

ESTAT ACTUAL I TRANSFORMACIONS DE LA DEMOCRÀCIA

Els joves: entre la desconnexió periodística i la desconnexió institucional

Rita Figueiras



Un jove passa per davant de la porta principal de la Universitat de Barcelona, bloquejada per un piquet estudiantil, el 20 d'abril de 2021. Fotografia: Jordi Borràs

A finals del 2023, Javier Milei va guanyar les eleccions presidencials a l'Argentina, cosa que va confirmar el que s'ha detectat en altres llocs: la incapacitat crònica dels sistemes democràtics per aportar solucions als problemes de la gent beneficia els candidats antisistema. Destaca que el seu extremisme va aconseguir captivar una part important dels votants més joves, que van albirar esperança en el seu discurs demolidor. Tanmateix, el que revela aquest suport de la joventut transcendeix les fronteres del país: no es poden ignorar les especificitats nacionals, però aquestes interactuen amb factors internacionals i canals de comunicació globals que apopen els joves argentins amb els d'altres països.

Es tracta d'una generació formada en el context de dos canvis que s'han produït en les societats contemporànies durant el procés de *desconsolidació* democràtica: una transformació en els sistemes polítics i un canvi en les infraestructures de comunicació. De fet, es tracta d'una generació que, d'una manera o altra, ha crescut en contextos de crisi crònica: econòmica, política, migratòria, climàtica, pandèmica, inflacionista, etc. No han conegut cap altra realitat i han assolit la majoria d'edat sense expectatives d'estabilitat professional o financera. Per tant, molts joves no creuen en el sistema polític *mainstream*:

el consideren antic, corrupte i incapaç de satisfer les seves necessitats, interessos i valors. Aquest sentiment d'exclusió n'ha portat molts joves cap a formes alternatives de participació, en què actuen amb la legitimitat de la frustració i imbuïts de la lògica de les xarxes socials.

En l'era digital, les generacions més joves estan en contacte permanent amb altres persones a través d'una relació mediada (que no només inclou les xarxes i mitjans socials) i estan exposades a una quantitat infinita de continguts produïts a tot el món. Inseparables dels seus *smartphones*, utilitzen les xarxes socials per socialitzar, entretenir-se, informar-se i polititzar-se. Aquesta centralitat de les xarxes socials en les seves vides les ha allunyat de la informació produïda pels mitjans de comunicació, en particular els mitjans periodístics; d'altra banda, en veure la política principalment a través del filtre de les xarxes digitals, se senten més properes a la mediació basada en filtres algorítmics. [1]

A les persones joves els agrada la política antielitista, antipartits i antiinstitucional. Donen suport a candidats provocadors, políticament incorrectes, divertits i jovials

Aquestes dinàmiques tenen implicacions sobre el que els joves busquen en la política: se senten atrets pel que sembla autèntic, nou i diferent de l'institucional —diferent del que prové d'institucions que no valoren. Els agrada la política antielitista, antipartits i antiinstitucional. Donen suport a candidats provocadors, políticament incorrectes, divertits i jovials (independentment de l'edat). Javier Milei és, per tant, la versió extrema sud-americana d'una política anti establishment que s'expandeix per tot el món, i que les dinàmiques d'informació i politització dels joves a través de les xarxes socials estan contribuint a impulsar.

Prenent com a punt de partida la interacció entre les transformacions en les infraestructures de comunicació i la cultura política de la democràcia, en aquest article reflexionem sobre aquests canvis i com configuren els valors, les actituds i les pràctiques dels joves, mentre sotmeten la democràcia contemporània a una pressió encara més gran.

Els joves i la informació

Amb l'aparició de les democràcies de masses a començaments del segle XX, estar informat es va convertir en una dimensió fonamental de la ciutadania. Durant molt temps, aquesta percepció es va associar al periodisme, considerat com el contingut mediàtic més important per complir amb aquest deure cívic. Tanmateix, amb el nou mil·lenni, ens adonem que gran part dels joves que van créixer amb les xarxes socials, i encara que estiguin permanentment connectats, han desenvolupat una relació més superficial i menys significativa amb els assumptes públics que les generacions anteriors. [2] De fet, la generació més jove no ha interioritzat la idea del consum d'informació com un compromís cívic. No s'interessen per

temes importants per a la societat en el seu conjunt que no els afecten directament. Reserven l'atenció per al que pot tenir un efecte concret en la seva vida quotidiana: per a aquesta generació, la rellevància dels temes s'ha tornat més personal que pública, cosa que dona lloc a definicions més individualitzades del que és notícia.

