula-huevera y la parrilla horaria. Luego, ¿por qué iba a ser distinto ahora? La primera parte de la respuesta estriba en por qué no lo hizo entonces y no lo hizo porque, además de unos costes superiores, el uso de medios electrónicos en la educación reproducía y llevaba al paroxismo lo peor del sistema ya existente. Ello, junto con la estructura y los procesos ya existentes, se había convertido ya en el principal problema: la unilateralidad de la lección, la uniformidad de los programas, el procesamiento por lotes, etc. La segunda parte es que los nuevos medios –o, más exactamente, un metamedio, el *software*, medio de todos los medios habidos y por haber– ya forman un nuevo ecosistema informacional y comunicacional, la *galaxia Internet*, que empezó conectando por cable un puñado de centros especializados, con una colección de protocolos aislados, y hoy lo conecta todo sin fricciones: instituciones, personas, máquinas, cosas, etc. La imprenta (de tipos móviles) llegó a Europa a finales del siglo XV; la idea del aula, el libro de texto y el maestro normalista es de finales del XVII, y la de la enseñanza simultánea y la escuela graduada y el inicio de su masificación, del largo XIX. Hoy, como entonces, una gran transformación del ecosistema informacional provoca y reclama la transformación de la educación, pero con otro ritmo: la escritura exigió de inmediato *escuelas del oficio*, pero ha tardado milenios en llegar a todos, y la imprenta llevó enseguida los primeros libros a un pequeño público renacentista, pero ha necesitado siglos para llegar al gran público; sin embargo, la transformación digital no espera a nadie: ha llegado a toda la sociedad antes que a la escuela y a la generalidad de los alumnos antes que a la mayoría de los profesores (Fernández, 2023; Watters, 2014).

La consecuencia, por supuesto, es una amplia y tupida, aunque irregular, trama de propuestas y manifiestos, planes y programas, experimentos y programas, pequeñas y grandes aplicaciones y cuasiplataformas, éxitos y fracasos, avances y retrocesos, etc. La Unesco lanzó en 2019 y actualizó en 2021 la *Estrategia de la UNESCO sobre la Innovación Tecnológica en la Educación (2022-2025)*. La Unión Europea tiene en curso el Plan de Acción de Educación Digital 2021-2027 –pese a ser la educación competencia exclusiva de los Estados miembros–, además de una batería de leyes de regulación del ámbito digital que afectan profundamente al sector. En España, están en marcha el Plan España Digital y el Plan de Digitalización y Competencias Digitales del Sistema Educativo (#DigEdu) y, por supuesto, cada una de las diecisiete comunidades tiene el suyo. La información disponible, sin embargo, no siempre hace honor a tanto entusiasmo, no tanto por los resultados como por el procedimiento mismo. El Instituto Nacional de Estadística sigue preguntando a los hogares si sus miembros han usado un ordenador o accedido a Internet «en los últimos tres meses»; el Ministerio de Educación lleva dos decenios preguntando a los centros escolares el número de alumnos por cada ordenador «destinado preferentemente a docencia», etc. Los voluminosos informes de la Fundación Telefónica o la ONTSI sobre «sociedad de la información», «en red» o «digital» suelen incluir información económica, mas no añaden nada en el ámbito educativo, el que aquí interesa, ni próximo al mismo. Pero la información que hay es la que hay y algo nos dice.

El siglo arrancó con dos grandes proclamas en materia de educación y digitalización: por un lado, la alarma sobre una *brecha digital* que separaría de manera implacable a inforricos e infopobres, *haves* y *have-nots* (Cullen, 2001; NTIA, 1999); por el otro, un optimismo sin límites sobre las capacidades espontáneas, si es que no innatas, de los *nativos digitales* (Prensky, 2001; Tapscott, 1998). Naturalmente, disponer de dispositivos (valga la redundancia) es la precondición, así que comencemos por ahí. La tabla 96.8, con datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares (Encuesta TIC-H, o ETIC-H, del INE), recoge los porcentajes de menores entre los diez y los quince años que han usado un ordenador o accedido a Internet en los últimos tres meses y el de los que disponen de un móvil. Comentaremos estos últimos (móviles) algo más adelante, pero baste por ahora señalar que la práctica totalidad de los niños tienen acceso a ordenadores y a Internet. Es cierto que el indicador tradicional del INE, «haber usado cada tres meses», no dice mucho, pues cubriría a quienes lo han hecho en su hogar, en el de familiares o amigos, en la escuela o en cualquier establecimiento público. Sabemos también, no obstante, algo sobre los adultos en edad de tener hijos escolarizados: entre los de veinticinco a treinta y cuatro años, el 99,1 % ha utilizado Internet al menos una vez a la semana y el 98,9 %, a diario (al menos cinco días a la semana); entre los de treinta y cinco a cuarenta y cuatro, lo han hecho el 98,9 % y el 97,1 %. La tabla 96.9 recoge el equipamiento TIC de las viviendas que son hogares con hijos. En ella, se ve que el equipamiento es muy mayoritario, pero también lo son ya las carencias en los hogares monoparentales, que constituyen casi la cuarta parte del total (tómese más bien como indicio, a efectos de la educación, pues no todos los hijos en todos ellos están en edad escolar ni tienen los mismos años). La desigualdad de equipamiento, pues, existe, no en

TABLA 96.8. *Uso de TIC por los menores de diez a quince años*

	Han usado ordenador	*Han usado Internet*	*Disponen de móvil*
Sexo			
Niños	95,8	95,5	68,4
Niñas	95,8	96,5	70,9
Edad			
10 años	92,6	93,1	22,4
11 años	94,2	93,2	41,0
12 años	96,6	96,8	69,3
13 años	96,7	97,1	87,6
14 años	96,9	97,2	91,9
15 años	97,4	98,0	96,0
Hábitat			
100.000+ y capitales	96,4	96,3	65,2
50.000 a 100.000	96,3	98,0	73,1
20.000 a 50.000	95,8	94,7	73,0
10.000 a 20.000	95,0	94,0	71,3
Menos de 10.000	94,9	96,3	72,1
Tamaño hogar			
2 miembros	94,1	92,8	74,8
3 miembros	96,2	96,3	71,8
4 miembros	96,3	97,0	70,0
5+ miembros	94,7	94,3	65,4
Tipo hogar	..	..	..
P/madre solo con hijo/s	94,9	95,5	74,0
Pareja con hijos en hogar	96,8	96,8	68,7
Otro tipo de hogar	88,8	89,8	69,5
Ingresos mensuales €			
Menos de 1.200	91,0	95,1	66,5
1.200 a 1.900	95,1	96,2	70,4
1.900 a 2.700	93,8	94,3	71,7
2.700 a 3.900	97,5	96,4	71,4
3.900 o más	97,2	96,7	68,2
NS/NR	81,9	71,2	71,2

Fuente: INE (2024), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares.

términos de todo o nada –los *haves y have-nots* de la *brecha digital* entendida como brecha insalvable o *divisoria* de aguas (*divide*), que era su sentido original–, pero sí en el más impreciso y variado de diferencia, distancia o desfase (*gap*), útil siempre que se entienda lo que es y lo que no. La práctica totalidad de los hogares con niños y, por tanto, de estos, cuenta con dispositivos y conectividad, pero en muy distinto grado. El equipamiento idóneo (funcional, no fantasioso) para un adulto que trabaja con información –sin duda, para cualquiera que lea esto– podría constar de un ordenador de mesa en su puesto de trabajo; otro en su lugar de trabajo en el hogar; un portátil para viajes y otras salidas; un lector electrónico para libros y otras lecturas, incluidas las de ocio, que no abunden en tablas ni imágenes –y una tableta de buen tamaño para las que sí, además de para la prensa–, y, por supuesto, un móvil inteligente para cualquier otra cosa que haga falta en movilidad. Todo, claro está, conectado o conectable vía fibra y redes wifi y 4/5G, según corresponda, lo que nos recuerda que no es lo mismo cable de cobre que de fibra ni datos ultrarrápidos e ilimitados que menos que eso. Un dispositivo en el hogar puede servir a varias personas en condiciones ordinarias y de poca exigencia, pero resultar insuficiente ante cualquier intensificación de la demanda de uso. Es lo que se vivió con claridad en el encierro por la pandemia de COVID-19: por un lado, los dispositivos disponibles –y la pronta adquisición de otros, de ser posible– sirvieron a los hogares para el teletrabajo, la enseñanza remota (o lo que fuera), el contacto familiar y social, gestiones y compras virtuales y un ocio más doméstico y consuntivo; por otro, pudieron servir hasta donde alcanzaran y en una proporción importante de hogares resultó ser poco, un problema en España (Cabrera, 2020) y en todo el mundo (Reimers, 2022).

No hay modo posible, hoy, de inventariar la innovación o la transformación digitales en la escuela.

Tabla 96.9. *Equipamiento TIC, viviendas principales, con hijos*

	P/madre solo que convive con hijo/s	*Pareja que convive con hijo/s*
Total Viviendas	2.010.015	6.634.701
Ordenadores de cualquier tipo: incluidos *netbooks, tablets*, etc.	84,7	94,2
Ordenadores de sobremesa o portátil (no incluye *tablet*)	78,5	90,5
Ordenadores tipo *tablet*	54,0	70,0
Viviendas que disponen de acceso a Internet	96,9	99,1
Viviendas con conexión de banda ancha	96,9	99,1
Viviendas con conexión de banda ancha fija	88,5	95,1
Viviendas con conexión solo a través de banda ancha móvil	8,3	4,0
Viviendas con teléfono fijo	57,6	56,9
Viviendas con teléfono móvil	99,5	99,9

Fuente: INE (2024), Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares.

TABLA 96.10. *Indicadores de equipamiento de los centros*

	2002-2003	*2004-2005*	*2006-2007*	*2008-2009*	*2010-2011*	*2012-2013*	*2014-2015*	*2016-2017*	*2018-2019*	*2020-2021*	*2022-2023*
Alumnos por ordenador dedicado a enseñanza/aprendizaje	13,4	8,8	6,6	5,3	3,5	3,1	3,0	3,0	2,9	2,5	2,2
Alumnos por ordenador dedicado preferentemente a docencia	15,7	10,3	7,8	6,5	4,1	3,7	3,6	3,6	3,4	3,0	2,6
Alumnos por ordenador conectado a la internet	-	-	-	-	4,7	4,0	4,0	3,8	3,6	3,2	
Ordenadores por unidad/grupo	1,4	2,2	2,9	3,5	5,4	6,2	6,4	6,4	6,6	7,2	8,6
Centros con conexión a la internet (todos)	96,9	97,4	98,3	99,5	99,8	99,5	99,8	100,0	99,9	100,0	99,9
Centros con fibra óptica (todos)	-	-	-	-	-	-	-	41,0	66,0	74,4	85,0
Centros con fibra óptica (públicos)	-	-	-	-	-	-	-	39,0	65,5	73,9	84,0
Centros con fibra óptica (privados)	-	-	-	-	-	-	-	47,5	67,5	75,9	85,2
Centros con conexiónde más de 100 Mbps (todos)	-	-	-	-	-	-	-	23,9	40,5	51,1	-
Centros con conexiónde más de 100 Mbps (públicos)	-	-	-	-	-	-	-	17,7	35,5	45,8	-
Centros con conexiónde más de 100 Mbps (privados)	-	-	-	-	-	-	-	44,2	56,9	68,4	-
Aulas con acceso a la internet (todos)	-	-	-	-	80,6	89,8	92,7	94,6	96,8	97,4	-
Aulas con acceso a la internet (públicos)	-	-	-	-	81,7	90,0	92,3	94,3	96,5	97,1	-
Aulas con acceso a la internet (privados)	-	-	-	-	76,9	89,4	93,7	95,5	97,4	98,0	-
Centros con acceso wifi (todos)	-	-	-	-	73,8	80,3	86,8	90,5	93,7	95,9	96,9
Centros con acceso wifi (públicos)	-	-	-	-	72,9	79,3	85,7	89,3	92,8	95,2	96,5
Centros con acceso wifi (privados)	-	-	-	-	76,9	83,4	90,1	94,5	96,5	98,3	98,4

Fuente: Datos seleccionados de la EDUCAbase, Estadística de la sociedad de la información y la comunicación en los centros educativos no universitarios (MEFPD).

El equipamiento es una condición, claro está, y la tabla 96.10 presenta un panorama mínimo del mismo en los centros: alumnos por ordenador, que están lejos del deseado modelo 1x1 (y eso, a pesar de contar los «dedicados a "enseñanza/aprendizaje" "preferentemente a docencia"», que en todo caso incluyen los usados solo por los profesores), y la conectividad, que obviamente es muy variada (hay una gran distancia entre tener Internet, o tener wifi, y tener acceso fluido para todos). Pero es una condición necesaria, no suficiente. Una pizarra digital interactiva, por ejemplo, que es el dispositivo más común en las aulas, no implica interactividad alguna en el proceso de aprendizaje, sino que los mandos que antes estaban en el teclado de un ordenador externo ahora están en la pantalla *capacitiva* de la *pizarra*. Una presentación en PowerPoint o cualquier otro programa similar, sin duda la iniciativa digital más común en la enseñanza, muy a menudo es lo mismo (normalmente más

nítido e ilustrado) que una pizarra escrita antes, con la sola diferencia (negativa) de que el profesor ya no va a mostrar el proceso sino solo el resultado; además, si lo que presenta es un texto, lo más probable es que no añada nada (salvo el riesgo de *muerte por PowerPoint*, o sea, por aburrimiento, del que tan cerca hemos estado todos tantas veces). Las plataformas generales o adaptadas a la educación (Microsoft Teams for Education, Google Workspaces for Education, etc.) y los sistemas de gestión o entornos virtuales de aprendizaje (Moodle, Canvas, Blackboard, Google Classroom, etc.) están más o menos presentes en casi todos los centros, pero eso no implica ningún uso innovador. Al ser así, los datos estadísticos de carácter registral ofrecen, en realidad, muy poca información útil, además de ser escasos. La tabla 96.11 presenta la proporción de centros, según su etapa y titularidad, que han adoptado algunas iniciativas innovadoras más o menos típicas en general o típicas de la innovación. La titularidad indica solo si esta es pública o privada, pero no permite distinguir entre centros estrictamente privados y concertados, mucho menos entre los de titularidad privada en sí (concertados o no), los de entidades religiosas y las cooperativas de profesores o padres, subtipos relevantes todos ellos. Para los centros públicos se distingue entre los de primaria (e infantil) y los de secundaria (casi siempre los dos ciclos y formación profesional), pero para los privados no hay tal distinción, aunque sabemos que suelen ser *completos* (con todas las etapas), aunque con poca o ninguna FP. Esto, por un lado, dificulta la comparación público-privada; no obstante, al mismo tiempo, nos dice algo sobre el probable papel de la edad de los alumnos y el posible papel de la cultura profesional de los docentes.

Tabla 96.11. *Algunas iniciativas innovadoras en centros*

	Web	*EVA/LMS*	*Acc. Familias*	*SS. Nube*	*Acc. Familias*	*Hiperaulas*	*ATECA*	*E. Maker*	*Diseño GAV*
Todos los centros	89,1	45,4	23,5	59,2	25,2	11,8	3,4	11,9	22
Centros públicos	87	42,3	19	55,5	19,3	11,3	3,2	10,2	21
Centros privados	96,1	55,8	34,8	71,6	40,2	13,3	4,2	17,5	25,3
C. públicos E. primaria	83,3	29,6	22,3	49,8	19	10,2	0,3	8,7	19
C. públicos E. secundaria y FP	96,6	74,8	15,7	69,9	19,8	14,2	10,6	14	26,2

Fuente: Datos seleccionados de la EDUCAbase, Estadística de la sociedad de la información y la comunicación en los centros educativos no universitarios (MEFPD).

Una web es algo que casi todos los centros tienen, ya que realmente hace falta esforzarse para no tenerla, al menos en los públicos, pues las consejerías las ofrecen –algunas también a los privados– con un patrón común y sencillo de adaptar. La existencia de sistemas de gestión del aprendizaje (LMS/EVA) es menos frecuente y existen diferencias más notables a favor de los centros privados y, entre los públicos, a favor de los de secundaria. Los servicios en la

nube también son claramente más frecuentes en la privada y en la secundaria. El acceso permitido a las familias es muy superior en la privada tanto a los LMS como a la nube, aunque hay que suponer que es limitado y que responde a la necesidad de una mayor apertura al público por el mero hecho de trabajar en el mercado, a diferencia de los centros públicos, que lo hacen a través del Estado. Llamo *hiperaulas* a aulas de estructura física –y, tal vez, temporal– muy flexible (con espacios y tiempos reconfigurables, hiperespacios, en sentido metafórico), con avanzado equipamiento tecnológico –y dos características: transición fácil de un medio a otro, o hipermedia, y tecnologías de simulación y representación mucho más potentes que las de la imprenta, o hiperrealidad–, así como, con más frecuencia que no, grupos de alumnos acumulados y docencia colaborativa (codocencia) sobre el terreno. La estadística ministerial las denomina *aulas del futuro* porque esa es la denominación del modelo de European Schoolnet y del INTEF, con diferencia el más común en los centros públicos, pero no es tal en los privados, relativamente más abundantes, donde se dan más otros, a menudo más ambiciosos, promovidos por consorcios tecnológicos o diseñados *ad hoc* desde los propios centros. También son algo más frecuentes en la secundaria –probablemente por la FP y, sin duda, por la edad de los alumnos– que en la primaria. Lo mismo sucede con iniciativas más específicas y acotadas como las aulas ATECA (dedicadas a tecnologías avanzadas, normalmente en FP), los espacios *maker* y los talleres de diseño gráfico y audiovisual –que pueden considerarse STEAM–, con frecuencia parte de las hiperaulas.

No cabe ir más allá con los números, salvo cuestiones muy restringidas que no interesan aquí, pero, a pesar de ello –o precisamente por ello–, me voy a permitir algunos diagnósticos basados en la observación y la experiencia personales o, en términos anglosajones, en la *evidencia anecdótica*. Los centros privados y concertados suelen ser más innovadores que los públicos no porque sus profesores lo sean o dejen de serlo, sino porque tienen que atraer una clientela, ya que algunos de ellos nacieron, sobre todo, para aplicar algún tipo de orientación innovadora y, por encima todo, porque suelen tener un proyecto, una dirección más efectiva y una selección de personal que se lo permiten, mientras que los públicos se crean para cubrir una demanda local, los profesores caen en ellos según el escalafón y la proximidad, los proyectos suelen ser inespecíficos (no todos) y los directores cuentan con muy poca autoridad sobre los profesores. Los centros de educación primaria, aunque con limitaciones para el uso de tecnología digital, suelen ser más innovadores que los de secundaria y todos ellos, más que la universidad, al menos para las innovaciones que requieren colaboración más allá del aula. Esto es así porque el academicismo, la proximidad de exámenes con consecuencias para los alumnos y una fragmentación muy elevada de la capacidad de decisión operan contra las innovaciones que requieren actuar a nivel del centro, incluso de etapas, especialidades o grupos de alumnos. No obstante, la edad creciente de los alumnos también levanta restricciones y abre posibilidades cuando está implicada la tecnología. Los centros privilegiados –sea por ser privados, por reclutar en zonas que ya lo son o por ambas causas– pueden tener más medios y pueden sentir la presión de las familias en esa dirección, pero los centros que actúan en zonas o con grupos desfavorecidos están a menudo entre los más innovadores, precisamente

porque el café para todos y los patrones de clase media son ahí más inaplicables y porque la necesidad aguza el ingenio.

La investigación sobre la *brecha* digital comenzó centrada en el equipamiento, como cabía esperar, y en el uso solo en su sentido más simple. En el Instituto Nacional de Estadística y el Ministerio de Educación, pudieron dejar pasar años limitándose a preguntar si se había utilizado el ordenador o Internet en los últimos tres meses y las investigaciones más focalizadas también se centraban, aunque con cuantificaciones más precisas, en el tiempo de acceso. La sorpresa llegó al encontrar que las personas, sobre todo los jóvenes, en desventaja (bajo estatus, minorías, etc.), una vez que contaban con algún equipo para ello, pasaban más tiempo ante la pantalla y conectados que los privilegiados. Entonces se comprendió que, junto con la brecha en el acceso, había otra no menos importante –sino más– en el uso, a la que se denominó segunda brecha o brecha secundaria (DiMaggio y Hargittai, 2001; Warschauer, 2003). De forma simultánea, se entendía que los nativos digitales tal vez existieran, en el sentido de estar acostumbrados desde la más tierna infancia a convivir con las pantallas y a usarlas, pero que eso no implicaba en absoluto un nivel alto de competencia digital (Bayne y Ross, 2007; Helsper y Eynon, 2010), sino que era perfectamente compatible con un bajo nivel; después de todo, la facilidad de uso era y es el objetivo de cualquier proveedor de tecnología, con el fin de ampliar la clientela. Encuestas enfocadas de forma específica a la educación, además, trajeron sorpresas sobre algunos supuestos ampliamente compartidos. Así, la primera encuesta de la Unión Europea sobre las TIC en las escuelas (ESSIE) encontraría que los profesores estaban familiarizados con su existencia y habían recibido formación al respecto, pero no las usaban más allá de la preparación de sus clases –lo que quiere decir que usaban, sobre todo, las aplicaciones de ofimática–, no para el trabajo de y con los alumnos ni para el contacto con los padres. Los estudiantes declaraban usarlas en casa, incluso para el trabajo académico, pero no en el aula, y, cuando había algún uso en esta, les atribuían mucho menor alcance que los profesores (European Schoolnet, 2013). Un reanálisis de los datos nacionales agregados de ESSIE 2010 y de TALIS 2013 (la encuesta de la OCDE, desde 2008, a profesores), primeras evaluaciones masivas que incluyen las prácticas docentes en Europa, encontraría que el uso pedagógico de las TIC en el aula no parecía depender en absoluto de los sospechosos habituales –el nivel de equipamiento, la formación del profesorado y la presencia de coordinadores de tecnología en los centros–, sino de otra variable tal vez inesperada: la amplitud de la autoridad estatutaria de los directores y, en particular, de su autoridad en materia de personal, más que económica o incluso pedagógica (Fernández, 2023), lo cual bien podría atribuirse a la necesidad para ello de una acción coordinada a escala de centro. Se trata de algo que se nota particularmente en el caso de España, que siempre ha destacado por la inmaterialidad de la dirección en los centros.