Per connectar el seu món particular amb el món en general, els joves busquen i necessiten notícies, però no consideren que la informació generada pel periodisme sigui la millor manera d'obtenir-les. De fet, prefereixen accedir-hi a través de canals secundaris, com les xarxes socials, [3] entre d'altres, perquè la majoria dels seus interessos se situen a la perifèria de l'agenda informativa. A banda del fet que els temes i enfocaments dels mitjans no solen coincidir amb el que els resulta útil, interessant o entretingut saber, tenen la idea generalitzada que els mitjans no són transparents i estan esbiaixats. Molts joves consideren que els mitjans de comunicació formen part d'un sistema nociu més ampli (que inclou els partits i els polítics) i els perceben com a mancats de credibilitat, inadequats o antiquats. Per això intenten superar aquests "vicis" a través d'internet, que veuen com una font d'informació alternativa, plural i diversa.

Molts joves consideren que els mitjans de comunicació formen part d'un sistema nociu més ampli, que inclou els partits i els polítics, i els perceben com a mancats de credibilitat

Permanentment connectats, transiten per una gran varietat d'espais digitals i disposen d'un ampli repertori d'informació proporcionada majoritàriament per *influencers*, famosos, amics i familiars. [4] [5] [6] [7] A diferència de les generacions anteriors, que tendeixen a consumir diferents continguts per separat (informació, entreteniment, esport, etc.), els joves els consumeixen de forma interconnectada: al mateix temps que veuen un vídeo divertit a TikTok i reben una notificació d'un *reel*, llegeixen alguna cosa sobre l'últim esdeveniment polític i fan like a una foto d'un company de classe.

Entendre el consum d'informació dels joves és, per tant, una tasca complexa, ja que es tracta de comportaments calidoscòpics. [8] Tanmateix, podem dir que el dipòsit de notícies de les generacions més joves s'assembla a un mosaic de continguts fragmentat i personalitzat, en què uns tercers publiquen, els algoritmes recomanen i els amics comparteixen. Com en una màquina escurabutxaques, aquest "atzar" caracteritza part del seu consum de notícies, en particular sobre política.

Interès per la informació política: desconexió periodística

Encara que alguns joves busquen de manera activa informació periodística per estar al dia de la política, la majoria la troba accidentalment enmig del flux incessant de continguts de les seves xarxes favorites: YouTube, Instagram, Snapchat i, més recentment, TikTok. Tanmateix, quan topen amb missatges polítics, prefereixen les opinions d'*influencers* o

amics a les polèmiques generades per la informació. Això significa que la major part del que consumeixen està vehiculat per opinions alienes sense verificació ni autoritat, la qual cosa augmenta la probabilitat que sigui de mala qualitat o font de desinformació. Això alimenta debats polaritzats i intransigents en les famoses “bombolles digitals”, impulsades per l’animadversió, que fomenten una retòrica fragmentada i produeixen cambres d’eco.

D’altra banda, els continguts preferits per la joventut, a més de mancar de mediació periodística, barregen la política amb l’entreteniment. Una cosa que comparteixen els joves és l’interès pels enfocaments polítics accessibles, despreocupats, divertits i satírics de youtubers, *influencers* de TikTok i mems de WhatsApp. Els encanten aquests continguts humorístics, polèmics i irreverents. D’altra banda, reconeixen la seva falta d’interès pels temes “seriosos” de la societat i del món, i la seva escassa motivació per seguir-los. [9] [10] [11] [12] També reconeixen que saben poc del fons de les qüestions, i són conscients del seu desconeixement de l’activitat política i dels partits, així com del funcionament de l’estat. D’aquesta manera es produeix un efecte de reforç: d’entrada, hi ha poc interès per la política dura i els enfocaments en profunditat, i a això s’hi suma que aquests temes tampoc no són compatibles amb els patrons col·loquials i lúdics de les seves xarxes socials favorites, i no solen aparèixer als seus *feeds*.



Un jove patina amb el seu skate a la plaça dels Àngels a Barcelona, Catalunya, el 30 de maig de 2016. Fotografia: Jordi Borràs

Tanmateix, això no significa que els joves estiguin totalment, o sempre, desconnectats del que passa al món: s’interessen per l’actualitat quan esclata una crisi important (com les de la COVID-19 o la guerra a Ucraïna) o es produeixen punts d’inflexió en un conflicte de

llarga durada (com l'atac de Hamàs en el conflicte entre Israel i Palestina). En aquestes fases, utilitzen intensament les xarxes socials per buscar i compartir informació, mentre els seus *feeds* es nodreixen d'una multitud de fragments de continguts procedents de múltiples fonts.