Dos trabajos recientes, ESSIE 2 e ICILS 2023, permiten saber algo más del contexto internacional y situar a España en él, además de traer alguna sorpresa. Así, por ejemplo, ESSIE 2 (Unión Europea, 2019) permite ubicar a España contra el fondo europeo (treinta y un países) en conjuntos e indicadores, parte de los cuales se sintetizan en la tabla 96.12 para el conjunto y

para el país, así como para los tres niveles de enseñanza principales: primaria (CINE o ISCED 1), secundaria básica (CINE o ISCED 2, aquí la Educación Secundaria Obligatoria) y secundaria superior (CINE o ISCED 3, aquí bachillerato y ciclos formativos de grado medio). Se leen solos, de modo que no entraremos a comentarlos uno a uno, pero sí que vale la pena una observación general. Se reúnen treinta y siete indicadores que, por tres etapas cada uno, arrojaron ciento once, pero, al no estar completos, se quedan en noventa y seis. En general, consisten en la descripción de una característica o acción *deseable*, excepto cinco que designan acciones o conductas no deseables (en relación con lo que se valora), de modo que valores *mejores* habrán de ser superiores en los primeros e inferiores en los segundos. El país, resumiendo sin matices, presenta valores *mejores* en sesenta y ocho casos y peores en veintiocho, o sea, una relación favorable en un poquito más del doble, lo cual es bastante buena noticia. El problema, o la limitación, es que gran mayoría de los indicadores favorables son, por así decirlo, *inputs*, características que deberán impulsar la innovación y la transformación educativas (la infraestructura, acceso a los dispositivos en uso extraescolar, formación del profesorado, etc.), mientras que los desfavorables son más bien los *outputs* esperados, es decir, la innovación real en ese ámbito (también destaca la desventaja, según los indicadores penúltimo y antepenúltimo, en incentivos a la innovación). En definitiva, que ESSIE 2 nos lleva a las mismas conclusiones que ESSIE 1 con TALIS 2013.

En esto llegó la pandemia, que fue la gran *prueba de resistencia* para la escuela. Cuando el crecimiento exponencial de la morbilidad fue respondido con el cierre de los establecimientos de enseñanza y el confinamiento en los hogares, en menos de medio mundo, pero incluido este país, la generalidad de los centros –aunque no por igual– y la práctica totalidad de las familias –aunque no en el mismo grado– contaban con el equipamiento necesario para poner en marcha la enseñanza en línea, a la que, en un alarde de optimismo, y con mayor justificación aparente cuando se reabrieron los centros –limitando la asistencia y con la perspectiva de poder tener que volver a cerrarlos en cualquier momento–, se denominó *educación híbrida*, que *a posteriori* se proclamaría un éxito, algo que *había venido para quedarse.* Pero la que se calificó, más acertadamente, de *enseñanza remota de emergencia* (Hodges *et al*., 2020) no solo mostró las limitaciones de un equipamiento familiar e institucional implementado en tiempos más tranquilos –la brecha de primer orden–, sino también las del capital profesional del profesorado, las competencias de los alumnos, el bagaje de las familias y la preparación de las instituciones para hacer frente a la nueva situación. En otras palabras, mostró la segunda brecha, de segundo orden, secundaria, en el uso, entendida aquí como desfase, como dificultad para estar a la altura de la tarea o incluso incapacidad de hacerlo. En la ronda PISA de 2022 (prevista para 2021, pero aplazada por las circunstancias), se administró a directores, profesores y alumnos una batería de preguntas sobre la experiencia que merecen la atención de toda persona interesada por la transformación digital o la mera digitalización, del aprendizaje y la enseñanza. Basten algunos ejemplos: preguntados los alumnos sobre si «sus profesores estaban bien preparados para ofrecer instrucción en remoto», un 20,3 % se declara «fuertemente en desacuerdo» y

Tabla 96.12. *TIC en la escuela: Europa y España (indicadores)*

	CINE 1		*CINE 2*		*CINE 3*	
Porcentaje de alumnos en centros…	*UE*	*ES*	*UE*	*ES*	*UE*	*ES*
…con fibra óptica	32	58	40	61	51	61
…con red inalámbrica	46	43	52	69	67	67
…por ordenador (todos los tipos, no móviles)	18	6	7	-	8	3
…por pizarra interactiva	56	30	109	-	166	-
…más del 50% de docentes con correo institucional	75	81	83	85	85	89
…más del 50% de alumnos con correo institucional	29	30	43	56	56	60
…acceso a LMS/EVA	32	40	54	77	65	79
…acceso a LMS/EVA fuera del horario escolar	85	86	92	97	95	97
…acceso a LMS/EVA fuera del espacio escolar	81	85	89	95	88	96
…apoyo a mantenimiento por personal propio	71	86	86	89	94	87
…mantenimiento externo privado+público	47+28	48+36	41+29	50+32	40+18	53+31
…usan internet en centro para aprender, ≥1 vez/semana	-	-	68	66	73	73
…usan ordenador en centro para aprender, ≥1 vez/semana	-	-	52	49	59	58
…usan móvil propio, en horas de clase, para aprender, ≥1 vez/semana	-	-	30	22	53	22
…usan portátil propio, en horas de clase, para aprender, ≥1 vez/semana	-	-	12	16	15	16
…usan tableta propia, en horas de clase, para aprender, ≥1 vez/semana	-	-	8	5	8	5
…nunca o casi nunca han usado ordenador en escuela en 3 meses	-	-	20	20	20	20
Docentes con 4-6 años de experiencia uso ordenadores/internet en escuela	-	-	-	-	13	6
Docentes con >6 años de experiencia uso ordenadores/internet en escuela	-	-	-	-	80	85
Docentes usan TIC en más del 25 % de las clases	71	77	58	56	65	58
…los alumnos nunca escriben código/programan	-	-	79	79	76	73
Los docentes aprenden TIC en su tiempo propio	61	81	62	78	60	72
Docentes participaron en formación por colegas, en 2 años últimos	60	66	51	52	44	43
Docentes participan en formación TIC obligatoria	27	13	24	21	12	15
Docentes participan en comunidades profesionales en línea, 2 años	41	45	29	26	37	43
Docentes participan en cursos pedagogía TIC enseñanza/aprendizaje	43	75	45	65	50	55
Docentes participan en formación aplicaciones asignatura, 2 años	44	62	49	46	48	43
Docentes emplearon > 6 días en desarrollo profesional sobre TIC, 2 años	45	77	55	66	47	65
Docentes no han dedicado ningún tiempo a ello en 2 años	2	0	4	7	4	6
Alumnos tienen acceso a ordenador en casa	92	93	96	97	97	96
Alumnos tienen acceso a tableta en casa	81	90	69	72	59	74
Alumnos tienen acceso a móvil inteligente en casa	80	60	81	71	91	80
Alumnos tienen acceso a lector digital en casa	21	35	23	27	20	40
El centro tiene una guía sobre uso de las TIC	35	51	38	61	33	56
Se incentiva el uso de TIC en el aula con formación docente	26	18	34	21	44	16
Se incentiva el uso de TIC en el aula con equipamiento	21	21	28	12	39	13
La escuela tiene un coordinador TIC	62	97	81	98	79	97

Fuente: ESSIE 2 y elaboración propia.

un 36,5 %, «en desacuerdo» (15,9 % y 33,4 % de media en la OCDE); preguntados «si sus profesores estaban disponibles cuando necesitaban ayuda», el 12 % dijo «muy en desacuerdo» y el 26,4 %, «en desacuerdo» (10,9 % y 22 % de media en la OCDE); preguntados si ellos mismos «estaban bien preparados para aprender por su cuenta», un 11,2 % respondió «fuertemente en desacuerdo» y un 31,8 %, «en desacuerdo» (13,5 % y 32 % en la OCDE) (OECD, 2023b, tabla II.B1.2.24).

Al entregar este texto no ha pasado todavía un mes desde la publicación del informe ICILS 2023 (*An International Perspective on Digital Literacy. Results from ICILS 2023*). ICILS está específicamente dedicado a evaluar las competencias de alfabetización computacional e informacional (CIL), que en español se resume y se expresa mejor como *competencia digital* y de pensamiento computacional (CT), y en la edición de 2023, basada en encuestas administradas en 2022, añadió con carácter urgente un módulo voluntario sobre inteligencia artificial (AI). Con treinta y cuatro países participantes en total, España, en todo caso, solo participó esta vez en el módulo CIL. Entre los principales resultados de esta edición destaca que el nivel de CIL ha descendido respecto de las ediciones de 2018 y 2013, tanto de media como en la proporción de estudiantes que alcanzan el nivel de competencia 2 o más (los niveles son 1-4 y 2 se considera el mínimo básico y se califica como *bajo rendimiento* no alcanzarlo); no lo hizo de manera significativa, en cambio, el nivel de CT entre 2018 y 2023, si bien son pocos los países participantes con datos comparables en este módulo. El descenso en las competencias en competencia digital se expresa en la puntuación media de 2023, que cae a 476 puntos desde los quinientos en que había sido establecida, por convención, en la primera edición de 2013. Es de señalar que no solo estamos ante un descenso considerable, sino que este viene a clavar otro clavo sobre la ingenuidad de la idea de los nativos digitales, más exacta y ampliamente sobre el apriorismo de que la penetración creciente de la tecnología digital en todas las esferas sociales –y, en particular, su adopción temprana por niños y adolescentes– traería una suerte de aprendizaje *invisible*, por ósmosis. Es más, esta caída se registra después de la pandemia –la educación *híbrida*, esa experiencia *de éxito* que había venido *para quedarse*, se desplegó de 2020 a 2021 y los cuestionarios de ICILS se administraron a lo largo de 2023 a alumnos en su octavo año escolar, lo que implica una edad media de trece años y medio), cuando la hipótesis espontaneísta podría esperar que los adolescentes se hubieran beneficiado del espléndido periodo intensivo de *learning by doing*. No fue así, pero el consuelo es que España se sitúa notablemente en esta evaluación por encima de la media de ICILS y, de forma muy leve, de la Unión Europea.

La tabla 96.13 recopila casi una veintena de indicadores CIL del informe, pero nos limitaremos a un par de observaciones. Salvo la puntuación global, normalizada a quinientos como media de 2013, se trata de porcentajes o de índices normalizados a cincuenta o de diferencias entre ellos. La primera observación es que el estatus socioeconómico, el nivel de estudios de los padres y el origen se asocian a diferencias notables (en parte, porque se superponen), así como que las chicas obtienen mejores resultados que los chicos –compatible con la intersección de sus bastante mejores resultados generales

Tabla 96.13. *Competencia digital, países y factores varios*

	ICILS	*UE*	*ES*	*FR*	*PT*	*ES-ICILS*	*ES-UE*
Puntuación media del país en la escala ICILS (media 500 en 2013)	476	493	495	498	510	19	2
Porcentaje que alcanza el nivel 2 o superior	48,8	55,9	55,6	57,3	63,1	6,8	-0,3
Diferencia en puntos chicos-chicas	-19	-17	-19	-8	-9	0	-2
Diferencia en puntos alto-bajo SES	74	77	69	75	76	-5	-8
Diferencia en puntos nativos-inmigrantes	15	28	28	34	31	13	0
Diferencias en puntos por padres con o sin estudios superiores	33		32	30	40	-1	
Porcentaje con conexión de calidad a Internet	57,4	62,0	63,2	60,4	68,4	5,8	1,2
Diferencia en puntos asociada a la mejor conexión	25	26	22	35	23	-3	-4
Porcentaje con dos o más ordenadores en casa	67,8	73,7	68,0	70,8	77,1	0,2	-5,7
Diferencia en puntos asociada a la mayor cantidad de ordenadores	36	39	32	19	37	-4	-7
Porcentaje que tiene acceso a un ordenador para tareas escolaes	59,2	64,4	56,7	50,5	74,3	-2,5	-7,7
Diferencia en puntos asociada a tener acceso asegurado	41	41	34	22	40	-7	-7
Índice de aprendizaje escolar del uso responsable de Internet	49,9	49,7	49,1	44,8	55,2	-0,8	-0,6
Índice de aprendizaje exoescolar del uso responsable de Internet	50,0	50,4	49,0	47,8	52,7	-1,0	-1,4
Porcentaje sin limitación parental de tiempo de pantalla en días lectivos	55,8	59,4	41,5	51,9	58,1	-14,3	-17,9
Porcentaje sin limitación parental de tiempo de pantalla en días no lectivos	71,8	75,1	68,4	68,7	77,4	-3,4	-6,7
Índice de percepción positiva de las TIC para la sociedad	50,0	49,7	51,1	50,0	51,1	1,1	1,4
Índice de percepción negativa de las TIC para la sociedad	50,0	50,1	51,1	51,3	48,8	1,1	1,0

Fuente: ICILS 2023, tablas varias y elaboración propia.

con los algo peores en matemáticas y tecnología, pero esto queda fuera de ICILS–. Las diferencias en equipamiento y conectividad, aunque ya no haya que considerar una inexistente privación absoluta, también pesan, particularmente contar con un dispositivo adecuado para el propio uso. Por último, el aprendizaje exoescolar –lo denomino así para evitar la confusión con las actividades extraescolares, que suelen ser en el entorno físico y, con frecuencia, bajo la tutela de la escuela– del *uso responsable* parece ser tan eficaz o más que el escolar; la diferencia es pequeña, pero se sitúa en una sociedad desigual y en la que la aceleración tecnológica entraña en sí misma una desigualdad adicional en edad escolar –la tecnología y cualquier cohorte escolar tienen un ritmo común, pero las familias lo tienen muy dispar–, ante la que cabría esperar y reclamar que la influencia de la escuela fuera mayor (es como si los alumnos del siglo XIX hubiesen mejorado su lectura lo mismo dentro que fuera de las aulas, algo que habría hablado bien de las familias, pero no de la escuela). La tabla 96.14 recoge, con otra veintena de indicadores, precisamente la acción escolar. No dice mucho de valor, a pesar de ser prolija, pero sí que el uso de las TIC es, la mayoría de las veces, inferior en las actividades intraescolares, sobre todo en las más características y formales (las asignaturas o las clases). También indica que, en contra de un miedo muy extendido, los escolares españoles en la escuela son de los que menos usan la tecnología para fines no escolares.

La intersección entre el sistema escolar y la transformación digital se está convirtiendo cada vez más en foco de atención, objeto de debate y terreno en disputa. Mientras que la penetración de la tecnología digital en el mundo adulto, desde la ofimática a la inteligencia artificial, se acepta con una mezcla de optimismo y fatalismo, la falta de acuerdo sobre su influencia en los menores o sus efectos sobre el aprendizaje amenaza con eternizar un debate entre *apocalípticos* e *integrados*. No está a la vista acuerdo alguno sobre las ventajas y desventajas del ecosistema digital frente al tipográfico: la imprenta ya topó con siglos de resistencia en distinto grado y modo (prohibición, censura, monopolio), pero llegó finalmente a todas partes, no sin costes, pero con más y mejores logros. La transformación digital va mucho más rápido, pero ya llevamos unas décadas de resistencias y podemos augurar algunas más, sobre todo en un sector en el que, solo aquí, cerca de un millón de trabajadores ven moverse la tierra bajo sus pies y el conjunto de la población adulta ve temblar lo que parecía más sólido para su progenie. A la pandemia siguió de inmediato una ola de entusiasmo por la *educación híbrida*, pero ya entonces podía preverse que, así como en el mundo físico a toda acción sigue una reacción, en el mundo educativo no tardaría en llegar la *resaca* (Fernández, 2023). En ella seguimos, con un encendido debate sobre pantallas, móviles, redes y más. *Que vivas tiempos interesantes* puede ser una antigua maldición china (apócrifa) o una muestra de la mejor ironía británica (Austen Chamberlain), pero con seguridad promete *más madera* (también apócrifa) para la Sociología.

Tabla 96.14. *Usos de las TIC, países y aspectos varios*

	ICILS	*UE*	*ES*	*FR*	*PT*	*ES-ICILS*	*ES-UE*
Porcentaje que usa TIC diariamente en el centro para tareas escolares	33,2	31,8	33,2	19,3	26,3	0,0	1,4
Porcentaje que usa TIC diariamente en el centro para otros fines	35,3	35,4	22,1	13,7	51,7	-13,2	-13,3
Porcentaje de uso exoescolar para tareas escolares en días lectivos	46,9	47,5	59,6	66,0	37,5	12,7	12,1
Porcentaje de uso exoescolar para tareas escolares en días lectivos	37,2	36,2	46,6	53,2	30,0	9,4	10,4
Porcentaje de uso exoescolar para otros propósitos en días lectivos	74,8	77,6	75,6	84,1	73,8	0,8	-2,0
Porcentaje de uso exoescolar para otros propósitos en días no lectivos	73,9	76,0	74,5	84,2	73,3	0,6	-1,5
Índice de uso de herramientas TIC generalistas en el aula	50,0	49,7	49,2	48,4	52,4	-0,8	-0,5
Índice de uso de herramientas TIC especializadas en el aula	50,0	48,9	49,2	47,6	51,4	-0,8	0,3
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, Lengua y Lit.	27,0	23,9	21,5	21,6	21,5	-5,5	-2,4
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, Lengua extranjera	26,8	24,8	26,7	20,0	19,4	-0,1	1,9
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, Matemáticas	23,2	20,5	19,4	23,2	17,9	-3,8	-1,1
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, Ciencias	28,0	26,5	25,7	19,2	23,5	-2,3	-0,8
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, TIC o similar	57,0	57,4	51,0	54,9	73,3	-6,0	-6,4
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, CC. Sociales	27,9	26,5	26,6	21,6	22,0	-1,3	0,1
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, Artes	24,3	23,2	21,2	17,3	23,1	-3,1	-2,0
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, asignaturas aplicadas	21,9	18,4	40,2	17,4	15,6	18,3	21,8
Porcentaje de uso TIC en mayoría o todas las clases, otras varias (Ética, Ed. Física…)	19,0	16,5	13,5	23,5	12,9	-5,5	-3,0
Índice de aprendizaje de un uso seguro y responsable de las TIC en escuela	50,0	49,3	50,1	46,3	44,5	0,1	0,8
Índice de autoeficacia TIC en uso aplicaciones generales	50,0	50,4	49,2	51,6	50,5	-0,8	-1,2
Índice de percepción de expectativas de uso futuro de las TIC	50,0	49,4	52,0	49,2	51,5	2,0	2,6

Fuente: ICILS 2023, tablas varias y elaboración propia.

Bibliografía

Allen, Chiharu S.; Chen, Qi; Willson, Victor L. y Hughes, Jan N. (2009). «Quality of research design moderates effects of grade retention on achievement: A meta-analytic, multilevel analysis». *Educational evaluation and policy analysis*, 31(4), pp. 480-499.

Badger, M. E. (1981). «Why aren't girls better at maths? A review of research». *Educational Research*, 24(1), pp. 11-23.

Badura, Petr; Eriksson, Charli; García-Moya, Irene; Löfstedt, Petra; Melkumova, Marina; Sotiroska, Kalina; Wilson, Mary; Brown, Judith e Inchley, Jo (2024). *A focus on adolescent social contexts in Europe, central Asia and Canada. Health Behaviour in School-aged Children international report from the 2021/2022 survey.* (Vol. 7). Copenhagen: WHO Regional Office for Europe. Disponible en: https://bit.ly/49tj-9CE, acceso 11 de diciembre de 2024.

Bayne, Siân y Ross, Jen (2007). The "digital native" and "digital immigrant": a dangerous opposition. En: *Annual Conference of the Society for Research into Higher Education (SRHE)*. (Vol. 20). Disponible en: https://bit.ly/3VBJ3yD, acceso 11 de diciembre de 2024.

Benito, Ricard y González, Isaac (2007). *Processos de segregació escolar a Catalunya*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.

Bonal, Xavier (2012). *Municipis contra la segregació escolar. Sis experiències de política educativa local*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.

Bonvin, Patrick; Bless, Gerard y Schuepbach, Marianne (2008). «Grade retention: Decision-making and effects on *learning* as well as social and emotional development». *School effectiveness and school improvement*, 19(1), pp. 1-19.

Cabrera Rodríguez, Leopoldo J. (2020). «Efectos del coronavirus en el sistema de enseñanza: aumenta la desigualdad de oportunidades educativas en España». *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 13(2), pp. 114-139.

Carabaña Morales, Julio (1997). La pirámide educativa. En: Fernández Enjuta, M. (coord.). *Sociología de las instituciones de educación secundaria*. Barcelona: Horsori.

Carabaña Morales, Julio (2023). *La segregación social entre centros, un dudoso problema del sistema escolar*. Fundación Europea Sociedad y Educación. Informes y Estudios.

Carabaña Morales, Julio y Fernández Enguita, Manuel (2019). «Enseñanza en lenguas regionales y sentimiento de pertenencia a la escuela». *Journal of Supranational Policies of Education*, 9, pp. 57-94.

Cobreros, Lucía; Galindo, Jorge y Raigada, Teresa (2024). *Mujeres en STEM. Desde la educación básica hasta la carrera laboral. EsadeEcPol*. Madrid: Center for Economic Policy.

Cordero Ferrera, José M.; Manchón López, César y Simancas Rodríguez, Rosa (2014). *La repetición de curso y sus factores condicionantes en España*. Disponible en: https://bit.ly/3OWHtDD, acceso 1 de diciembre de 2024.

Cosma, Alina; Molcho, Michael y Pickett, William (2024). *A focus on adolescent peer violence and bullying in Europe, central Asia and Canada. Health Behaviour in School-aged Children international report from the 2021/2022 survey*. (Vol. 2). Copenhagen: WHO Regional Office for Europe. Disponible en: https://data-browser.hbsc.org, acceso 11 de diciembre de 2024.

Cullen, Rowena (2001). «Addressing the digital divide». *Online information review*, 25(5), pp. 311-320.

Cunningham, Simone; Hudson, Chloe C. y Harkness, Kate (2021). «Social media and depression symptoms: a meta-analysis». *Research on child and adolescent psychopathology*, 49(2), pp. 241-253.

DiMaggio, Paul y Hargittai, Eszter (2001). *From the «Digital Divide» to «Digital Inequality»: Studying Internet Use as Penetration Increases*. Center for Arts and Cultural Policy Studies. Disponible en: https://digitalinclusion.typepad.com/digital_inclusion/documentos/digitalinequality.pdf, acceso 30 de julio de 2025.

Dunning, Darren L.; Griffiths, Kirsty; Kuyken, Willem; Crane, Catherine; Foulkes, Lucy; Parker, Jenna y Dalgleish, Tim (2019). «Research Review: The effects of mindfulness-based interventions on cognition and mental health in children and adolescents–a meta-analysis of randomized controlled trials». *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 60(3), pp. 244-258.

EU-MIDIS II (2017). *Second European Union Minorities and Discrimination Survey Main results*. Luxembourg, Publications Office of the European Union.

European Schoolnet (2013). *Survey of schools: ICT in education benchmarking access, use and attitudes to technology in Europe's schools*. Disponible en: https://bit.ly/4f-9cuiq, acceso 11 de diciembre de 2024.

European Schoolnet (2022). *Future classroom lab. Rethinking teaching and learning*. Disponible en: https://bit.ly/3BnNDtp, acceso 11 de diciembre de 2024.

Fachelli, Sandra; López-Roldán, Pedro y Segura-Carrillo, Cristian (2023). «La incidencia de la experiencia laboral en la movilidad social intergeneracional en España». *Revista Internacional de Sociología*, 81(2), e226-e226.

Ferguson, Christopher J.; Kaye, Linda K.; Branley-Bell, Dawn; Markey, Patrick; Ivory, James D.; Klisanin, Dana y Wilson, June (2022). «Like this meta-analysis: Screen media and mental health». *Professional Psychology: Research and Practice*, 53(2), p. 205.

Fernández Enguita, Mariano (1997). Los desiguales resultados de las políticas igualitarias: clase, género y etnia en la educación. En: Fernández Enguita, Mariano (coord.). *Sociología de las instituciones de educación secundaria*. Barcelona: Horsori.

Fernández Enguita, Mariano (1999). *Alumnos gitanos en la escuela paya*. Barcelona: Ariel.

Fernández Enguita, Mariano (2002). *La jornada escolar: análisis y valoración de los procesos, los efectos y las opciones de la implantación de la jornada continua*. Barcelona: Ariel.

Fernández Enguita, Mariano (2005). «Ecole publique et école privée en Espagne: la ségrégation rampante». *Sociétés contemporaines*, 5960(3), pp. 67-95.

Fernández Enguita, Mariano (2023). *La Quinta Ola. La transformación digital del aprendizaje, de la educación y de la escuela*. Madrid: Ediciones Morata.

Fernández Enguita, Mariano; Mena Martínez, Luis y Rivière Gómez, Jaime (2010). *Fracaso y abandono escolar en España*. Barcelona: Fundación La Caixa.

FRA-European Union Agency for Fundamental Rights (2017). *Second European Union Minorities and Discrimination Survey - Main results*. Disponible en: https://bit.ly/4n6Uc66, acceso 11 de diciembre de 2024.

FRA-European Union Agency for Fundamental Rights (2022). *Roma in 10 European Countries-Main Results*. Disponible en: https://bit.ly/3ZSnhZX, acceso 11 de diciembre de 2024.

Fraillon, Julian (ed.) (2024). *An International Perspective on Digital Literacy. Results from ICILS 2023*. Amsterdam: IEA.

Fraillon, Julian; Ainley, John; Schulz, Wolfram; Friedman, Tim y Duckworth, Daniel (2020). *Preparing for life in a digital world: IEA International computer and information literacy study 2018 international report*. Amsterdam: IEA.

Fundación Secretariado Gitano (FSG) (2013). *El alumnado gitano en secundaria: un estudio comparado*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Fundación Secretariado Gitano (FSG) (2023). *La situación educativa del alumnado gitano en España. Informe ejecutivo*. Disponible en: https://bit.ly/3OVMRHa, acceso 11 de diciembre de 2024.

Gao, Yuan X.; Wang, Jiang Y. y Dong, Guang H. (2022). «The prevalence and possible risk factors of Internet gaming disorder among adolescents and young adults: Systematic reviews and meta-analyses». *Journal of psychiatric research*, 154, pp. 35-43.

García-Altés, Anna y Ortún, Vicente (2014). «Funcionamiento del ascensor social en España y posibles mejoras. Informe SESPAS 2014». *Gaceta Sanitaria*, 28, pp. 31-36.

Goos, Mieke; Pipa, Joanna y Peixoto, Francisco (2021). «Effectiveness of grade retention: A systematic review and meta-analysis». *Educational Research Review*, 34, 100401.

Gorard, Stephen (2006). «What Does an Index of School Segregation Measure?: A Commentary on Allen and Vignoles». *Oxford Review of Education,* 33(5), pp. 669-677.

Grande, Miguel (2013). «La formación profesional. De la Ley General de Educación a la LOGSE». *Historia De La Educación*, 16, pp. 373-386. Disponible en: https://bit.ly/3DgNCrP, acceso 1 de agosto de 2025.

Grañeras Pastrana, Montserrat; Moreno Sánchez, María E.; Isidoro Calle, Noelia; Vaquero Jiménez, Jaime; Recio Muñiz, Miguel; Salgado Ferreiro, Esperanza y Rico, Cristina (2021). *Radiografía de la brecha de género en la formación STEAM. Un estudio en detalle de la trayectoria educativa de niñas y mujeres en España*. Unidad de Igualdad del Ministerio de Educación y Formación Profesional. Disponible en: https://bit.ly/3OWHtDD, acceso 11 de diciembre de 2024.

Guevremont, Anne; Roos, Noralau P. y Brownell, Marni (2007). «Predictors and consequences of grade retention: Examining data from Manitoba, Canada». *Canadian Journal of School Psychology*, 22(1), pp. 50-67.

Gwosc, Christoph; Hauschildt, Kristina; Wartenbergh-Cras, Froukje y Schirmer, Hendrik (2021). *Social and Economic Conditions of Student Life in Europe: Eurostudent VII* 2018-*2021 | Synopsis of Indicators*. WBV.

Haidt, Jonathan (2024). *The anxious generation: How the great rewiring of childhood is causing an epidemic of mental illness*. New York: Penguin.

Haidt, Jonathan y Lukianoff, Greg (2018). *The coddling of the American mind: How good intentions and bad ideas are setting up a generation for failure*. New York: Penguin.

Hattie, John (2008). *Visible learning: A synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement*. London: Routledge.

Helsper, Ellen J. y Eynon, Rebecca (2010). «Digital natives: where is the evidence?». *British educational research journal*, 36(3), pp. 503-520.

Hodges, Charles B.; Moore, Stephanie; Lockee, Barb B.; Trust, Torrey y Bond, Aaron (2020). «The difference between emergency remote teaching and online learning». *EduCause review*. Disponible en: https://bit.ly/3B8Ia4q, acceso 11 de diciembre de 2024.

Huang, Chiungjung (2022). «A meta-analysis of the problematic social media use and mental health». *International Journal of Social Psychiatry*, 68(1), pp. 12-33.

INEE (2024a). *Sistema Estatal de Indicadores de la Educación 2024*. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. Disponible en: https://bit.ly/3DbNgTa, acceso 11 de diciembre de 2024.

INEE (2024b). *Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE 2024. Informe español*. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. Disponible en: https://bit.ly/4fADA2l, acceso 11 de diciembre de 2024.

Ivie, Elizabeth J.; Pettitt, Adam; Moses, Louis J. y Allen, Nicholas B. (2020). «A meta-analysis of the association between adolescent social media use and depressive symptoms». *Journal of affective disorders*, 275, pp. 165-174.

Lel, Gíele de (2021). *The Organisation of School Time in Europe: Primary and General Secondary Education, 2021/22*. Eurydice--Facts and Figures. European Education and Culture Executive Agency, European Commission.

Marciano, Laura; Ostroumova, Michelle; Schulz, Peter J. y Camerini, Anne-Linda (2022). «Digital media use and adolescents' mental health during the COVID-19 pandemic: a systematic review and meta-analysis». *Frontiers in public health*, 9, pp. 793-868.

Martínez García, José S. (2018). «El PISA de hace siglo y medio». *Agenda Pública*, 21 de octubre. Disponible en: https://bit.ly/3Bc8ksb, acceso 11 de diciembre de 2024.

Martínez Usarralde, María J. (2002). *Historia de la formación profesional en España: de la ley de 1955 a los programas nacionales de formación profesional*. Universidad de Valencia.

Martínez-García, José S. (2009). «Fracaso escolar, PISA y la difícil ESO». *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 2(1), pp. 56-85.

Merino Pareja, Rafael (2005). «Apuntes de historia de la Formación Profesional reglada en España. Algunas reflexiones para la situación actual». *Témpora*, 8, pp. 211-236.

Merton, Robert K. (1968). *Social theory and social structure (enlarged edition)*. New York: Free Press.

Mullis, Ina V. S.; Martin, Michael O.; Foy, Pierre; Kelly, Dana L. y Fishbein, Bethany (2020). *TIMSS 2019 International Results in Mathematics and Science*. Chestnut Hill: Boston College, TIMSS & PIRLS International Study Center. Disponible en: https://bit.ly/3ZC5cxY, acceso 11 de diciembre de 24.

Mullis, Ina V. S.; von Davier, Mathias; Foy, Pierre; Fishbein, Bethany; Reynolds, Katherine A. y Wry, Erin (2023). *PIRLS 2021 International Results in Reading*. Chestnut Hill, Boston College, TIMSS & PIRLS International Study Center. doi: 10.6017/lse.tpisc.tr2103.kb5342

Murillo, Francisco J.; Martínez-Garrido, Cyntia y Belavi, Guillermina (2017). «Segregación escolar por origen nacional en España». *OBETS: Revista de Ciencias Sociales,* 12(2), pp. 395-423.

Murillo, F. Javier y Martínez-Garrido, Cynthia (2018a). «Magnitud de la segregación escolar por nivel socioeconómico en España y sus Comunidades Autónomas y comparación con los países de la Unión Europea». *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, 11(1), pp. 37-58.

Murillo, Francisco J.; Belavi, Guillermina y Rodríguez, Lina M. P. (2018b). «Segregació escolar publico-privada a Espanya». *Papers: revista de sociologia,* 103(3), pp. 307-337.

Murillo, F. Javier; Belavi, Guillermina y Rodríguez, L. M. P. (2018). «Segregació escolar publico-privada a Espanya». *Papers: revista de sociologia*, 103(3), pp. 307-337.

Murillo, F. Javier; Martínez-Garrido, Cynthia y Belavi, Guillermina (2017). «Segregación escolar por origen nacional en España». *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, 12(2), pp. 395-423.

NTIA. United States. National Telecommunications & Information Administration (1999). *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide: a Report on the Telecommunications and Information Technology Gap in America*.

OECD (2023a). *PISA 2022 Results (Volume I). The State of Learning and Equity in Education*. Paris: OECD Publishing.

OECD (2023b). *PISA 2022 Results (Volume II): Learning During – and From – Disruption*. Paris: OECD Publishing. Disponible en: doi: 10.1787/a97db61c-en, acceso 11 de diciembre de 2024.

OECD (2024a). *PISA 2022 Results (Volume III). Creative Minds, Creative Schools*. Paris: OECD Publishing.

OECD (2024b). *Education Policy Outlook 2024. Reshaping Teaching into a Thriving Profession from ABCs to AI*. Paris: OECD Publishing. Disponible en: https://bit.ly/3VHpmWd, acceso 11 de diciembre de 2024.

Prensky, Marc (2001). «Digital natives, digital immigrants». *On the horizon*, 9(5), pp. 1-6.

Pritchett, Lant (2013). *The rebirth of education: Schooling ain't learning*. CGD Books.

Reimers, Fernando M. (2022). *Primary and Secondary Education During Covid-19: Disruptions to Educational Opportunity During a Pandemic*. Springer.

Sastre Ana *et al*. (2016). *Yo a eso no juego: bullying y ciberbullying en la infancia*. Madrid: Save the Children. Disponible en: https://bit.ly/4meikm1, acceso 11 de diciembre de 2024.

Smahel, David; Machackova, Hana; Mascheroni, Giovanna; Dedkova, Lenka; Staksrud, Elisabeth; Ólafsson, Kjartan; Livingstone, Sonia y Hasebrink, Uwe (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. EU Kids *Online*. doi: 1021953/lse.47f-deqj01ofo

Subirats, Marina (1983). *L'escola rural a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

Tapscott, Don (1998). *Growing up digital*. McGraw-Hill.

Unión Europea (2019). *2nd Survey of Schools: ICT in Education*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponible en: https://bit.ly/49wh3Cf, acceso 11 de diciembre de 2024.

Warschauer, Mark (2003). *Technology and social inclusion: Rethinking the digital divide*. MIT Press.

Watters, Audrey (2014). *The monsters of education technology*. Disponible en: https://bit.ly/4ghklM9, acceso 11 de diciembre de 2024.

Xia, Nailing y Kirby, Sheila N. (2009). *Retaining students in grade: A literature review of the effects of retention on students' academic and nonacademic outcomes. RAND*. Disponible en: https://bit.ly/49CFZIe, acceso 11 de diciembre de 2024.

97. Sistema universitario español: dimensión social, transformaciones y encrucijadas actuales

Margarita Barañano Cid
Profesora Titular y Directora de GRESCO
Universidad Complutense de Madrid
Lucila Finkel Morgenstern
Profesora Titular en el Departamento de Sociología
Universidad Complutense de Madrid

97.1. Introducción: cambios sociales y modelos de universidad

97.1.1. Antecedentes y contexto general

Hace ya más de medio siglo que la universidad dejó de concentrar su actividad de manera exclusiva en una élite social, o en un minoritario grupo de humanistas, científicos o pensadores –concebidos casi siempre en masculino– para convertirse en una institución dirigida a sectores mucho más amplios de la ciudadanía. Sus actividades, vinculadas a la producción y difusión de conocimiento, ciencia, saber y cultura, adquieren un nuevo protagonismo desde entonces, tanto en el ámbito productivo como en la organización del conjunto de la sociedad y en la gestión de las vidas individuales.

La entronización de su nueva función social se produce de forma paralela a la del paradigma científico tecnológico o los sistemas expertos, cualquiera que sea la terminología empleada, que pasan a convertirse en el corazón del posindustrialismo (Bell, 1973; Touraine, 1969); en la fuente de la productividad del modo de desarrollo informacional (Castells, 1997) y de la innovación en la sociedad digital (Castells, 2024), o en uno de motores del dinamismo de la modernidad tardía (Giddens, 1993). Además, la formación universitaria ha venido constituyendo un mecanismo importante de movilidad social y de preservación frente al riesgo de desempleo en la transición al mundo del trabajo, pese a la precariedad creciente instalada en este último durante un largo periodo y, sobre todo, en la etapa laboral juvenil. Por su parte, el sistema de conocimiento, ciencia e innovación registra una fuerte expansión en todas las áreas del saber, adquiriendo un protagonismo creciente, no solo dentro, sino también fuera del mundo universitario.

Conviene recordar, aunque sea brevemente, los antecedentes de este gran cambio que experimenta la institución a estudio y que, en buena medida, encajan en el desplazamiento de una universidad de «élite» hacia una universidad «de masas» (Dubet, 1994; Trow, 1973; Unterhalter, 2006). Así, todavía en el apogeo de los llamados «treinta gloriosos» del siglo pasado, diferentes planteamientos confluyeron en diagnosticar la centralidad de la universidad en la sociedad posindustrial naciente (Bell, 1973; Touraine, 1969). Daniel Bell, en su obra sobre el advenimiento de la sociedad posindustrial (1973), sostuvo la tesis de la centralidad del conocimiento teórico y la tecnología intelectual como ejes axiales de dicha sociedad. Algo que vinculó con el protagonismo de la universidad, entendida como institución productora de la nueva «clase» de expertos, técnicos, científicos, profesionales e ingenieros requerida para gestionar la nueva «complejidad organizada». Desde una perspectiva de orientación tecnocrática, focalizada en el análisis del consenso, previa a la revisión de la concepción más ortodoxa del edificio científico «heredado», y en una época marcada aún por una confianza en el progreso sin sombra apenas de incertidumbre, Bell expuso que dicha sociedad se caracterizaría por la posibilidad de lograr el control y la planificación de las aplicaciones tecnológicas, y que las nuevas actividades de servicios, singularmente las relacionadas con la educación superior, serían cruciales en esta tarea.

Desde un contexto europeo, todavía con los rescoldos encendidos de las revueltas de mayo de 1968, Touraine, en 1969, tres años antes que Bell, escribe el libro *La Sociedad postindustrial*, en el que concede, asimismo, un papel prioritario al conocimiento y a los medios simbólicos de producción. Precisamente, en dicha obra pretende dar cuenta del cambio en el núcleo del conflicto social, articulado en la primera modernidad capitalista en torno a la propiedad de los medios materiales de producción y que ahora se vería desplazado por la tensión relativa al control de los medios simbólicos, lo que marca una profunda distinción entre los grupos con control y aquellos otros, como el estudiantado, carentes de él. Touraine, desde un enfoque muy alejado de Bell, converge, sin embargo, en aludir a la importancia de la nueva clase de trabajadores de la cultura y del conocimiento, formada ya en la universidad. Es cierto que en un breve texto de 1980 se pregunta por la decadencia o transformación de las universidades, anticipando la crisis que atravesará esta institución, pero también entonces concluye su reflexión refiriéndose a su necesaria existencia, si bien con una nueva rearticulación de sus distintas misiones (Touraine, 1980). Cabe aludir, por último, a cómo, incluso desde el otro lado del «telón de acero», investigadores como Radovan Richta (1972) se hacen eco en aquel periodo de la relevancia de lo que denominan la «revolución científico-técnica», ligada a esta nueva «clase» compuesta por personas de la ciencia y la cultura.

Esta oleada de planteamientos que, con tintes celebratorios o pesimistas, confluyen en apuntar a la formación universitaria y al conocimiento experto como el lenguaje hegemónico de la compleja sociedad contemporánea (Lamo, 1996), se incardinan, a su vez, en una larga historia previa de contribuciones que no cabe reproducir aquí.

Es importante señalar, no obstante, que ya desde finales del siglo XIX dicha expansión se produce bajo muy distintos modelos y se acompaña de análisis

muy diversos. Entre los antecedentes más lejanos, cabe destacar, por la actualidad del debate que plantea acerca del modelo de universidad, el corrosivo estudio de Veblen sobre la penetración de los principios pecuniarios y el modelo de la empresa de negocios en la universidad norteamericana. Este estudio fue escrito en 1904 y publicado en 1918 y centra la atención en la gestión de la Universidad de Chicago, de la que fue expulsado. Veblen, en uno de cuyos textos más conocidos, traducido a nuestro idioma y presentado en la REIS (Barañano, 1994; Veblen, (1993) [1919]; 1994), reflexiona sobre el papel protagonista de la ciencia, aliada de la «curiosidad ociosa» en «la civilización moderna», alude también a la apropiación de este recurso central, que considera producto de la herencia colectiva, por intereses privados vinculados a lo que llama la «gran propiedad ausente», que emerge en ese momento. Este autor no solo se refiere a la tensión alrededor de esta cuestión, sino que analiza, asimismo, la «situación bárbara» de las mujeres, subalternadas en su papel social, también en las aulas. Hay que tener en cuenta que, en esta época, destacadas científicas y humanistas realizan contribuciones de relevancia en estas mismas universidades, las cuales tardarán, sin embargo, largo tiempo en concederles el reconocimiento debido, si es que llegan a hacerlo. Las personas del mundo académico y universitario seguirán siendo varones durante décadas, limitando severamente la incorporación de talento femenino. Algo semejante sucede con el alumnado y el profesorado procedentes de los grupos menos favorecidos, por distintas razones de clase, origen étnico o nacional o bien por la diversidad de su orientación sexual o sociocultural, o incluso por su religión (la situación de Veblen, o las vicisitudes vividas por otras personas de enorme relevancia en otro contexto nacional, como Simmel, así lo evidencian). Además, las desigualdades continuarán atravesando de forma profunda la universidad, sin grandes modificaciones, hasta que, de acuerdo con un calendario variable según los entornos geográficos y los distintos modelos sociales, se consolide el nuevo papel del conocimiento y de la educación superior analizado por Touraine o Bell, entre otros, y accedan colectivos más diversos a sus aulas. Algo que también sucederá con sus modalidades organizativas, que irán contemplando una progresiva democratización interna.

Previamente a los retos que la universidad enfrenta hoy, se produjeron avances importantes en dichos terrenos y, en general, en el acercamiento de la universidad y la sociedad. Muchos de ellos convergen en situar a esta institución en la órbita del Estado Social y de Derecho de las sociedades europeas de posguerra, en estas tres o cuatro décadas de regulación decisiva de derechos sociales correspondientes a la segunda mitad del pasado siglo. Así, la primera gran expansión de las plazas universitarias y de su profesorado tendrá lugar en buena parte del mundo europeo en el marco de la cobertura pública de la educación, que incluye entonces este nivel superior. Muchos de los sistemas universitarios de este entorno abren entonces nuevas puertas de acceso, incorporan diferentes sistemas de becas e itinerarios, y reducen los precios públicos, o incluso las eliminan, con el fin de aumentar sustancialmente la escolarización en este nivel de la enseñanza. Numerosas personas accederán a la experiencia de convertirse en las primeras de su familia con formación universitaria y, sobre todo, tendrá lugar una incorporación significativa de mujeres (Salmi, 2018). Surge, en este contexto, se pregunta por la democratización efectiva de estos

estudios, en cuanto a la diversidad de procedencias de sus integrantes, sobre todo, de los colectivos con una vulnerabilidad social de partida (Ariño, 2011; Ariño y Barañano, 2014; Barañano *et al.*, 2014; Merle, 2009; Soler, 2013). De hecho, como se ha recordado recientemente, si bien se trata de un decisivo asunto que reclama una consideración científica más detenida de lo que ha sido el caso hasta la fecha, todo parece apuntar a que el aumento del alumnado universitario no se ha acompañado necesariamente en los «sistemas educativos maduros» de un cambio estructural en la desigualdad social al respecto (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023).

El cambio tardará algo más en producirse en la Europa del sur, donde, la universidad conocerá, por lo general, una expansión de sus plazas públicas desde finales de los años sesenta en adelante, y de manera mucho más rotunda desde los ochenta. Este crecimiento se acompañará, en un primer momento, como describió, entre otros, Sacristán (1966) en su famoso *Manifiesto por una universidad democrática*, de una masificación de las aulas, de la expansión de un sector del profesorado precario y sobrecargado de tareas, y de la escasez de recursos para llevar adelante la investigación, la internacionalización o la docencia. A esta situación se refiere también Fernández Buey (2009), otro intelectual y Profesor Central en el movimiento a favor del modelo de universidad defendido por Sacristán y por buena parte del llamado entonces movimiento de profesores no numerarios.

Pero, pese a ello, las transformaciones de aquel periodo tendrán un impacto reseñable en la universidad española. Concretamente, los años ochenta en adelante son testigo en este país de la consolidación de un nuevo modelo universitario, gracias a la incorporación progresiva a sus aulas de nuevos sectores sociales, sobre todo, de mujeres, y a la ampliación del cuerpo de docentes estables en un nuevo marco normativo, la Ley de Reforma Universitaria, de 1983. El aparato tecnocientífico conocerá, asimismo, un importante impulso en su desarrollo y en su centralidad social. Su conexión con la actividad económica y el tejido productivo, como el de la universidad en su conjunto, se incrementará, sobre todo, a partir de la entrada en este siglo, si bien acompañado de un importante debate acerca de sus modalidades concretas. Desde las perspectivas más economicistas se primará la vinculación de esta actividad de transferencia con el mundo empresarial, mientras que, desde otras, se destacará la importancia de su contribución social y comunitaria (Barañano, 2012a; 2012b; Secretaría General de Universidades, 2011). Esta mudanza se sumará, además, a la que acontece en relación con la primera oleada de democratización organizativa interna de la institución universitaria. Dicho proceso se desencadena en esta parte del mundo, por lo general, de manera inmediatamente posterior a las respectivas transiciones políticas, en las que las personas del medio universitario juegan un papel muy relevante.

97.1.2. Retos contemporáneos y dimensión social de la universidad

Con posterioridad a la etapa de consolidación del nuevo protagonismo social de la universidad y del paradigma científico-tecnológico, se asiste en

este siglo a otra serie de transformaciones vinculadas a nuevos retos y asignaturas pendientes del mundo universitario y a las encrucijadas referidas a su modelo y relación con la sociedad. La primera de ellas es la internacionalización de la actividad universitaria, concretada en la construcción del llamado Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que, en el caso español, se acompaña de una fuerte movilización estudiantil centrada en el modelo de universidad y en el contenido de sus funciones. Se apunta así la principal encrucijada del sistema universitario, esto es, la definición de su estatuto, funciones y papel en la sociedad actual, así como en su devenir inmediato. Es relevante para la temática considerada en este capítulo porque es a partir de entonces cuando la dimensión social de la universidad se sitúa en el centro de los análisis y de las políticas públicas.

Otra importante transformación de esta segunda etapa es la normalización de múltiples dispositivos orientados a la evaluación de la calidad, concretada en un papel creciente de las agencias destinadas a esta tarea, constituidas a diferentes escalas, desde la europea hasta la autonómica y que llegan a alcanzar un peso decisivo. Y ello en lo relacionado con la valoración tanto de las trayectorias académicas del profesorado como de las principales funciones o actividades del ámbito universitario. Este aspecto va a constituir, asimismo, otro de los ejes centrales de discusión en estas dos últimas décadas, enlazando con otros debates y modificaciones recientes. Cabe destacar aquí la discusión actual sobre la incorporación de criterios cualitativos; la necesidad de tener en cuenta la diversidad de trayectorias docentes o investigadoras según género o de acuerdo con el tamaño y área de los grupos de investigación; y la medición concreta de las misiones universitarias, en especial, de la transferencia, considerando su contribución social o conforme a criterios exclusivamente mercantilistas (Barañano, 2012a, 2012b; Barañano, Maira y D'Antonio, 2014; Secretaría General de Universidades, 2011).

Un tercer factor de transformación se deriva de la incorporación de la perspectiva de género en el mundo universitario, no solo con un aumento reseñable de las titulaciones, institutos y grupos destinados a su estudio, y del alumnado en formación y la investigación en esta temática, sino sobre todo con su aplicación a la propia gestión de la universidad, de acuerdo, además, con lo establecido en el marco normativo existente. Es cierto que dicho cambio coexiste con la pervivencia de segregaciones horizontales recurrentes en la actividad docente, así como con el llamado «efecto tijera», que supone una menor presencia femenina en el mundo universitario conforme se avanza en la edad, y que alcanza su punto más bajo en las posiciones más elevadas del profesorado y del PTGAS. También convive con distintas precariedades que afectan de manera más intensa a las mujeres en la academia (Bustelo, 2023; Castaño, Vázquez-Cupeiro y Martínez-Cantos, 2019; Kuric *et al.*, 2020; Tildesley y Bustelo, 2024; Vázquez-Cupeiro y Elston, 2006) y con distintas resistencias formales e informales, tanto en lo que se refiere a la revisión de las genealogías científicas, recuperando contribuciones femeninas invisibilizadas, como a la inclusión de esta perspectiva de manera habitual en la docencia o en la investigación (Campanini y Pizarro, 2021; Castaño y Vázquez-Cupeiro, 2016).

En cuarto lugar, la atención se focaliza también en esta etapa en la constatación de una menor incorporación a sus aulas de personas de un origen socioeconómico menos favorecido, con edades u origen nacional o étnico diversos o con una situación de discapacidad. Estas últimas apenas formaron parte del nuevo estudiantado que repobló las aulas en las décadas finales del siglo pasado, lo que contrasta de manera aguda con el marco normativo y la propia evolución de la sociedad en este terreno (Barañano y Velázquez, 2023). La desigualdad se acrecienta incluso en el caso de determinadas actividades, como las relacionadas con la movilidad nacional o internacional, que siguen contando con un respaldo económico muy limitado e insuficiente para una parte importante del alumnado.

Los cambios señalados, y otras transformaciones adicionales que no cabe reseñar aquí, apuntalan un contexto actual de encrucijadas, dilemas y logros, pero también de riesgos. Entre las encrucijadas que rodean al mundo universitario toma la delantera hoy, en nuestro caso, la referida a su misma concepción y función social, así como a su estatuto como servicio público, su vinculación con el mercado y el sector privado y también con la desigualdad. Lo que se relaciona, asimismo, de manera directa, con la financiación de la universidad pública y la responsabilidad también pública del conjunto del sistema universitario, como sucede en distintos países europeos, y también en España. Todas estas cuestiones enlazan, por otra parte, con lo que en la primera década de este siglo se denomina la dimensión social de la universidad, en lo que respecta, sobre todo, a su relación con la sociedad y, más concretamente, a su alumnado, como se ha vuelto a recordar de forma reciente (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023), y en la que centramos la atención en este texto.

Cabe finalizar este epígrafe con una breve alusión a cuatro aspectos reseñables de dicha dimensión social que justifican su elección como eje prioritario de estas páginas. Hay que señalar que, en primer lugar, el protagonismo de esta dimensión se produce en el marco de la gran metamorfosis del sistema universitario que representa el llamado Plan Bolonia, que, además de propulsar otros debates, evidencia el contraste existente entre los objetivos proclamados y las limitaciones de su cumplimiento efectivo entre un sector muy amplio del estudiantado (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023). Así sucede con la movilidad, como corrobora el análisis de Eurostat (2009) y ponen de manifiesto también muy pronto las reivindicaciones de los estudiantes de Europa. También es el caso de la agilización de los reconocimientos entre sistemas educativos y titulaciones, o del objetivo de la dedicación exclusiva al estudio, cuando, por ejemplo, en el caso español, se constata el elevado volumen de estudiantes que lo compatibilizan con el trabajo (Finkel y Barañano, 2014a, 2014b; Finkel, Parra y Carbonell, 2024). Algo semejante se evidencia respecto de la carencia de suficientes acompañamientos y recursos para abordar en condiciones adecuadas las transiciones entre niveles educativos o al mercado laboral, debido a la persistencia de desigualdades (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023).

En segundo lugar, es importante focalizar la atención en la dimensión social de la universidad en relación con su alumnado, porque así se establece tanto en las sucesivas cumbres de ministros europeos celebradas durante este

siglo como en distintas declaraciones de organizaciones vinculadas a la misma, como la European Students' Union (ESU), la European University Association (EUA) u otros actores sociales. Por lo que respecta a las primeras, cabe señalar que ya en la cumbre celebrada en Praga, en 2001, se alude a dicha dimensión, aunque sea aún de manera muy breve, citando la importancia de eliminar las barreras a la movilidad y al aprendizaje a lo largo de la vida. Las referencias a la importancia de abrir las puertas de la universidad a un estudiantado más amplio y de ofrecerles unas «condiciones de vida y de estudio» más adecuadas en la dirección de la igualdad de oportunidades, se recoge con posterioridad en los comunicados de las Conferencias de Ministros Europeos de Berlín, en 2003, o de Bergen, en 2005. Será en la Conferencia de Londres de 2007 cuando, junto con otros objetivos, como el apoyo a la movilidad internacional, se detalle de forma más explícita la noción de dimensión social. En esta dirección, se afirma que el estudiantado universitario debe «reflejar la diversidad de nuestras poblaciones, a escala europea, nacional y regional» (Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior, 2007). Se ha caracterizado esta propuesta, sobre todo por parte de Antonio Ariño en el caso de la Sociología española, como de equidad participativa, más orientada a conseguir una presencia numérica de los distintos colectivos sociales por origen sociofamiliar en la universidad, equiparable a su participación en el conjunto de la sociedad, que a erradicar la desigualdad existente (Ariño, 2011; Ariño y Alegre-Sánchez, 2023; Barañano, *et al.*, 2014). Se insta, así, a eliminar la infrarrepresentación del alumnado procedente de progenitores de ocupaciones o estudios bajos, así como, en sentido contrario, a minimizar la sobrerrepresentación relativa de las y los estudiantes cuyo origen sociofamiliar se sitúa en los estudios superiores.

Las sucesivas cumbres de ministros de Europa van a continuar incidiendo en la relevancia de atender a esta dimensión social, en la necesidad de hacer realidad este objetivo, y también en la importancia de analizar con precisión los logros alcanzados y pendientes en este terreno. Así, en la última Conferencia de Ministros celebrada en 2024 en Tirana se reafirma la importancia de la dimensión social del EEES y se señala la importancia de conocer las condiciones económicas y sociales, de estudio y de vida del estudiantado europeo, así como de contar para este fin con instrumentos de medición adecuados. Por su parte, la principal asociación de estudiantes de Europa, la ESU, en su informe de 2020 (European Students' Union, 2020), va a ratificar la importancia de la dimensión social de los sistemas universitarios, pero, al mismo tiempo, vuelve a poner de manifiesto tanto las limitaciones de los avances alcanzados como la necesidad de un análisis más profundo y detallado de esta importante cuestión pendiente. Esta asociación recomienda, además, que dicho estudio se lleve a cabo desde una visión de conjunto de las condiciones de vida y estudio del alumnado universitario y de la incidencia de la desigualdad en este sensible ámbito.

La tercera razón para centrar el análisis sociológico de la universidad en dicha dimensión social, en lo relacionado sobre todo con su alumnado, se deduce también entonces de las declaraciones de estos importantes agentes sociales, incluyendo al estudiantado, que convergen en señalar la insuficiencia

de los análisis disponibles y en la necesidad de contar con un conocimiento más detallado de esta cuestión.

Por último, la conveniencia de atender a la dimensión social de la universidad se apoya en su estrecha conexión con uno de los debates, sino el principal, presente hoy tanto en la literatura científica como en las discusiones sociales, relativo al modelo de universidad y a su devenir. Este debate se articula en la actualidad alrededor de su concepción como bien público y parte del Estado social, bajo diferentes versiones, incluyendo su orientación hacia el modelo de la llamada universidad posneoliberal, inclusiva, igualitaria y democrática (Evans, 2018), de una parte y, de otra, de su configuración «neoliberal», privada y socialmente restringida (Brunner *et al.*, 2019; Burawoy, 2021; Williams, 2012). Burawoy incluye ahí tanto los severos recortes en la financiación, conocidos incluso por centros universitarios del prestigio de Berkeley, como la masificación de las aulas, la reorientación de los gastos universitarios por mor de la contratación de una nueva capa de gerentes de salarios desorbitados (algo que recuerda a lo planteado por Veblen hace más de un siglo), el apoyo comercial a la «marca», más que a las misiones genuinamente universitarias, esto es, la docencia, la investigación y el intercambio de conocimiento con la sociedad o, en fin, la burocratización de la vida cotidiana, que dificultaría de forma severa la concentración de su actividad en dichas misiones.

Paralelamente, asistimos hoy al despliegue a escala global de otra discusión que, si bien no podemos abordar en este escrito, no queremos dejar de mencionar. Este segundo debate, estrechamente unido al anterior, parte de la consideración de que podríamos estar asistiendo al impulso de un modelo de universidad desinteresado de su contribución al fortalecimiento de la igualdad y la cohesión sociales, la tolerancia y el pensamiento crítico o el avance social, para restringirse a su función económica o incluso, en algunos casos, vincularse a la denominada «democracia iliberal» (Matei, 2018; Rupnik, 2017). Los tiempos de incertidumbre y nuevos riesgos que vivimos (Castel, 2010; Ramos y García, 2021) podrían estar pavimentando el camino por el que podría avanzar este modelo (Matei, 2018). Los enormes impactos de la pandemia por COVID-19 y de los conflictos bélicos en curso, incluso en Europa; las consecuencias del rechazo en ascenso entre algunas posiciones políticas de los valores democráticos y de determinados colectivos, como las personas de origen extranjero o socialmente vulnerables; la oposición a los avances en la igualdad de género, o según condición social o étnica; así como la circulación de discursos negacionistas de la ciencia, el conocimiento y la cultura, podrían acabar incidiendo en el rumbo de una institución concebida hasta ahora como una parte central de las sociedades democráticas europeas. Surge entonces la pregunta acerca de si la confianza en la universidad, la ciencia, el conocimiento y la cultura podrían verse empañadas por este clima de miedo y vulnerabilidad, más presente en algunos territorios. En lo que respecta al caso de la sociedad española, hay que señalar, sin embargo, que las sucesivas encuestas de opinión realizadas hasta la fecha confirman la alta valoración que se otorga al Sistema Universitario Español, siendo las universidades las

instituciones que más confianza inspiran, solo por detrás de los hospitales, y seguidas por los centros públicos de investigación (Fecyt, 2024), por lo que los riesgos e incertidumbres actuales no parecen haber socavado su prestigio.

97.1.3. Principales rasgos del sistema universitario español (SUE)

Conviene, antes de acabar este primer apartado de contexto general, esbozar, aunque sea muy brevemente, los rasgos principales del sistema universitario español (SUE) y de su evolución desde finales de los años sesenta hasta la actualidad. Se ha aludido ya a la notable expansión del alumnado universitario en este periodo, que se mantiene hasta el curso 2000-2001 y que es exponencial hasta entonces (Soler, 2013, p. 148). La otra cara de este crecimiento es la ampliación de las plazas universitarias públicas en España durante todo este periodo, incluyendo la creación de nuevas universidades, también en diferentes localizaciones de la geografía nacional, donde no se contaba antes con este tipo de equipamiento. El número de universidades públicas casi dobla el de privadas hasta el inicio de la pasada década. La primera gran transformación de la universidad española, sustanciada en el vuelco numérico en su alumnado y el paso a una «universidad de masas» (Trow, 1973), incluyendo el notable aumento de la incorporación femenina y de las y los estudiantes de origen familiar más popular, se produce así en el contexto de una fuerte expansión de la oferta pública en este nivel educativo, y de acercamiento de este servicio a territorios donde antes no estaba presente, en un contexto de ayudas y becas a la movilidad que difícilmente cubrirían el coste completo del desplazamiento.

Este cambio es consistente con el producido en el marco normativo, que conoce la publicación de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria. En su introducción, la LRU define la universidad como «auténtico servicio público referido a los intereses generales de toda la comunidad nacional y de sus respectivas comunidades autónomas». En el artículo 25 de su título IV se alude también al estudio como «un derecho de todos los españoles en los términos establecidos en el ordenamiento jurídico». Se ratifica además la importancia de la autonomía universitaria, incluida en el número 10 del artículo 27 de la Constitución española, marcando una nueva orientación frente a lo que se caracteriza como «el tradicional ordenamiento jurídico administrativo centralista de la Universidad española», y acompañando este cambio de una redistribución competencial recogida en el Título VIII de la norma suprema y en los «correspondientes Estatutos de Autonomía». La otra cara de la autonomía universitaria es «el control del rendimiento y la responsabilidad», también recogido en la LRU. El binomio autonomía/responsabilidad se mantendrá en los sucesivos textos legales hasta la actualidad, si bien la referencia más frecuente, ya presente en la LOU, será a la combinación de autonomía con rendición de cuentas y transparencia, que todavía se reproduce en la LOSU.

De otro lado, la descentralización de buena parte de las competencias a las comunidades autónomas va a tener hondas consecuencias en el modelo universitario, impulsando en este periodo la creación de nuevas universidades públicas

en distintas autonomías, y, más tarde, de otras privadas. En relación con las primeras, este desarrollo se produce de acuerdo con dos modalidades distintas. Una de ellas es el modelo de universidad regional única, como sucede en nueve comunidades, en muchos casos, con diversos campus en distintas localizaciones. El otro se sustancia en la coexistencia de distintas universidades en una misma C. A., como sucede en Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, Canarias, Madrid, Galicia, Castilla y León y la Región de Murcia.

TABLA 97.1. *Distribución de las universidades públicas y privadas en el territorio*

	2023-2024	*2022-2023*	*2021-2022*	*2020-2021*	*2019-2020*	*2018-2019*	*2017-2018*	*2016-2017*	*2015-2016*
Total	91	89	86	84	83	83	82	82	82
Pública	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Privada	41	39	36	34	33	33	32	32	32
Andalucía	11	11	11	11	11	11	11	11	11
Pública	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Aragón	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Asturias	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Baleares (Islas)	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Canarias	6	5	5	5	5	5	4	4	4
Pública	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Privada	4	3	3	3	3	3	2	2	2
Cantabria	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Castilla-La Mancha	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Castilla y León	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Pública	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Privada	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Cataluña	12	12	12	12	12	12	12	12	12

TABLA 97.1. *Distribución de las universidades públicas y privadas en el territorio* (continuación)

	2023-2024	*2022-2023*	*2021-2022*	*2020-2021*	*2019-2020*	*2018-2019*	*2017-2018*	*2016-2017*	*2015-2016*
Pública	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Privada	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Comunidad Valenciana	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Pública	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Privada	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Estado	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pública	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Privada	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Extremadura	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Galicia	4	4	3	3	3	3	3	3	3
Pública	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Privada	1	1	.	.	.	.	.	.	.
Madrid (Comunidad de)	19	18	17	15	14	14	14	14	14
Pública	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Privada	13	12	11	9	8	8	8	8	8
Murcia (Región de)	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Pública	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Navarra	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1
País Vasco	4	4	3	3	3	3	3	3	3
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	3	3	2	2	2	2	2	2	2
Rioja (La)	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Pública	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Privada	1	1	1	1	1	1	1	1	1

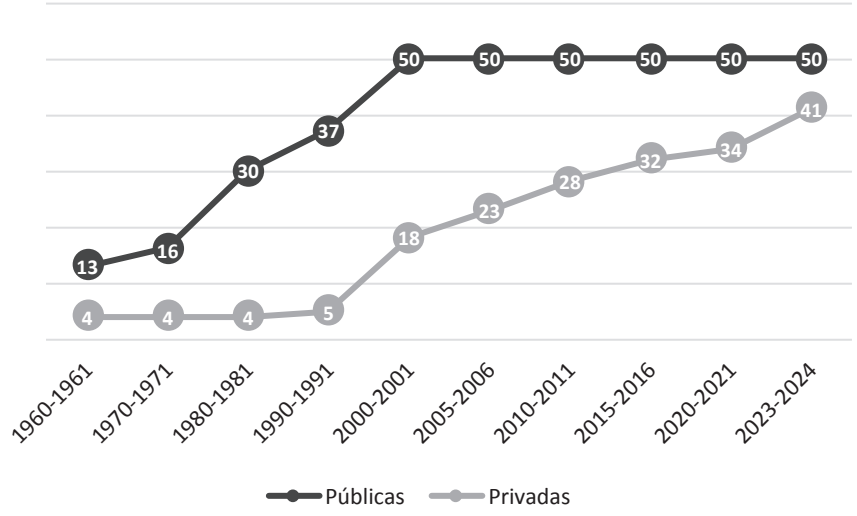
Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Si bien, inicialmente se produjo un cierto debate respecto de la oportunidad de implantar universidades en localidades que no habían contado con estas instituciones con anterioridad, lo cierto es que la evidencia empírica almacenada desde entonces coincide en poner de manifiesto la importante contribución de

esta dotación pública. Y ello, tanto en lo relativo a la facilitación del acceso universitario a poblaciones alejadas de los centros metropolitanos como a la producción de conocimiento, ciencia y cultura y a su difusión entre sectores más amplios como en lo que se refiere a su aportación al PIB autonómico (Conferencia de Consejos Sociales de la Comunidad de Madrid, 2014), que en ámbito estatal se ha estimado en un 2,12 % para el año 2017 (CRUE-IVIE 2019).

La LRU incluye, asimismo, la regulación de las universidades privadas, cuyo número, cinco en total hasta el curso 1990-1991, registra un fuerte aumento desde esta década hasta el final del pasado siglo, en que se llegan a contabilizar dieciocho. A partir de entonces, su crecimiento va a continuar de manera imparable hasta alcanzar la cifra de cuarenta y uno en el curso 2023-2024, esto es, solo nueve por debajo del número total de universidades públicas, como se recoge en el gráfico 97.1. Mientras tanto, el número de universidades públicas permanece estable desde 1998, cuando se creó la Universidad Politécnica de Cartagena.

Gráfico 97.1. *Evolución de las universidades del SUE públicas y privadas*



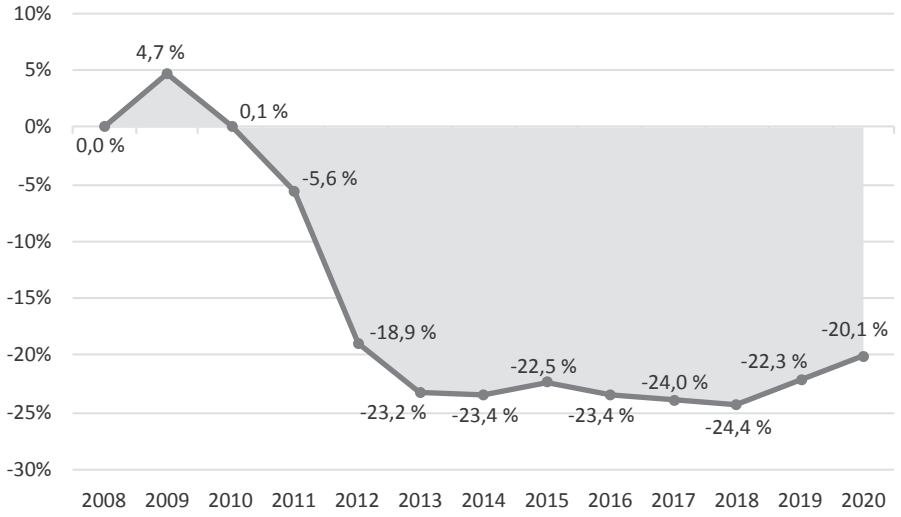
Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Este fuerte crecimiento de la oferta privada va a convertirse en el centro del debate referido a la formación universitaria y al SUE. Y no solo en lo que respecta a su aspecto fundamental, esto es, el aumento de alumnado y de titulaciones de estos centros, que será especialmente notable en este siglo, sino también por lo que se refiere a distintas modalidades de colaboración con el sector privado, que incluye «la creación de empresas de base tecnológica», recogida en el Título VII de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (LOU). La implantación del EEES va a ser también terreno abonado para el recrudecimiento de la discusión acerca de la penetración de

criterios y enfoques mercantilistas en la universidad, impulsando, de otro, la reivindicación relativa a la dimensión social de la universidad, así como la necesidad de atender a la igualdad, según diferentes criterios, y la orientación de sus misiones hacia la cohesión social y el desarrollo sostenible, en tensión con los objetivos vinculados al mercado. Además, la LOU establece la creación la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación con el fin de fomentar la «cultura de la evaluación», que tendrá un gran impacto en la transformación del SUE.

En este contexto de transformaciones y tensiones, irrumpe la aguda crisis financiera de 2008, provocando un descenso brusco de la financiación de la universidad y de la actividad científica y tecnológica, cuyo impacto aún no se ha superado. Cabe aquí referirse a una situación casi crónica de policrisis (Tooze, 2021), marcada por sucesivas y múltiples restricciones que han derivado en la conformación de nuevo de un sector del profesorado de elevada vulnerabilidad, así como en la extensión de situaciones de precariedad entre todo el personal, incluyendo el retraso de las carreras académicas y profesionales, las limitaciones de las tasas de reposición o la reducción de los reconocimientos por la asunción de distintas responsabilidades o actividades (Díaz-Santiago, 2013; 2016). Muchas universidades, sobre todo las históricas y de mayor tamaño, experimentan, asimismo, dificultades para mantener su valioso patrimonio y sus servicios de manera adecuada. Ello es debido a que, como se observa en el gráfico 97.2, en 2012 cae abruptamente la financiación de las universidades públicas españolas y se inicia una tendencia a la baja que solo empieza a recuperarse, y lentamente, en 2020, año en que se está aún muy lejos de regresar al nivel de financiación previo a la crisis.

Gráfico 97.2. *Variación de la financiación de las universidades españolas en términos reales (base: año 2008)*



Fuente: European University Association (2020).

La baja inversión global en educación superior adopta, además, perfiles muy distintos en unas comunidades autónomas y en otras, resultando la infrafinanciación universitaria más aguda en las comunidades autónomas de Madrid y Castilla y León. Concretamente, es en Madrid donde la financiación por estudiante alcanza una cifra más baja, de 5467 € por alumno universitario. Este dato contrasta con el crecimiento económico de Madrid en el mismo año, el más elevado de todas las comunidades autónomas.

TABLA 97.2. *Transferencias corrientes por alumno de grado o máster en las distintas comunidades autónomas (2025)*

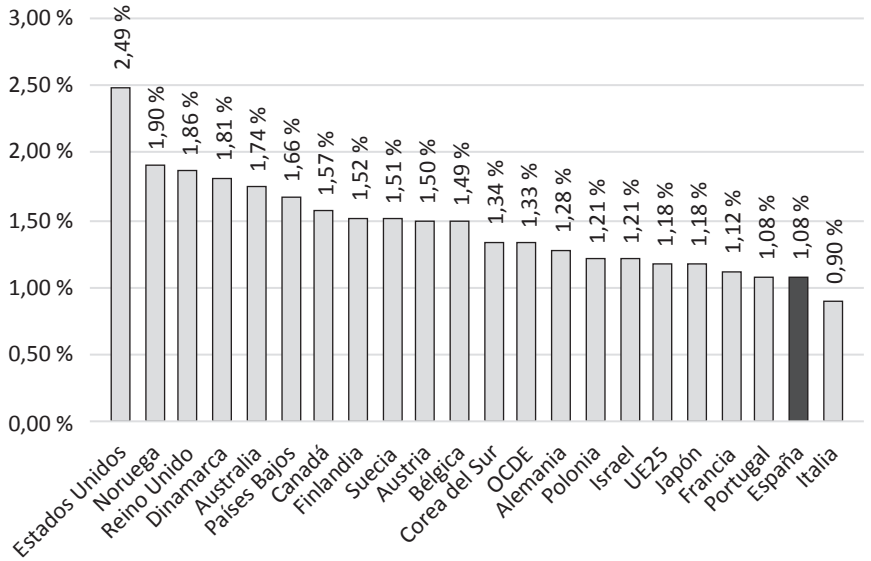
Comunidad autónoma	*Gasto en euros por alumno*
Asturias	10 274
Galicia	9655
Castilla-La Mancha	9353
Navarra	8976
Baleares (Islas)	8324
Andalucía	8263
Aragón	7987
Cantabria	7770
Extremadura	7505
País Vasco	7161
Rioja (La)	7142
Cataluña	7137
Comunidad Valenciana	7062
Canarias	6518
Murcia (Región de)	5843
Castilla y León	5670
Madrid (Comunidad de)	5467

Fuente: Silió (2025).

Si comparamos la situación española con otros países de la OCDE, puede observarse que los datos coinciden en mostrar la persistencia de una infradotación semejante. El gráfico 97.2 muestra que en 2019 (año previo a la pandemia), entre los veinte países considerados, España se situó en la parte baja del *ranking* en cuanto a inversión universitaria, destinando a esta un 1,08 % de su PIB, solo por delante de Italia. En comparación, el promedio de la OCDE fue del 1,33 % y el de la UE de veinticinco miembros del 1,21 %. España sigue, así, dedicando una proporción menor de su riqueza nacional a la educación superior y a los servicios asociados de I+D+i, por comparación con los países analizados. Además, al considerar la inversión en relación con la renta per cápita, España también se

encuentra por debajo de la mayoría. En definitiva, la financiación universitaria no parece haber figurado entre las prioridades, ni cuando se mide como porcentaje del PIB ni cuando se compara con su capacidad económica, ya que otros países con menor renta muestran un compromiso mayor en este ámbito.

GRÁFICO 97.3. *Gasto del PIB instituciones universitarias en centros que imparten grado, máster y doctorado (2019, %)*

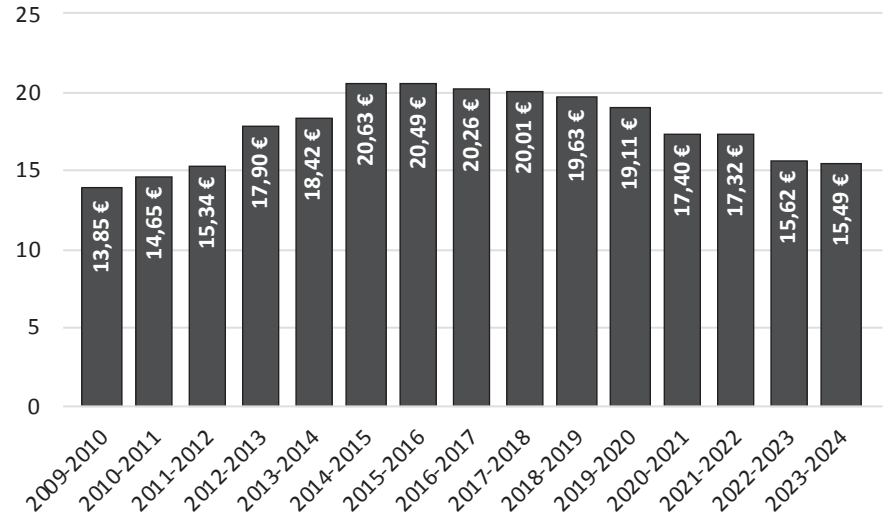


Fuente: Datos de la OCDE a partir de CRUE (2022), *La Universidad Española en Cifras*.

Otro aspecto estratégico de la penetración de criterios mercantilistas en la universidad se refleja en el comportamiento de un aspecto de gran relevancia en la dimensión social universitaria, los precios públicos de los estudios. En este sentido, si bien la LOU sigue definiendo la actividad universitaria como un «servicio público», la media nacional de dichos precios registra un reseñable aumento a partir del curso 2011-2012, precisamente durante la etapa de crisis, sin que vuelvan a ceder de forma significativa hasta el inicio de esta década, como se deriva del gráfico 97.4.

La disparidad de precios existente entre unas comunidades autónomas no desaparece en absoluto en este contexto de crisis. Se conforma así una gran asimetría en este terreno que, quince años después, sigue vigente. Es cierto, sin embargo, que el Real Decreto Ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19 incide en este aspecto, estableciendo la necesidad de tender a una reducción significativa y gradual de los precios públicos (Sacristán, 2023). Esta reciente

Gráfico 97.4. *Evolución del precio medio del grado (primera matrícula)*



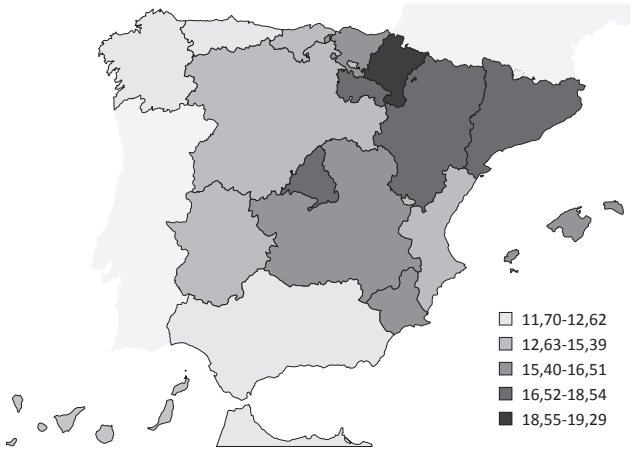
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

orientación de política universitaria se profundiza en la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario (LOSU), en la que se alude al «derecho al acceso según niveles socioeconómicos» o a la necesidad de avanzar hacia «el horizonte de la gratuidad», así como en dirección a «la reducción de los precios públicos» o la «disminución» de las diferencias existentes al respecto entre unas comunidades autónomas y otras. Objetivos que se enmarcan en las referencias de la LOSU a ofrecer «un servicio público de calidad», contribuir «al bienestar, la justicia y cohesión sociales, el desarrollo económico y sostenibilidad», así como a la «inclusividad», «no discriminación», «formación de ciudadanía» y «derechos humanos fundamentales» en el marco de una universidad accesible, democrática, participativa, de formación de ciudadanía y que garantice los derechos humanos fundamentales.

Se da la circunstancia de que algunas de las comunidades autónomas con los precios públicos más elevados (véase tabla 97.3) son también las que cuentan con más universidades privadas (véase gráfico 97.4). Así sucede en la comunidad autónoma de Madrid, con catorce universidades privadas y un precio medio del crédito en primera matrícula el curso pasado de 18,54 €, el segundo más alto de España, y con Cataluña, con cinco universidades privadas y la tercera posición entre las de precios más altos, con 18,14 €. En ambos casos, el número de estas últimas supera ya al de las públicas, que, en el caso de Madrid, representan menos de la mitad de las primeras. Este desplazamiento pone de manifiesto la honda transformación registrada por el SUE, en especial, en lo que respecta a las universidades de algunos territorios que, paradójicamente, como sucede en el caso de Madrid, son los que arrojan una situación económica más favorable.

TABLA 97.3. *Precio medio del crédito de grado (primera matrícula) por comunidades autónomas en el curso 2023-2024*

Comunidad autónoma	*Precio medio*
Media nacional	15,49
Galicia	11,70
Asturias (Principado de)	12,34
Canarias	12,50
Andalucía	12,62
Cantabria	13,34
Extremadura	14,22
Castilla y León	15,06
Comunidad Valenciana	15,39
Baleares (Islas)	15,48
Murcia (Región de)	15,70
Castilla-La Mancha	16,09
UNED	16,21
País Vasco	16,51
Rioja (La)	16,89
Aragón	17,32
Cataluña	18,14
Madrid (Comunidad de)	18,54
Navarra	19,29



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

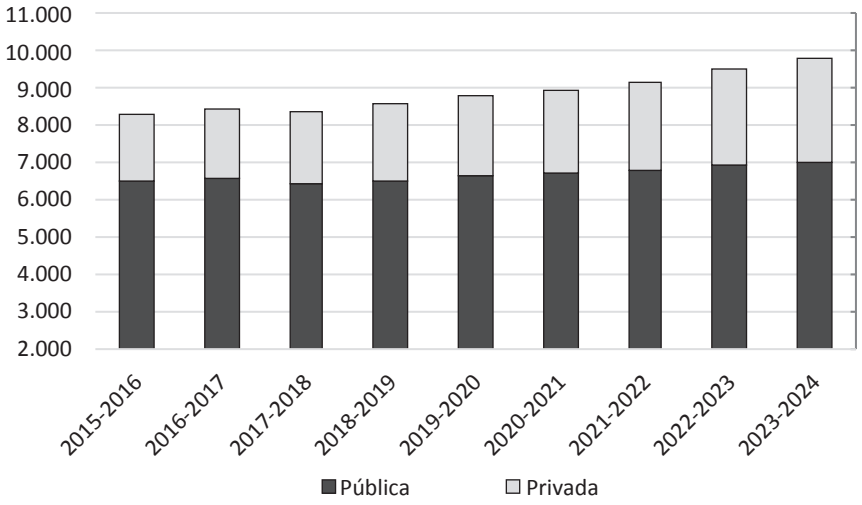
GRÁFICO 97.5. *Distribución territorial de las noventa y una universidades españolas (curso 2023-2024)*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, estadística de universidades, centros y titulaciones.

El crecimiento constante y paulatino de la parte privada del SUE se constata, asimismo, en el número de titulaciones impartidas según el tipo de universidad, como se observa en el gráfico 97.6.

Gráfico 97.6. *Número de titulaciones impartidas, según el tipo de universidad*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Hay que tener en cuenta que esta mudanza del SUE se acompaña en este siglo de un fuerte aumento del número y la diversidad de las titulaciones universitarias, que se añade a la diversificación creciente de los escalones formativos internos, singularmente, con la incorporación de los másteres oficiales del EEES. Y es en estos nuevos estudios donde se produce un mayor incremento de los precios públicos, por comparación con los de los grados o incluso del doctorado, mucho más reducidos. No cabe bajar aquí al detalle de su evolución comparada, dada su gran diversidad, pero, sin duda, se trata de una cuestión central para la consideración del impacto de las políticas de ajuste en el medio universitario, de acuerdo con la preocupación expresada por ESU incluso antes del estallido de la crisis a finales de la primera década de este siglo (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023).

Más allá de las enseñanzas regladas, otros estudios registran también un proceso de aumento de su diversidad, tanto en el tipo de titulaciones a las que conducen como de sus contenidos o sus objetivos. Entre estas variadas modalidades formativas y pedagógicas cabe citar la formación dual; la formación permanente y a lo largo de la vida; la formación continua del profesorado; la formación en competencias específicas o la vinculada a las llamadas universidades de la experiencia o para personas mayores, etc. La complejización se produce también en las actividades investigadoras y de transferencia y en las modalidades de acceso del alumnado. Estas últimas amplían la dirigida a las personas mayores de veinticinco años con otras dos, orientadas a las personas mayores de cuarenta y de cuarenta y cinco años, respectivamente. Se facilita, asimismo, la incorporación desde la formación profesional, eliminando, al tiempo, algunas rigideces que rodeaban al sistema de acceso, relativas al bachillerato cursado.

97.2. El estudiantado en el sistema universitario español: dimensión social y transformaciones

La expansión que ha venido experimentando el Sistema Universitario Español, como se ha presentado en el apartado anterior, ofrece características y ritmos muy desiguales en el territorio en lo referido al número de universidades públicas y privadas, a la financiación de las comunidades autónomas y a los precios públicos, junto con la expansión de las titulaciones impartidas por las universidades privadas frente a la oferta de las públicas. Todo ello se ha acompañado de importantes cambios referidos al estudiantado. Estos tienen que ver, sobre todo, con su expansión y diversificación, con la creciente presencia femenina y con las transformaciones –y persistencias– referidos a la desigualdad según origen sociofamiliar.

97.2.1. La expansión de la matrícula

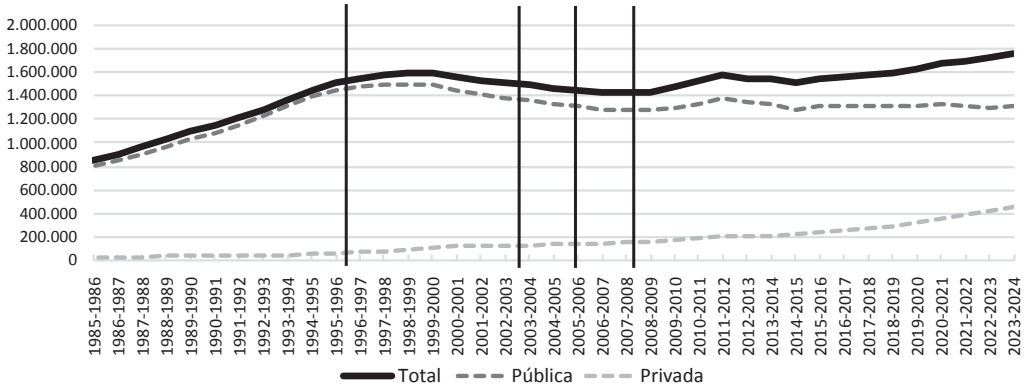
La primera y más evidente transformación experimentada por la población estudiantil se produce como correlato de la expansión institucional de los centros universitarios. Nos referimos a los cambios que se han venido produciendo en la matrícula y en su composición.

Desde mediados de la década de los ochenta el SUE experimenta una notable expansión en términos de matrícula. Esta transformación ha estado impulsada por diversos factores, entre ellos, el crecimiento demográfico y el aumento progresivo del nivel educativo de la población, y también el reconocimiento institucional del valor estratégico del conocimiento y la cualificación profesional en un contexto de cambio económico y tecnológico.

En el gráfico 97.7 se han señalado con líneas verticales los distintos periodos que cabe distinguir en relación con la evolución de la matrícula universitaria. Durante las décadas de los ochenta y noventa, se produce una importante expansión de esta, que se asocia con la llegada de la denominada «generación del *baby boom*» a la universidad. Los años transcurridos entre 2000 y 2008 se caracterizan por un fuerte desarrollo económico y una elevada oferta de trabajo que desincentiva a algunas personas jóvenes a cursar estudios universitarios en detrimento de la búsqueda de empleo en sectores con altas remuneraciones y escasas cualificaciones. Por decirlo rápidamente, un porcentaje significativo de este colectivo opta por emplearse en sectores con importante oferta de empleo entonces, como la construcción y hostelería. A finales de 2008, se produce una lenta recuperación de la matrícula, debida, fundamentalmente, a la de posgrado, que continúa en el periodo 2009-2011. En este último periodo se produce también un reseñable incremento de becas, pero, de otro lado, como consecuencia del impacto de la crisis económica, se dispara el paro juvenil. El desempleo, que parte en 2009 de un 56 % entre las personas de dieciséis a diecinueve años y de un 33 % entre las de veinte a veintiséis, se incrementa terriblemente hasta el 73 % y 48 % respectivamente en las mismas franjas de edad en 2012. Durante el periodo

2012-2015, aunque el paro se mantiene alto (en 2014 se llegaba al 70 % en la franja dieciséis a diecinueve años y al 50 % entre los jóvenes de veinte a veintiséis años), se produce un aumento muy significativo de los precios públicos universitarios, lo que se acompaña de un descenso importante de la matrícula. Hasta 2015, no se empieza a recuperar lentamente la matrícula universitaria, al mismo tiempo que, desde 2018, se inicia una reducción gradual de sus precios públicos, que va a resultar más relevante desde el curso 2022-2023, si bien persisten profundas diferencias autonómicas.

GRÁFICO 97.7. *Estudiantes matriculados en universidades públicas y privadas (incluyendo grado, primer y segundo ciclo, máster y doctorado)*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Los cambios del SUE se acompañan de un nuevo proceso: la progresiva expansión, desde 2011, de la matrícula en centros universitarios privados, que se acelera a partir de 2014, mientras la matrícula en centros públicos va descendiendo ligeramente. La tabla 97.4 permite observar estas tendencias, tomando como base la etapa de mediados de los años ochenta. En cuarenta años, la matrícula universitaria pública se multiplica por 1,6, mientras que la privada lo hace por 15,7.

TABLA 97.4. *Variación en la matrícula en universidades públicas y privadas (incluyendo grado, primer y segundo ciclo, máster y doctorado)*

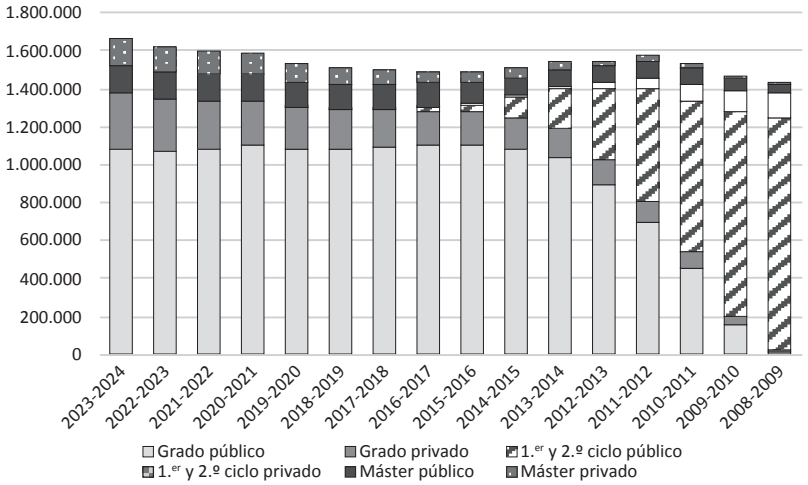
	1985-1986	*1999-2000*	*2008-2009*	*2011-2012*	*2014-2015*	*2023-2024*
Total	100	186	167	184	176	206
Pública	100	186	160	172	161	164
Privada	100	356	538	698	768	1570

Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Estos cambios, además, transcurren de forma diferenciada en los distintos niveles educativos. A partir de 2010, con la implantación del EEES, las licenciaturas y diplomaturas de primer ciclo se ven reemplazadas por los actuales grados, en los que las universidades privadas van ganando peso de forma sostenida. En los másteres, sin embargo, es donde los centros privados encuentran su nicho, y van consolidando una oferta de posgrado que empieza como minoritaria en 2012, pero que en la actualidad ya ha sobrepasado a la pública en número de plazas ofertadas. En el presente curso 2024-2025, el 63 % de las plazas de máster oficial ha estado en manos de centros privados, frente al 37 % ofrecido por las públicas (Silió, 2024).

Este fenómeno del *sorpaso* de las universidades privadas en los másteres debe estudiarse con mayor detenimiento, y excede los objetivos de este capítulo. Podemos apuntar, sin embargo, a varios fenómenos: por un lado, la reducida cobertura pública de la elevada demanda de plazas en los másteres habilitantes, requeridos para ejercer la correspondiente profesión, terreno en el que la oferta privada ha encontrado un importante nicho, mientras que la universidad pública ha acusado el impacto de su deficiente financiación, entre otros aspectos (en el caso del Máster en Psicología General Sanitaria, las plazas privadas alcanzaron en 2024 el 84,4 %, frente al 15,6 % de las públicas (8393 vs. 1532). Por otro lado, los precios públicos de las universidades públicas de algunas comunidades autónomas no resultan competitivos al haberse quedado fuera de los acuerdos impulsados para su reducción (Sacristán, 2023). Por último, es necesario evaluar el efecto llamada que ejerce el mundo privado apelando a una enseñanza más personalizada, que permite construir vínculos y utilizar redes profesionales, en contraste con las carencias de los recursos económicos y humanos de la universidad pública en este periodo.

Gráfico 97.8. *Evolución del alumnado universitario en España por nivel académico*

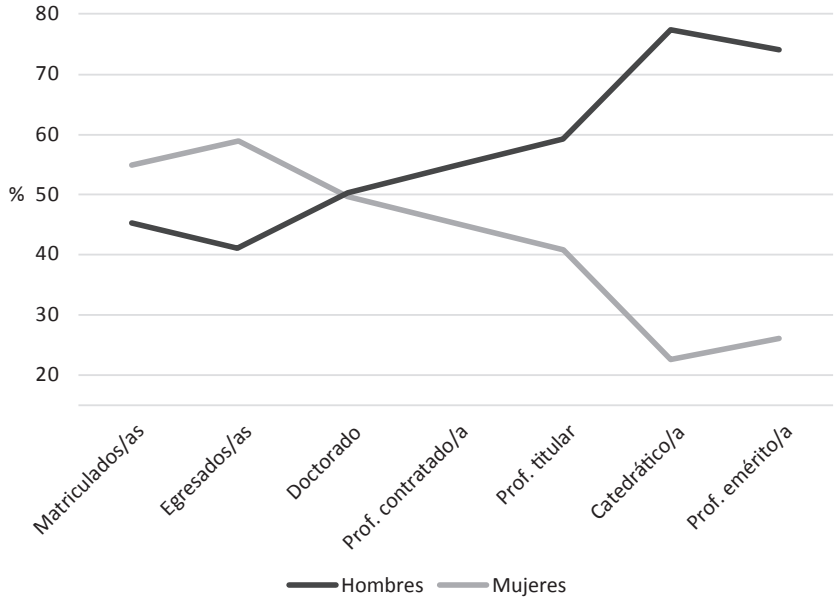


Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

97.2.2. Las desigualdades de género

Se ha mencionado más arriba que, como ocurre en otros países, el SUE no escapa a la desigual trayectoria que experimentan las mujeres frente a sus colegas varones desde el momento en el que se matriculan en la universidad. Esta diferencia se expresa mediante el denominado gráfico de «tijera», que no solo muestra una diferencia estática entre dos variables, sino una tendencia creciente en la desigualdad o desequilibrio entre ellas. Los datos de 2020 muestran que, siendo mayoritariamente mujeres las que se matriculan y gradúan en la universidad, va decayendo su peso de forma gradual, equivaliendo entre las que llegan a doctorarse al de los varones. A partir de este momento, y a medida que progresan en sus carreras y van ocupando puestos de mayor estatus, va disminuyendo el porcentaje de mujeres frente al de varones. Ello evidencia la persistencia de techos de cristal en la carrera académica. Este efecto tijera es paralelo al existente en la diferencia salarial entre hombres y mujeres (Massó, Golías y Nogueira, 2021).

Gráfico 97.9. *Desigualdades de género en el sistema universitario español*

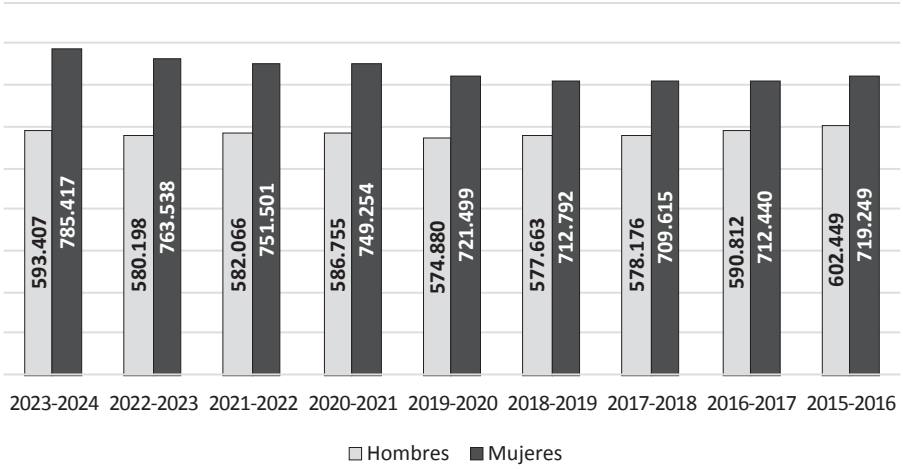


Fuente: Campos, Neila (2020). «El género en la carrera académica, ayer y hoy». *Universídad, una conversación pública sobre la universidad*.

Todo ello convive, no obstante, con el hecho de que las últimas décadas se ha venido experimentando un cambio drástico en este terreno, llegando a la inversión de las desigualdades de género referidas al porcentaje de acceso global de las mujeres a la universidad. En el gráfico 97.10, se observa claramente que, desde el curso 2015-2016, predominan las estudiantes mujeres

sobre sus compañeros varones, con una tendencia que va aumentando cada vez más hasta superarles en el curso 2023-2024 en 192 000 estudiantes.

Gráfico 97.10. *Estudiantes matriculados en grados o primero y segundo ciclo por sexo*



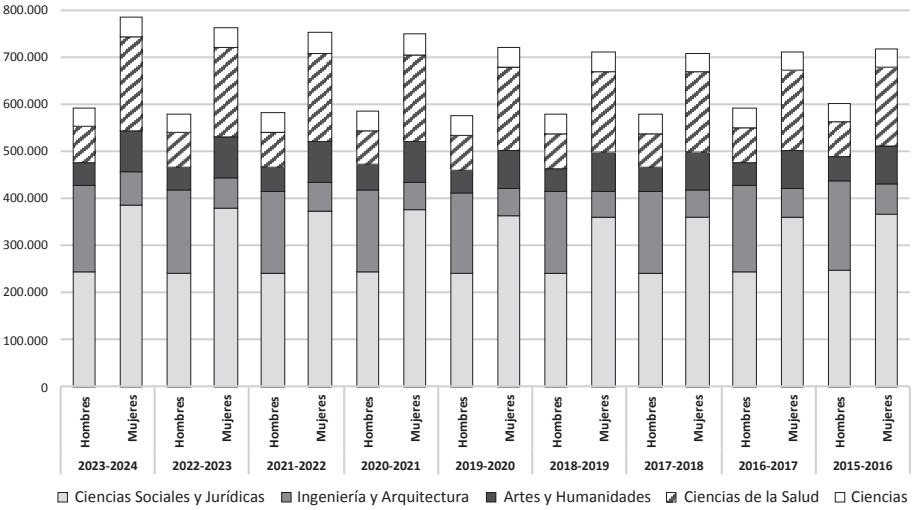
Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

La feminización de la enseñanza superior es ya un hecho, aunque esta tendencia debe ser analizada con más detalle, tendiendo en cuenta su evolución en función de la rama de conocimiento o incluso de la titulación, para poder detectar dónde se están produciendo las transformaciones de forma más intensiva.

Una primera aproximación permite corroborar la segregación de género por rama de conocimiento: las estudiantes son mayoría frente a los varones en las Ciencias Sociales y Jurídicas, y también en las Ciencias de la Salud, que tienen notas de corte más altas y una gran demanda laboral, y en menor medida, en la rama de Artes y Humanidades. En la rama de Ingeniería y Arquitectura son claramente una minoría, con muy pocos cambios desde el año de inicio de la serie, 2015. En el caso de las ciencias, existe una distribución muy igualitaria, aunque antes de 2010 predominaban los varones.

Más allá de la persistencia de las desigualdades descrita, cabe afirmar, no obstante, que la incorporación de las mujeres constituye uno de los cambios más notables en el SUE, marcando un antes y un después en las oportunidades vitales de varones y mujeres y en su posterior incorporación al mercado de trabajo. Se produce incluso un aumento de la presencia de las mujeres en el profesorado, debido a su formación universitaria, a la presión del colectivo femenino y a las necesidades de contratación del momento. Algo semejante sucede entre el PTGAS, si bien su peso era ya aquí algo más elevado, aunque limitado a las categorías inferiores.

GRÁFICO 97.11. *Estudiantes matriculados en grados o primer y segundo ciclo por sexo y rama de conocimiento*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

97.2.3. El origen social del estudiantado

El análisis de la procedencia social de quienes acceden a la educación superior constituye un aspecto fundamental tanto en el diseño de políticas educativas como en las investigaciones científicas sobre educación. Se sitúa en el marco más amplio del examen del papel que desempeña el sistema educativo en la reproducción o transformación de las desigualdades sociales, así como en su capacidad para promover la movilidad y la cohesión social.

Esta línea de estudio se vincula estrechamente con los debates contemporáneos sobre la justicia social y educativa y con la reflexión en torno al papel de la escolarización en la configuración de trayectorias sociales. En este contexto, la cuestión central es determinar en qué medida la educación actúa como un mecanismo de igualdad de oportunidades o, por el contrario, contribuye a consolidar las posiciones sociales de origen en las sociedades contemporáneas. Por ello, el análisis del nivel educativo y de la ocupación de los progenitores de los estudiantes universitarios se orienta a entender si el acceso a la universidad se está abriendo a nuevos colectivos, traduciéndose en una mejora de las oportunidades de los sectores más desfavorecidos, o si, por el contrario, la expansión del conocimiento no permea a todas las capas sociales. Es importante destacar, no obstante, que las distintas fuentes sobre este tema no son fácilmente comparables, dado que la categorización de las ocupaciones y el nivel educativo no siempre coincide y, aunque suele ser habitual utilizarlos como *proxy* de clase social, hay investigaciones que se decantan por preguntar directamente por la clase social de los progenitores. Aun

así, los distintos estudios nacionales e internacionales nos permiten ver las grandes tendencias.

Un primer análisis comparativo de la información facilitada por el Informe FOESSA de 1970 con la Encuesta Eurostudent (2011) para los estudiantes con padres en ocupaciones bajas da cuenta del relativo avance en la equidad social del estudiantado. En 2011, un 27 % del estudiantado provenía de familias con un padre que realizaba un trabajo manual, categoría que suponía un 48 % de la población activa. Cuarenta años antes, solo el 13,5 % de los estudiantes tenía padres en las ocupaciones más bajas, siendo, además, este un colectivo mucho más numeroso en el total de la población activa.

Tabla 97.5. *Comparación entre el* Informe FOESSA 1970 *y Eurostudent IV en lo relativo a estudiantes con padres en ocupaciones bajas*

Fuente	*Categoría*	*% estudiantes sobre el total*	*% padres sobre la población activa masculina*
Informe FOESSA 1970	Padres en alguna de las cinco categorías profesionales más bajas	13,5 %	64,5 %
Eurostudent IV 2011	Padres trabajadores manuales (40-60 años)	26,9 %	47,8 %

Fuente: Elaboración propia.

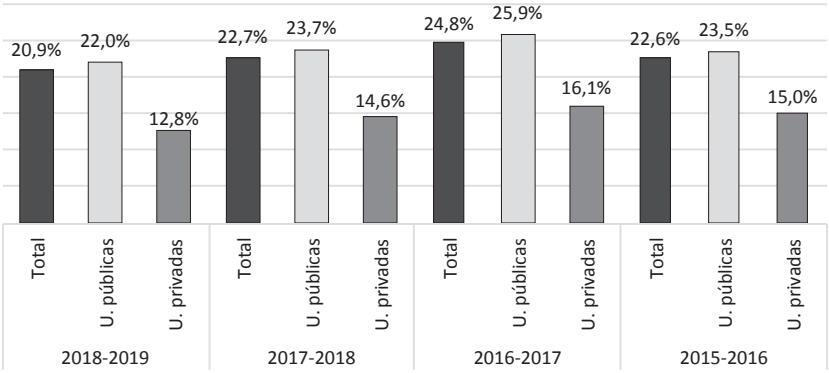
Los análisis que hemos llevado a cabo de la IV edición de Eurostudent (2012), junto con los de la Encuesta Ecovipeu, impulsada por el Observatorio del Estudiante de la Universidad de Valencia (Barañano, Finkel y Rodríguez, 2011; Barañano y Finkel, 2014), han puesto de manifiesto que España llega a situarse en este siglo en una posición intermedia en cuanto a la incorporación de la diversidad social en su alumnado universitario, considerando su origen familiar. Seguirá constatándose una sobrerrepresentación del alumnado con progenitores también universitarios, y una infrarrepresentación del procedente de familias dedicadas al ámbito de las ocupaciones manuales y bajas y de los estudios primarios, pero el impacto de ambos fenómenos se modera sustancialmente en relación con la situación constatada previamente.

Por otro lado, el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2024), en su informe sobre el perfil socioeconómico del estudiantado universitario, analiza los datos provenientes del Sistema Integrado de Información Universitaria (SIIU), junto con la información proporcionada por el INE (ocupación y estudios de los progenitores) para los estudiantes censados con sus padres. Lamentablemente, solo se cuenta con datos hasta el curso 2017-2018.

Los datos del gráfico 97.12, que deben compararse con mucha cautela, dado que se refieren a ambos progenitores y no solo al padre, permitirían afirmar que la situación ha empeorado respecto a 2011, dado que se rompe la tendencia de subida de los estudiantes con padres que tienen ocupaciones bajas. En los cuatro cursos académicos de los que se dispone de datos del

SIIU, se pierde un 1,7 % de estudiantes en esta categoría, con diferencias importantes entre las universidades públicas y las privadas, siendo estas últimas mucho menos accesibles a las clases bajas.

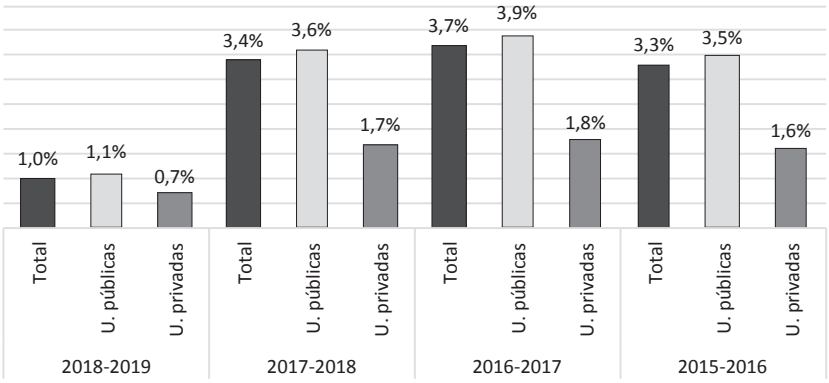
GRÁFICO 97.12. *Ambos progenitores con ocupaciones bajas o sin ocupación, según la titularidad de la universidad*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Por lo que respecta al nivel de estudios, también se constata un descenso sostenido de los estudiantes cuyos padres tienen solo estudios primarios o no han estudiado, que responde, en este caso, al incremento de los niveles educativos generales de la población. En 2017, los progenitores de estudiantes universitarios con estudios superiores ya representaban un 45,6 % del total.

GRÁFICO 97.13. *Ambos progenitores con estudios primarios o sin estudios, según la titularidad de la universidad*



Fuente: Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, *Catálogo de datos del Sistema Integrado de Información Universitaria*.

Cabe citar también los resultados sobre origen sociofamiliar que presenta el reciente informe de Via Universitària (2025), elaborado por el consorcio de universidades catalanoparlantes Xarxa Vives d'Universitats. Con una amplísima muestra de 45 572 estudiantes de grado y máster de treinta universidades, implementada entre 2023 y 2025, la encuesta constata una significativa reducción de los estudiantes de origen social bajo, que constituyen globalmente el 9 % de la muestra, desglosándose en una mayoría del 19,6 % que estudia en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, seguidos de los que cursan la rama de Humanidades (19,1 %), Ciencias de la Salud (14,8 %), Ingeniería (12,4 %), Ciencias (13,5 %), y un 7,5 % titulaciones de rama mixta.

El origen social del estudiantado universitario constituye un aspecto de consideración obligada en el análisis de la universidad como vehículo de movilidad social y de reducción de la desigualdad, papel que asumió desde la posguerra del siglo pasado cuando la educación superior se convirtió en un sistema de masas. No obstante, más allá del perfil social del alumnado de ingreso, conviene tener en cuenta otros aspectos que se han venido estudiando con detalle en los últimos años. Así, entre otras cuestiones, se ha puesto de manifiesto la importancia del origen social en el abandono universitario (Fernández Mellizo-Soto, 2022), en el análisis de las condiciones de vida y estudio (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023; Daza y Elías, 2015; Soler, 2013), en el hecho de compaginar estudio y trabajo (Finkel, Parra y Carbonell, 2024), en la propia satisfacción con la experiencia universitaria (Kocsis y Pusztai, 2021), o en la integración en la universidad (Eurostudent, 2021).

97.3. Conclusiones. La universidad en la encrucijada

En el último medio siglo, el SUE ha pasado de contar con unas cincuenta mil personas a disponer de más de un millón y medio de estudiantes. A lo largo de este exitoso proceso, ha consolidado su marco normativo, con cuatro leyes orgánicas, y ha atravesado por tres grandes procesos de cambio. Como resultado del primero se aproxima al modelo público de «universidad de masas», en la dirección del imperante en otras sociedades europeas, alcanzando cifras de escolarización bruta en estudios terciarios superiores a otros países europeos.

Esta transformación se apoya, sobre todo, en el vuelco que representa la incorporación de las mujeres, cuya presencia previa había sido hasta entonces muy escasa y subalterna. Se produce, asimismo, un aumento no desdeñable en el reclutamiento de estudiantes de procedencia sociofamiliar más modesta, con progenitores de ocupación y estudios elementales, un colectivo que prácticamente triplica su cifra entre los setenta y 2010 (Soler, 2013). El análisis de la IV edición de la encuesta internacional Eurostudent (Ariño y Llopis, 2011) evidencia que España alcanza en este último año una posición intermedia dentro de la Unión Europea en lo que se refiere a dicho reclutamiento. La Encuesta de Condiciones de Vida y Participación de los Estudiantes Universitarios, ECo-VIPEU realizada en 2011 y que obtiene 17 512 respuestas válidas de estudiantes de grado o de los primeros ciclos de cincuenta universidades de España

presenciales (Ariño, Soler y Llopis, 2012) ratifica, posteriormente, dicha valoración. La apertura de nuevas puertas de acceso, como la ofrecida a las personas mayores de veinticinco años y, sobre todo, la multiplicación de las plazas públicas y su descentralización en distintas comunidades autónomas, y el propio cambio social de la sociedad española, coadyuvan también a consolidar este importante y significativo salto numérico en nuestro alumnado universitario.

Esta transformación, que acerca la universidad a la sociedad coexiste, empero, con la persistencia de importantes asimetrías, que, en parte, se mantienen hasta la actualidad y nos alejan tanto del ideal de la igualdad como de la reproducción en las aulas de la diversidad existente en el conjunto de la sociedad. Así sucede con la infrarrepresentación del alumnado cuyos padres cuentan con un nivel educativo u ocupacional bajo y con la sobrerrepresentación de quienes se encuentran en la banda opuesta. Realidades ambas que, aunque se palian, siguen presentes en 2010. Las escasas investigaciones realizadas en este ámbito ponen de manifiesto, asimismo, la persistencia de otras desigualdades, relacionadas con: el acceso a la universidad; las transiciones previas y posterior; las segregaciones horizontales por género de determinadas titulaciones; las trayectorias universitarias; el rendimiento académico y las movilidades; la compatibilización del estudio y el trabajo; o, en fin, el conjunto de las condiciones sociales y de estudio del alumnado (Ariño y Llopis, 2011; Ariño, Soler y Llopis, 2012). Se evidencian de nuevo así las «fragilidades» potenciales de las «otras» y los «otros» estudiantes y las carencias de los soportes recibidos: fragilidades de quienes trabajan a tiempo parcial, e incluso a tiempo completo (Ariño *et al*, 2008; Finkel y Barañano, 2014a; 2014b; Finkel, Parra y Carbonell, 2024); de las y los que tienen «otras» edades, si bien informes como el de Eurostat de 2009 valoran favorablemente la mayor presencia en nuestras aulas de las personas mayores de veinticinco años; de las personas que proceden de orígenes sociales y educativos inferiores; de mujeres en estudios donde su presencia sigue siendo menor, debido a la persistencia de segregaciones horizontales en determinadas titulaciones; de personas con discapacidad u otras diversidades, de muy escasa presencia en las aulas; y de estudiantes «potenciales» que no acceden en número suficiente, como pudiera ser el caso de las segundas generaciones de migrantes extranjeros, entre otros colectivos; o, en fin, de otros grupos sociales de bajo rendimiento o que incluso abandonan (Constante-Amores *et al*., 2021; Fernández Mellizo-Soto, 2022).

Este contexto de logros y continuidades convive, además, con una segunda gran transformación del SUE, que tiene lugar, sobre todo, desde el inicio de este siglo, y que focaliza la atención en la calidad y la incorporación al EEES. Pronto se ve acompañada de la emergencia de una fuerte movilización estudiantil y universitaria que pone en el centro el debate sobre el modelo de universidad, en lo que respecta, sobre todo, al contenido de sus misiones y a su relación con el conjunto de la sociedad y los criterios mercantiles y privados. Es aquí cuando la dimensión social, que ya había sido abordada con anterioridad, si bien de modo relativamente colateral, pasa a primer plano, tanto en las demandas de la principal asociación de estudiantes europea, ESU, como de las conferencias de ministros de este entorno. Y es también cuando se constata la necesidad de avanzar

sustantivamente en el conocimiento de la situación al respecto, mediante el respaldo a los análisis comparados en este ámbito, sobre todo, en lo relacionado con las condiciones de vida y estudio del alumnado europeo.

Esta segunda transformación cabalga a caballo entre dos etapas muy distintas. La primera, de importante expansión económica, se despliega hasta 2008 y, en el caso español, contempla la aprobación de dos leyes orgánicas, la LOU, en 2001, y su modificación parcial, la LOMLOU, en 2007, así como una amplia panoplia de reales decretos que tratan de regular el cambio que tiene lugar en las titulaciones y en los procedimientos. La ANECA, creada por la LOU, inicia su andadura, a la que se unirán pronto otras agencias de evaluación autonómicas, lo que acompaña de una profunda reorganización de los modelos de carrera académica, de valoración de la investigación y de gestión de los estudios. El crecimiento del empleo, así como el impacto de los factores sociodemográficos invierte desde el curso 2000-2001 el aumento constante del alumnado registrado hasta entonces, que no vuelve a recuperar su crecimiento en los estudios de grado hasta 2008. Es cierto, por otro lado, que en esta misma fase se implantan los nuevos másteres oficiales, que, en el caso español, se anticipan a los nuevos grados del EEES. Como telón de fondo, se va produciendo un importante crecimiento de las universidades privadas en todos los niveles universitarios y, sobre todo, en los másteres, lo que acabará por constituir seguramente una de las modificaciones más importantes del SUE en las últimas décadas. Mientras tanto, el número de universidades públicas permanece constante desde 1998.

El impacto de los cambios resulta particularmente agudo, no obstante, a partir de 2008, en lo que podemos considerar una segunda fase de transformación del SUE, cuyas consecuencias perviven hasta hoy. Se trata de la brusca y profunda reducción de la financiación de los centros universitarios públicos y, en conjunto, de la investigación y ciencia en España que, como se ha recordado, se sitúa en los niveles más elevados de la UE y aún no se ha revertido. El análisis de sus consecuencias, en concreto, en la dimensión social relativa a las condiciones de estudio y de vida del alumnado, se ve limitado por la salida de España del consorcio de la encuesta europea Eurostudent, de la que solo hemos vuelto a formar parte en su VIII edición, de 2024, pero otras fuentes permiten realizar una aproximación al respecto, si bien no a escala nacional. A espera de los datos al respecto de la nueva edición de Eurostudent de 2024, análisis como los realizados desde Via Universitària para el caso de los centros de la región Vives, entre otros, no parece que permitan ser optimistas respecto de los cambios de la dimensión social en esta etapa (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023). Se constata, además, el crecimiento tanto de los centros privados como de los precios públicos y la profundización en las asimetrías al respecto entre unas comunidades autónomas y otras. Se configuran, entonces, nuevas desigualdades al calor de la mudanza vivida en estas dos últimas décadas, derivadas del estatuto de las universidades, de la evolución de los precios públicos y de las becas y ayudas, así como de las nuevas realidades universitarias en el terreno, por ejemplo, de la movilidad nacional e internacional. Y todo ello se acompaña de un mayor interés por los análisis sociológicos de esta etapa educativa, si bien acusando aún las limitaciones previas (Ariño y Alegre-Sánchez, 2023).

Estos cambios abren la puerta de lo que hemos valorado aquí como la tercera transformación del SUE, en curso y aún de evolución incierta. Esta nueva etapa vuelve a la pregunta formulada cuarenta y cuatro años atrás por Touraine (Touraine, 1980), acerca de la crisis, decadencia o recomposición de la universidad. Comenzando por la primera, parece claro que esta institución ha sufrido de manera aguda el impacto de la llamada policrisis (Tooze, 2021): primero, con la crisis económica; después, con la pandémica, y en la actualidad, tanto con la del alojamiento y precariedad vital, que afecta especialmente a las generaciones jóvenes (Tejerina *et al*., 2013), como con el mantenimiento de graves carencias de financiación en distintos centros universitarios.

Resurge en este contexto, entonces, con especial fuerza, el interrogante de si asistimos a un declive del sistema universitario, sobre todo, en lo que respecta a las universidades públicas, carentes de los recursos necesarios para llevar adelante sus funciones adecuadamente, y que enfrentan una nueva oleada de riesgos e incertidumbres. Entre ellos hay riesgos relativos a su personal, por la insuficiente reposición de sus plantillas y la conformación, de nuevo, de un importante sector del profesorado joven y de edades intermedias en situación de precariedad; riesgos también referidos a las condiciones de estudio y vida de su alumnado, en lo relacionado con el avance en su carácter interclasista y al «derecho al acceso» reiterado en la LOSU, junto con el «horizonte» de avance hacia la gratuidad; a la incorporación de estudiantes que requieren soportes específicos para llevar adelante su proyecto formativo, como las personas con discapacidad o a los acompañamientos requeridos para respaldar la continuidad de las trayectorias académicas o el éxito en las fases de transición de unos niveles a otros y de las aulas al exterior, y riesgos también en otros muchos aspectos que no se han podido considerar aquí en profundidad, como los relativos a la calidad en el desarrollo de sus principales misiones y actividades y sus nuevas formas de reconocimiento; a la participación activa de las personas en la vida universitaria, con el respaldo necesario o al mantenimiento de su patrimonio actual y a las mejoras requeridas, entre otros muchos aspectos. Ya adelantamos que Touraine respondía a la pregunta formulada ratificando, pese a todo, la confianza en la universidad, testigo de tantas vicisitudes previas. Una universidad que, junto con todos sus indiscutibles logros, está hoy en la encrucijada.

Bibliografía

Ariño Villaroya, Antonio (2011). La dimensión social y la participación universitaria. En: Ariño, Antonio y Llopis, Ramón (coords.). *¿Universidad sin clases? Condiciones de vida de los estudiantes universitarios en España (Eurostudent IV)* (pp. 87-116). Madrid: Ministerio de Educación.

Ariño Villaroya, Antonio; Hernández Pedreño, Manuel; Tejerina Montaña, Benjamín; Llopis Goig, Ramón y Navarro Sustaeta, Pablo (2008). *El oficio de estudiar en la Universidad: Compromisos flexibles*. Valencia: Universidad de Valencia.

Ariño, Antonio y Llopis, Ramón (dirs.) (2011). *¿Universidad sin clases? Condiciones de vida de los estudiantes universitarios en España (Eurostudent IV)*. Madrid: Ministerio de Educación.

Ariño Villaroya, Antonio; Soler, Inés y Llopis, Ramón (2012). *Desigualdad, diversidad y universidad. Condiciones de vida y participación de los estudiantes universitarios en España*. Madrid: Ministerio de Educación.

Ariño Villaroya, Antonio y Barañano Cid, Margarita (2014). «Presentación». *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación (RASE)*, 7(1), pp. 7-16.

Ariño Villaroya, Antonio y Alegre-Sánchez, María Á. (2023). Dimensión social y equidad en la transición de los estudios de máster. En: Torrado Fonseca, Mercedes y Figuera Gazo, Pilar (eds.). *Transiciones y trayectorias en la universidad. El caso de los estudiantes de Máster* (pp. 13-38). Valencia: Laertes.

Barañano Cid, Margarita (2012a). «Universidad y sociedad». *Actas de las Jornadas sobre responsabilidad social de las universidades*.

Barañano Cid, Margarita (2012b). *La responsabilidad social como misión en las universidades españolas y su contribución al desarrollo sostenible. Diagnóstico y buenas prácticas*. Madrid: Ministerio de Educación.

Barañano Cid, Margarita (2024) [1993]. «Thorstein Veblen un alegato en favor de la ciencia». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 61, pp. 201-212. Disponible en: https://reis.cis.es/index.php/reis/article/view/2006, acceso 28 de julio de 2025.

Barañano Cid, Margarita; Finkel, Lucila y Rodríguez, Elena (2011). Procedencia Sociofamiliar. En: Llopis, Ramón y Ariño, Antonio (dirs.). *¿Universidad sin clases? Condiciones de vida de los estudiantes universitarios en España (Eurostudent IV)* (pp. 88-116). Madrid: Ministerio de Educación.

Barañano Cid, Margarita; Ariño Villaroya, Antonio; Soler, Inés y Daza, Lidia (2014). «La Universidad ante los retos del siglo XXI, número monográfico». *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación, RASE*, 7(1).

Barañano Cid, Margarita y Finkel, Lucila (2014). «Transmisión intergeneracional y composición social de la población estudiantil universitaria española: Cambios y continuidades». *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación, RASE*, 7(1), pp. 42-60.

Barañano Cid, Margarita; Maira Vidal, Mar y D´Antonio Maceiras, Sergio (2014). La responsabilidad social universitaria (RSU): Situación, oportunidades y desafíos. El caso de las universidades españolas. En: Cairo, Heriberto y Finkel, Lucila (eds.). *Actas del XI Congreso Español de Sociología* (vol. 2, pp. 76-87). Madrid: UCM.

Barañano Cid, Margarita y Velázquez, Eduardo (2023). El discurso sobre la centralidad del empleo de las personas con discapacidad. En: Real Patronato sobre la Discapacidad, Ministerio de Trabajo y Economía Social, CERMI y Fundación ONCE. *Libro Blanco sobre empleo y discapacidad* (pp. 147-227). Madrid: Real Patronato sobre la Discapacidad.

Bell, Daniel (1973). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.

Brunner, José J.; Labraña, Julio R.; Ganga, Francisco y Rodríguez Ponce, Emilio (2019). «Teoría del capitalismo académico en los estudios de educación superior». *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 21(1): e33, pp. 1-13. doi: 10.24320/redie.2019.21.e33.3181

Burawoy, Michael (2021). *Public Sociology*. Cambridge: Polity Press.

Bustelo, María (2023). «Resilience and Gender-Structural Change in Universities: How Bottom-Up Approaches Can Leverage Transformation When Top-Level Management Support Fails». *Sociologica*, 17(2), pp. 17-36. doi: 10.6092/issn.1971-8853/17787

Campanini Vilhena, Fernanda y Pizarro, Jon (2021). «Promotig gendered structural change in leadership in higher education: The interaction between formal and informal rules». *Investigaciones Feministas*, 12(2).

Castaño, Cecilia y Vázquez-Cupeiro, Susana (2016). «Resistance and counter-resistance to gender equality policies in Spanish Universities». *Papers. Revista de Sociología*, 108(2), pp. 1-25.

Castaño, Cecilia; Vázquez-Cupeiro, Susana y Martínez-Cantos, José L. (2019). «Gendered management in Spanish universities: functional segregation among vice-rectors». *Gender and Education*, 3(8), pp. 966-998.

Castel, Robert (2010). *El ascenso de las incertidumbres: trabajo, protecciones, estatuto del individuo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Castells, Manuel (1997). *La Era de la Información. Sociedad, economía, cultura*. (Vol. I). Madrid: Alianza.

Castells, Manuel (2024). *La sociedad digital*. Madrid: Alianza Editorial.

Conferencia de Consejos Sociales de la Comunidad de Madrid (2014). *El impacto económico y social de las universidades públicas madrileñas en la región. Análisis en el corto plazo*. Comunidad de Madrid.

Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior (2001). «Hacia el Espacio Europeo de Educación Superior». *Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior de Praga*. Disponible en: https://bit.ly/3h-MWurJ, acceso 30 de julio de 2025.

Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior (2003). «Realizando el Espacio Europeo de Educación Superior». *Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior de Berlín*.

Conferencia de Ministros Europeos responsables de Educación Superior (2005). «El Espacio Europeo de Educación Superior. Alcanzando metas». *Conferencia de Ministros Europeos responsables de Educación Superior de Bergen*.

Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior (2007). «Hacia el Espacio Europeo de Educación Superior: respondiendo a los retos de un mundo globalizado». *Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior de Londres*. Disponible en: https://bit.ly/3AaHaMn, acceso 29 de julio de 2025.

Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior (2024). *Conferencia de Ministros Europeos Responsables de Educación Superior celebrada en Tirana*.

Constante-Amores, Israel A.; Florenciano Martínez, Eva; Navarro Asencio, Enrique y Fernández Mellizo-Soto, María (2021). «Factores asociados al abandono universitario». *Educación XX1*, 24(1), pp. 17-44. doi: 10.5944/educXX1.26889

CRUE (2022). *La universidad española en cifras*. Madrid: Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas.

CRUE - IVIE (2019). *La contribución socioeconómica del Sistema Universitario Español*. Madrid: Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas.

Daza, Lidia y Elías, Marina (2015). *Los estudiantes de la universidad actual: quiénes son, cómo son y qué estudian*. Octaedro - Universitat de Barcelona. Institut de Ciencies de l'Educacio. Disponible en: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/143986/1/DAZA-ELIAS_Los-estudiantes-de-la-universidad-actual_p.pdf, acceso 4 de agosto de 2025.

Díaz-Santiago, María J. (2013). «Experiencia no académica: El profesorado asociado como actor doblemente precarizado». *Sociología del Trabajo*, 78, pp. 51-71.

Díaz-Santiago, María J. (2016). «El proceso de producción científica en condiciones de precarización. Una revisión etnográfica desde la sociología del trabajo». *Sociología del Trabajo*, 88, pp. 27-46.

Dubet, Francoise (1994). «Dimensions et figures de l'expérience étudiante dans l'université de masse». *Revue Francaise de Sociologie*, XXXV, pp. 511-532.

European Students' Union (2012). *Bologna with Student Eyes 2012*. Disponible en: https://esu-online.org/publications/bologna-with-student-eyes-2012/, acceso 30 de julio de 2025.

European Students' Union (2020). *Bologna with Student Eyes 2012*. Disponible en: https://www.esu-*online*.org/wp-content/uploads/2016/07/BWSE2012-online1.pdf, acceso 31 de julio de 2025.

European Students' Union (ESU) (2020). *Bologna with Student Eyes 2020*. ESU. Disponible en: https://bit.ly/3D3exlq, acceso 4 de agosto de 2025.

European University Association (2020). *Public Funding Observatory*. Disponible en: https://efficiency.eua.eu/public-funding-observatory, acceso 1 de agosto de 2025.

Eurostat / Eurostudent.eu (2009). *The Bologna Process in Higher Education in Europe. Key Indicators on the Social Dimension in Mobility*. Disponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu, acceso 6 de agosto de 2025.

Eurostudent (2021). *What determines student's social integration in Higher Education?* Thematic review.

Evans, Linda (2018). Re-shaping the EHEA After the Demise of Neoliberalism: A UK-informed Perspective. En: Curaj, Adrian; Deca, Ligia y Pricopie, Remus (eds.). *European Higher Education Area: The Impact of Past and Future Policies* (pp. 23-43). doi: 10.1007/978-3-319-77407-7_3

Fecyt (2024). *Encuesta de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología*. Madrid: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

Fernández Buey, Francisco (2009). *Por una universidad democrática*. Barcelona: El Viejo Topo.

Fernández Mellizo-Soto, María (2022). *Análisis del abandono de los estudiantes de grado en las universidades presenciales en España*. Ministerio de Universidades.

Finkel, Lucila y Barañano Cid, Margarita (2014a). Régimen de dedicación al estudio. En: Ariño, Antonio; Llopis, Ramón y Soler, Inés (dirs.). *Desigualdad, y Universidad: La Encuesta de Condiciones de Vida y de Participación de los Estudiantes Universitarios en España (Ecovipeu 2012)* (pp. 159-199). Campus Vivendi (Observatorio de la Vida y Participación de los Estudiantes) y Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Universitat de València.

Finkel, Lucila y Barañano Cid, Margarita (2014b). «La dedicación al estudio y al trabajo de los estudiantes universitarios en España». *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación, RASE*, 7(1), pp. 82-103.

Finkel, Lucila; Parra Contreras, Pilar y Carbonell Asins, Juan (2024). «¿Estudias y trabajas? Perfiles del estudiantado universitario y estrategias para la compatibilización». *Revista Española de Sociología,* 33(2): a224, pp. 1-23.

Giddens, Anthony (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.

Kocsis, Zsófia y Pusztai, Gabriella (2021). «Learning or Earning: Impact of Student Employment on Student Careers in the Eastern Region of the European Higher Education Area». *The New Educational Review,* 65(3), pp. 149-161. doi: 10.15804/tner.21.65.3.12

Kuric Kardelis, Stribor; Díaz Santiago, María J.; López Calle, Pablo y Pastor Bustamante, Irene (2020). «Precariedad laboral universitaria con perspectiva de género a través de la IAP. El teatro INTERSOC como herramienta "participativa" de análisis en el aula». *Tendencias Sociales*. *Revista de Sociología*, 6, pp. 89-110. doi: 10.5944/ts.6.2020.29159

Lamo de Espinosa, Emilio (1996). *Sociedades de cultura, sociedades de ciencia*. Madrid: Ediciones Nobel.

Massó, Matilde; Golías, Montserrat y Nogueira, Julia (2021). *Brecha Salarial de Género en las Universidades Públicas Españolas*. Ministerio de Universidades, CRUE y Aneca.

Matei, Liviu (2018). Governance and Funding of Universities in the European Higher Education Area: Times of Rupture. En: Curaj, Adrian; Deca, Ligia y Pricopie, Remus (eds.). *European Higher Education Area: The Impact of Past and Future Policies* (pp. 23-43). doi: 10.1007/978-3-319-77407-7

Merle, Pierre (2009). *La démocratisation de l´enseigment*. Paris: La Décovuerte.

Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2024). *El perfil socioeconómico del estudiantado universitario en España*. Madrid.

Ramos, Ramón y García Selgas, Fernando (2021). *Incertidumbres en las sociedades contemporáneas*. Madrid: CIS.

Richta, Radovan (1972). *La civilización en la encrucijada*. Madrid: Artiach Editorial.

Rupnik, Jacques (2017). «The iliberal democracy in Central Europe». *Esprit*, 6, pp. 69-85.

Sacristán, Manuel (1966). «Manifiesto por una universidad democrática». *Realidad*, junio, 10.

Sacristán, Vera (2023). *Precios públicos de matrícula: ¿ya está?*. Observatorio del Sistema Universitario.

Salmi, Jamil (2018). Social Dimension Within a Quality Oriented Higher Education System. En: Curaj, Adrian; Deca, Ligia y Pricopie, Remus (eds.). *European Higher Education Area: The Impact of Past and Future Policies* (pp. 23-43). doi: 10.1007/978-3-319-77407-7

Secretaría General de Universidades (2011). *La responsabilidad social universitaria y el desarrollo sostenible*. Madrid: Ministerio de Educación.

Silió, Elisa (2024). «Las universidades privadas copan el 63 % de las plazas ofertadas de máster con el impulso de los gobiernos autonómicos». *El País*, 6 de agosto.

Silió, Elisa (2025). «Radiografía de la inversión anual de las autonomías en sus universitarios: de los 5.467 euros en Madrid a los 10216 en Asturias». *El País*, 5 de mayo.

Soler, Inés (2013). *Los estudiantes universitarios. Perfiles y modalidades de vinculación con el estudio en la universidad española*. Universidad de Valencia. [Tesis doctoral].

Tejerina, Benjamín; Cavia Pardo, Beatriz; Fortino, Sabine y Calderón, José Á. (2013). *Crisis y precariedad vital*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Tildesley, Rebecca y Bustelo, María (2024). «Tensions, Challenges, and Opportunities: Internal Networks Supporting Gender Equality Policy Processes and Structural Change in Universities». *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*: jxae019. doi: 10.1093/sp/jxae019

Tooze, Adam (2022). «Definir la policrisis: De la imagen a la matrix de la crisis». *Sin Permiso*, 26, junio.

Touraine, Alain (1969). *La Sociedad postindustrial*. Barcelona: Ariel.

Touraine, Alain (1980). «Decadencia o transformación de las universidades?». *Perspectivas: Revista Trimestral de educación comparada*, 2, pp. 209-215.

Trow, Martin (1973). *Problems in the Transition from Élite to Mass Higher Education*. Berkeley, California: Carnegie Commission on Higher Education.

Trow, Martin (2006). Reflections on the Transition from Élite to Mass to Universal Access: Forms and Phases of Higher Education in Modern Societies since WWII. En: Altbach, Philip y Forest, James J. (eds.). *International Handbook of Higher Education* (pp. 243-280). Dordrecht: Springer International.

Vázquez-Cupeiro, Susana y Elston, Mary A. (2006). «Gender and academic career trajectories in Spain: From gendered passion to consecration in a Sistema Endogámico?». *Employee Relations,* 28(6), pp. 588-603.

Veblen, Thorstein B. (1918). *The Higher Learning in America*. New York: Huebsch.

Veblen, Thorstein B. (1993) [1919]. «El lugar de la ciencia en la civilización moderna». *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, 61, pp. 213-232. Disponible en: https://reis.cis.es/index.php/reis/article/view/2007, acceso 4 de agosto de 2025.

Via Universitària (2025). *Radiografia de l'estudiantat universitari:què ha canviat i què es manté? Accés, condicions d'aprenentatge, expectatives i retorns dels estudis universitaris30*. Xarxa Vives d'Universitats y Aqu Catalunya.

Williams, Jeffrey J. (2012). «Deconstructing Academe: The birth of critical university studies». *The Chronicle of Higher Education*. Disponible en: https://www.chronicle.com/article/deconstructing-academe/, acceso 29 de julio de 2025.

Autores/as

Antonio Alaminos (Granada, 1960). Catedrático de Sociología, Matemática y Ciencia Social Computacional de la Universidad de Alicante. Es Director del Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, Investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz e Investigador del Instituto Interuniversitario de Economía Internacional. Ha sido Director de Investigación en el Centro de Investigaciones Sociológicas (entre el 11/07/2018 y el 28/02/2019). Actualmente es Asesor/Vocal en la Unidad de Apoyo de la Presidencia del CIS.

Antonio Francisco Alaminos-Fernández (Madrid, 1991). Investigador científico en el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Doctor *cum laude* con mención internacional y premio extraordinario en el programa de Paz, Conflictos y Desarrollo (Universitat Jaume I); Doctor *cum laude* con mención internacional y premio extraordinario en el programa de Empresa, Economía y Sociedad (Universidad de Alicante). Máster en Communication for Development (Malmö University, Suecia). Máster Internacional en Paz, Conflictos y Desarrollo (Universitat Jaume I). Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Alicante) y *Bachelor* en Circumpolar Studies (Nordland University). Especialista en Ciencia Social Computacional y sus aplicaciones a la investigación social empírica. Una de sus áreas de actividad indaga en los efectos performativos de la música popular sobre las emociones, las relaciones sociales, la comunicación política y la vida cotidiana, así como en su funcionamiento en cuanto que poder blando cultural.

Francisco Javier Alarcón González (Girona, 1978). Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Granada. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Granada. Licenciado en Ciencia Política y Sociología (esp. Ciencias Políticas) y Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, ambas por la Universidad de Granada. Diplomado en Estudios Europeos por el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Libre de Bruselas (ULB) y Diploma de Estudios Avanzados en Ciencia Política por el Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Granada. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad de Padova, en Sciences Po (París), Trinity College Dublin y University College Cork.

Rafael Ansón Oliart (Guipúzcoa, 1935). Doctor en Derecho, Doctor *honoris causa* por la Universidad Alfonso X El Sabio y Graduado por la École Nationale d'Administration (ENA) de Francia. Técnico de Información y Turismo del Estado. Contribuyó a la creación del Instituto de Opinión Pública (IOP), antecedente del actual CIS, del que fue su primer Presidente. Director general de RTVE durante la Transición, Asesor de Comunicación de Adolfo Suárez y participó en las campañas electorales e institucionales, así como en la creación de entidades como DIRCOM, la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión y el Centro Español de Relaciones Públicas. En los años

ochenta fundó, junto con Julián Marías y otros profesionales, la Fundación de Estudios Sociológicos (FUNDES), así como la revista *Cuenta y Razón*.

Antonio Ariño Villarroya (Teruel, 1953). Catedrático Emérito de Sociología en el Departamento de Sociología y Antropología Social de la Universitat de València. Su investigación se ha centrado en el ámbito de la Sociología de la Cultura, las Políticas de Bienestar y la Teoría Sociológica. Recibió el Premio Nacional de Investigación por *La ciudad ritual* (Anthropos). En la actualidad, investiga sobre desigualdades y universidad, en un proyecto de larga duración auspiciado por la Xarxa Vives de Universitats (*Via Universitària*), y sobre Sociología de Catástrofes, en el proyecto «Antropología de catástrofes: crisis sociosistémica, resiliencias, emergencia climática y sostenibilidad. Estudio de caso sobre la dana en Valencia» (PID2024-155978OB-I00).

Margarita Barañano Cid (Madrid, 1956). Doctora con premio extraordinario por la UCM, en la que ha sido Vicerrectora de Estudiantes y Directora de TRANSOC y del Departamento de Sociología Aplicada. Autora de *Barrios vulnerables. Repensando el bienestar, los cuidados y la vulnerabilidad desde el territorio*, editado en 2023 en La Catarata con Jose Santiago y Marta Domínguez. Es Profesora Titular y Directora de GRESCO, así como de los proyectos VIARVU, «Vivienda, arraigos y vulnerabilidad en las ciudades españolas», Convocatoria 2022 de Generación del Conocimiento, y VIVULBIE, «Vivienda, vulnerabilidad, bienestar y cuidados de las personas mayores y adultas jóvenes. El caso de Madrid desde una perspectiva comparada».

Astrid Barrio (Barcelona, 1974). Profesora Titular de Ciencia Política en la Universitat de València y especialista en partidos políticos, populismo y nacionalismo. Su investigación se ha centrado en el análisis del sistema político español y catalán, con especial atención al comportamiento de los partidos y a las dinámicas identitarias. Ha publicado en revistas como *South European Society and Politics*, *Nations and Nationalism*, *Politics and Governance*, *Pôle Sud*, *Revista Española de Ciencia Política* o *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, entre otras. Además, es colaboradora habitual en diversos medios de comunicación y forma parte del Comité Editorial de *El Periódico*.

Eduardo Bericat (Zaragoza, 1958). Sociólogo e Investigador Social. Desarrolla su labor abordando preguntas sobre fenómenos sociológicos emergentes con perspectivas teóricas y metodologías adaptadas a cada cuestión. Ha impulsado la integración de métodos cuantitativos y cualitativos, el análisis de contenido emocional, el desarrollo de indicadores sociales compuestos, la Sociología Visual o el análisis de las experiencias de vida. Ha realizado aportaciones sobre desarrollo socioeconómico, condiciones de trabajo, valores y creencias, calidad societal, movilidad espacial, cultura, emociones, cambios sociales, posmodernidad, igualdad de género, felicidad, subjetividad e individuación social. Sus dos últimas publicaciones versan sobre la sociedad digital (REIS, 2025) y sobre la trasformación del vínculo persona-perro en la sociedad contemporánea (RES, 2025).

Javier Callejo (Madrid, 1960). Catedrático de Sociología en la UNED (Madrid). Fuera de la UNED, miembro de los equipos docentes de distintos cursos desarrollados en el marco universitario, empezando por el Curso de Praxis Sociológica del Consumo, en sus veintidós ediciones. Cuenta con más de cien publicaciones en revistas científicas. Sus investigaciones más recientes se han desarrollado en la Sociología del Tiempo, de la Cultura del Riesgo y la Incertidumbre, campo en el que se ubica la última investigación relevante terminada: Incertidumbre y Cambio Climático. Actualmente preside el Comité de Investigación de Sociología del Tiempo de la Federación Española de Sociología.

Mercedes Camarero (Vitoria-Gasteiz, 1966). Doctora en Sociología y Profesora Titular de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Ha dirigido y participado en una veintena de investigaciones sobre valores sociales, familia y vínculos sociales, juventud y desigualdad de género. Entre las publicaciones que versan sobre valores sociales, cultura familiar y relacional destacarían *Interacción Social y desarrollo moral. El género y las formas de adhesión a los valores* (UMA, 2000), *El conflicto cultural entre modelos de relaciones familiares* (CIS, 2003) o *Marriage in Europe: Ideal types of marriage in the first decade of the twenty-first century* (European Societies, 2014).

Carlos de Cueto Nogueras (Granada, 1966). Profesor Titular en Ciencia Política y de la Administración en la Universidad de Granada. Ha sido Director/Coordinador del programa de Doctorado Sociedad y Seguridad, Análisis y Estudios en Seguridad; del Máster oficial universitario en Cooperación al Desarrollo, Gestión Pública y de las ONGD; del Máster Interuniversitario en *Marketing* Político; del Máster en *Public Governance in the Arab World*, y Codirector del Experto Universitario en Violencia Política y Terrorismo. Ha sido Profesor Visitante en el Institut d´Etudes Politiques de Burdeos (Francia), en la Universidad de Montpellier I (Francia), en la Universidad de Ritsumeikan (Japón) y en la Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái (China), donde ha venido desempeñando actividades docentes a nivel de grado y posgrado en los últimos diez años.

Manuel Fernández Enguita (Zaragoza, 1951). Catedrático Emérito de la Universidad Complutense. Profesor en esta desde 1976, con un intermedio como Catedrático en la Universidad de Salamanca (1994-2010). En la UCM, coordinó el Doctorado en Educación, diseñó la hiperaula.ucm y dirigió el Máster Avanzado en Innovación y Transformación Educativa UCM-ILE-OEI (MAITE). En USAL, dirigió el Doctorado y el Departamento de Sociología, el Grupo de Excelencia GAS (2006-10) y el Centro Cultural Hispano Japonés (2007-2010). Director General del INAP (2020-2021). Miembro del Consejo Asesor de la OEI, ha actuado como experto para la UE-JRC. Entre sus últimos libros: *Más escuela y menos aula: La innovación en la perspectiva de en un cambio de época* (2019) y *La Quinta Ola: la transformación digital del aprendizaje, de la educación y de la escuela* (2023). Su última publicación es *This is it: AI will change university for good*.

Lucila Finkel Morgenstern (Buenos Aires, Argentina, 1967). Profesora Titular en el Departamento de Sociología, Metodología y Teoría de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. *Master of Arts* en Sociología (Universidad de California, Los Angeles, UCLA) y Doctora en Sociología (UCM). Sus principales áreas de investigación se encuadran en la Sociología del Trabajo y de las Profesiones y en la Sociología de la Educación Superior (abordando las condiciones de vida y trabajo de los estudiantes, las prácticas externas y la formación dual, así como la formación permanente universitaria). En la actualidad es Vicepresidenta del Consejo Académico de la Federación Española de Sociología.

José Manuel García Moreno (Granada, 1977). Profesor Titular de Sociología en la Universidad de Málaga. Doctor en Sociología por la Universidad de Granada y Primer Premio Nacional de Terminación de Estudios en Sociología 2001 (Ministerio de Educación). Coordinador y Profesor del Máster en Sociología Aplicada de la Universidad de Málaga. Fue Profesor del Posgrado en Formación de Especialistas en Investigación Social Aplicada y Análisis de Datos (Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS). Investigador del Centro de Investigación Social Aplicada (CISA) y del Grupo de Investigación «Redes Sociales y Estructura Social» de la Universidad de Málaga.

Javier Gil-Gimeno (Navarra, 1982). Profesor Titular del Departamento de Sociología y Trabajo Social de la Universidad Pública de Navarra. Doctor en Sociología. Sus líneas principales de investigación son la Sociología de la Religión, la Sociología de la Cultura y la Teoría Sociológica. Autor de más de cincuenta publicaciones, entre ellas destacan artículos en revistas como *Current Sociology*, *Frontiers in Sociology, Religions*, *European Journal of Science and Theology*, *Revista Española de Sociología* (RES) –indexadas en JCR o Scopus– o capítulos de libro en editoriales como el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Los libros de la Catarata o Anthropos, indexadas todas ellas en Q1 SPI.

Aina D. López Yáñez (Alicante, 1968). Es desde 2007 Profesora del área de Sociología en la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid (1992) y Doctora en Sociología por la Universidad de Alicante (2001). Ha estado vinculada a la Universidad de Alicante (1992-2003), a la Universidad París V (René Descartes) (2004-2006) y a la Universidad de Murcia (2007). Sus áreas preferentes de trabajo son la teoría sociológica, el pensamiento ilustrado, el cambio social, la Sociología de la cultura, la Sociología Urbana y la opinión pública/comunicación política.

Emilio Martín Martínez Gutiérrez (Cuenca, 1965). Profesor Titular de Sociología. Su trabajo académico ha versado sobre la teoría e historia de la Sociología Urbana y los estudios culturales. Cuenta con numerosas publicaciones y traducciones de autores clásicos. Fue Investigador en el Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien de la Universidad de Paris V, vinculado al Groupe de Recherche sur l'Espace et la Société, y en el Centre Max Weber ENS-Lyon (2015) y *Visiting Scholar* en el Innovation Managemet end Sustainable Innovation de la Universitá eCampus en Como/Roma.

M.ª Violante Martínez Quintana (Logroño, 1955). Profesora Titular de Sociología de la UNED. Tiene dos sexenios de investigación y un total de ciento veintisiete publicaciones. Ha sido IP de un proyecto de investigación y ha participado en dicisiete proyectos, dirigido cuatro tesis doctorales y tres en curso. Profesora Visitante en la Universidad de Stanford y en la Escuela de Altos Estudios en París. Consejera técnica en el CIS desde 2020 con tres proyectos de estudio y análisis macrosociológico de encuestas 2000-2024. Sus principales líneas de investigación son el turismo y ocio, los problemas sociales, los conflictos laborales y el teletrabajo.

Ana Muñoz van den Eynde (Madrid, 1970). Licenciada en Psicología –especializada en Metodología– por la Universidad Autónoma de Madrid, Doctora en Filosofía por la Universidad de Oviedo y Máster de Estadística Aplicada con R *Software* por la Universidad Antonio de Nebrija. Es Científica Titular de organismos públicos de Investigación y Responsable de la Unidad de Investigación en Ciencia, Tecnología y Sociedad del CIEMAT. Tiene numerosas publicaciones sobre salud pública, cultura científica, conciencia ambiental y percepción social de la Ciencia. En la actualidad, su investigación se centra en desarrollo de instrumentos de medida y análisis de la imagen social de la Ciencia.

Rafael Pardo Avellaneda. Licenciado y Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense, en ambos casos con premio extraordinario (1976 y 1985). Profesor Titular de Sociología en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología en la Universidad Complutense (1987-1991). Becario Fulbright-MEC en el MIT (1987-1989). Profesor Titular de Sociología, UNED (1991-1993); Catedrático de Sociología, Universidad Pública de Navarra (1993-1996); *Visiting Scholar* (1996) y *Visiting Professor* (1998) en la Universidad de Stanford, e Investigador A1 en el Instituto de Economía, Geografía y Demografía

del CSIC (1996-2000). Miembro del Comité Científico Asesor del CSIC (2010-2022) y de la Junta Consultiva de la Universidad Autónoma de Madrid (2009-presente). Fue miembro del Consejo de Redacción de la revista *ARBOR* (CSIC) y del Consejo de la RIS. Miembro del Consejo Editorial del *Journal of Science Communication* (2010-presente) y del Consejo Editorial y del Consejo Consultivo de la REIS (2023-presente). Socio de Honor de la Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular (SEBBM, 2022) y Miembro Distinguido de la Real Sociedad Española de Física (2024-presente). Premio Nacional de Sociología y Ciencia Política (CIS, 2022). Director de la Fundación BBVA (2001-presente). Coautor de tres libros internacionales (1997, 2003, 2009) y más de cincuenta artículos y capítulos en revistas y obras internacionales.

Mercedes Pardo-Buendía (Cuenca, 1952). Catedrática Emérita de Sociología de la Universidad Carlos III de Madrid. Su especialidad es la Sociología Ecológica. Ha sido Investigadora asociada a la Universidad de California, Berkeley; Presidenta del Comité Español de Investigación en Cambio Ambiental Global, nombrada por el Ministerio de Educación y Ciencia; Presidenta para España de la European Alliance for Global Change Research Committees; Secretaria Académica del Comité Español del International Human Dimensions Programme de las Naciones Unidas; Vicepresidenta del Research Committee 24 Environment and Society de la Asociación Internacional de Sociología, y Miembro del Consejo Editorial de la revista *Environmental Sociology*, entre otras.

Félix Requena Santos (Málaga, 1961). Catedrático de Sociología en la Universidad de Málaga (1996-), previamente lo fue en la Universidad de Santiago de Compostela. Doctor en Sociología (1989) y Licenciado en Ciencias Políticas (1984) por la UCM. Ha sido el vigésimo Presidente del CIS (2012-2016). Coordinador de Ciencias Sociales en la ANEP (2007-2010). Fue Subdirector General de Estadísticas Sociales del Ministerio de Trabajo (1998-2002). Representante de España en el Comité de Indicadores Protección Social en la Comisión Europea (Bruselas, 2001-2002) y en el de la Medida del Capital Social en la OCDE (Londres, 2002). Su investigación se centra en el análisis de redes sociales y el capital social, así como en análisis comparados de la estructura social. Cuenta con seis sexenios y es autor de catorce libros, así como de más de medio centenar de publicaciones académicas en revistas de alto impacto. Actualmente es el Director del Centro de Investigación Social Aplicada (CISA) de la Universidad de Málaga.

José Manuel Robles (Cádiz, 1972). Acreditado a Catedrático de universidad en 2023. Doctor en Ciencias Políticas y Sociología. Ha sido Director del Departamento de Sociología Aplicada (UCM), Editor de la *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Director del Máster en «Aplicaciones de la Ciencia de datos para la Sociología, la Ciencia Política y la Antropología» (UCM), Corresponsable del Grupo de Investigación «Data Science and Soft Computing for Social Analytics and Decision Aid» y de la «3P's INTERNATIONAL NETWORK: POLARIZATION, POPULISM, POST-TRUTH». Es experto en comunicación y participación política digital, en ciencia de datos aplicada a las Ciencias Sociales y cuenta con más de cien publicaciones académicas en revistas y editoriales de máximo prestigio nacional e internacional.

Juan Rodríguez Teruel (Barcelona, 1974). Profesor Titular de Ciencia Política y de la Administración en la Universitat de València y Doctor Europeo por la Universitat Autònoma de Barcelona. Sus investigaciones se han centrado principalmente en el estudio de las élites gubernamentales, el activismo de partido y la evolución del sistema de partidos en España. Es autor de *Los ministros de la España democrática. Reclutamiento*

político y carrera ministerial de Suárez a Zapatero (1976-2010) (premio Juan Linz 2007 del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales), *Digital Parties* y *Southern Europe in The Covid-19 Pandemic. The First Phase*, entre otros. Actualmente dirige el Centre d'Estudis d'Opinió, de la Generalitat de Catalunya.

José Félix Tezanos (Santander, 1946). Presidente del CIS y Catedrático Emérito de Sociología de la UNED. Ha publicado ochenta y cuatro libros y más de dos centenares de monografías sobre Teoría Sociológica, Estratificación Social, Sociología Política y Tendencias Sociales. Entre sus libros, se encuentran *La sociedad dividida. Estructuras de clases y desigualdades en las sociedades tecnológicas* (Biblioteca Nueva, 2001), *El trabajo perdido. ¿Hacia una civilización postlaboral?* (Biblioteca Nueva, 2002), *La democracia incompleta. El futuro de la democracia postliberal* (Biblioteca Nueva, 2002), *La cuestión juvenil. ¿Una generación sin futuro?* (Biblioteca Nueva, 2017) y *Partidos políticos, democracia y cambio social* (Biblioteca Nueva, 2017). Es Director del mensual *Temas para el debate* y de la publicación académica *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*. Preside la Fundación Sistema, donde ha impulsado diferentes foros e investigaciones. Puso en marcha y fue el primer Decano de la Facultad de Sociología y Ciencias Políticas de la UNED, donde dirigió el Departamento de Sociología III (Tendencias Sociales) desde 1995 hasta 2016.

Cristóbal Torres Albero (Alicante, 1961). Catedrático de Universidad y Director del Departamento de Sociología de la Autónoma de Madrid (UAM). Su campo de trabajo académico es el análisis del conjunto de fenómenos sociales asociados al desarrollo de la sociedad digital. Ha publicado una docena de libros en las principales editoriales españolas en Ciencias Sociales, entre los que sobresalen obras de referencia para la comunidad académica como el *Diccionario de Sociología,* publicado por Alianza Editorial, o *España 2015. Situación social*, editado por el CIS, que recibió el premio al mejor libro de Ciencias Sociales en los Premios Nacionales de Edición Universitaria (UNE) de 2016. Cofundó la *Revista Española de Sociología* (RES) y fue Director de la misma durante sus primeros diez años (2001-2010). También ha sido Coeditor durante cinco años de la REIS (2012-2016), la principal revista española de Sociología y Ciencia Política que publica el CIS.

Gorka Urrutia Asua (Bilbao, 1973). Profesor del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto (UD) y Director del Instituto de Derechos Humanos Pedro Arrupe (UD). Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UPV/EHU y Doctor por la UD en el programa de Estudios Internacionales e Interculturales. Miembro del grupo de investigación consolidado como equipo de excelencia «Derechos Humanos: Retos Sociales y Culturales en un mundo en transformación», reconocido con la máxima categoría por el Gobierno Vasco desde el año 2007. Premio de Investigación Pluralismo y Convivencia (2016) por el trabajo «Minorías religiosas y derechos humanos. Reconocimiento social y gestión pública del pluralismo religioso en el País Vasco» (Akal, 2016). Desde 2016 hasta 2024, fue Presidente del Comité de Investigación de Sociología de la Religión de la Federación Española de Sociología y, actualmente, es Vocal de la Junta Directiva de la AVSP, Asociación Vasca de Sociología y Ciencias Política, y del *Board of Directors* de la red IMISCOE.

ESPAÑA 2025
Estructura y cambio social



En esta obra se analiza la estructura y la evolución de la sociedad española en el horizonte de finales del primer cuarto del siglo XXI. Se trata de un trabajo que está basado en una amplia información empírica y que ha sido fruto de la labor de 146 Catedráticos/as y Profesores/as de Sociología, Ciencia Política y Economía, en el que se aportan informaciones y análisis sobre múltiples tendencias sociales en varios aspectos de la sociedad española. Los cinco volúmenes de esta obra dan continuidad a la labor de investigación y de análisis realizada ininterrumpidamente por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) a lo largo de los últimos años. En los distintos volúmenes se abordan aspectos como las características demográficas de la población española, la familia y las relaciones interpersonales, las brechas de género, el papel de las mujeres, la juventud, la problemática de la vivienda, las migraciones, el mundo rural, la estructura económica, el empleo y el consumo, el paro, la estratificación social y la desigualdad, el poder, la política, las instituciones, los actores sociales, la vida cotidiana, las creencias, la cultura, las identidades o el papel de la ciencia, entre otros.

CIS
Centro de Investigaciones Sociológicas

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

9 788474 769630