Davant de l'allau d'informacions, els joves prefereixen modalitats alternatives i més horitzontals: donen més importància a *influencers*, canals de YouTube, pòdcasts, comptes d'activistes, mems i amics que als mitjans de comunicació. Aquest enfocament els allunya de la mediació institucional i periodística a què abans al·ludíem: no n'hi ha prou que aquest tipus de contingut estigui disponible en el flux digital dels joves, ja que prefereixen el que encaixa amb la seva estructura de rellevància. [13] Per a molts, el discurs institucional és massa tècnic, distant i difícil d'entendre, mentre que la informalitat, la proximitat i l'emotivitat dels seus continguts preferits els resulten més atractius, accessibles i captivadors. Els relats personals també els consideren més autèntics, genuïns i verços i, per tant, més dignes de confiança.

Els joves donen més importància als influencers, canals de YouTube, pòdcasts, comptes d'activistes i mems que als mitjans de comunicació

Si bé és cert que els joves senten cada cop menys interès per les notícies convencionals, això no significa necessàriament que estiguin allunyats de la realitat: necessitem ampliar la nostra comprensió de la informació per entendre la seva implicació amb el món que els envolta. Per a molts, aquesta connexió és poc convencional i extrainstitucional, i això es reflecteix tant en el seu consum de notícies com en la seva relació amb la política.

Els joves i la política

El 2020, el Centre for the Future of Democracy de la Universitat de Cambridge va publicar un informe en què analitzava les dades procedents d'unes enquestes realitzades a 154 països entre el 1973 i el 2020. [14] L'estudi conclou que les generacions més joves estan cada vegada més insatisfetes amb la democràcia. La insatisfacció creix entre les generacions en termes absoluts, però també en termes relatius amb relació a com se sentien els grups de més edat en aquelles mateixes etapes de la vida. La bretxa intergeneracional és especialment patent als països anglosaxons —sobretot als Estats Units i el Regne Unit—, a Europa i a l'Amèrica Llatina.

Aquesta insatisfacció l'alimenten les desigualtats d'ingressos i el deteriorament de les condicions econòmiques de les noves generacions en comparació amb les anteriors. La dificultat per trobar una feina estable i un habitatge assequible, així com l'augment del cost de la vida, han condemnat molts joves a viure amb uns ingressos més baixos (i sovint precaris) i a tenir poques oportunitats i expectatives de millorar les seves vides. La

insatisfacció també està relacionada amb la seva valoració de les polítiques dutes a terme per les institucions democràtiques, és a dir, amb la incapacitat de l'Estat per resoldre els seus problemes, la corrupció política i el mal funcionament dels serveis públics.

Aquesta percepció genera “apatia democràtica”, [15] que es concreta en escepticisme envers les institucions democràtiques, baixa participació electoral i escàs interès per la política convencional. Malgrat la seva insatisfacció amb el funcionament de la democràcia, molts continuen sent fidels als principis democràtics —i alguns participen en altres formes d'acció política i cívica (com protestar contra la guerra a Ucraïna o anar de voluntaris a camps de refugiats). Tanmateix, com a conseqüència d'un sentiment d'exclusió social sistemàtica i de frustració davant de la incapacitat dels governs per respondre a les seves necessitats i preocupacions, altres joves acaben desenvolupant sentiments d'“antipatia democràtica”: [16] donen suport a moviments hostils amb les institucions com els mitjans de comunicació i el sistema judicial, i als ideals liberals com el respecte als oponents polítics. Per a Foa et al., [17] aquesta “desconnexió democràtica” ajuda a explicar l'èxit electoral de molts projectes populistes i antisistema en les societats occidentals. Barbara Pfetsch [18] defineix com a “desconsolidació” de la democràcia aquesta reacció cultural (canvi de valors) que ha contribuït a la reconfiguració dels sistemes de partits, especialment mitjançant la polarització, el creixement dels radicalismes polítics i l'erosió dels partits centrals en les democràcies occidentals.

La “desconnexió democràtica” ajuda a explicar l'èxit electoral de molts projectes populistes i antisistema

Altres autors, tanmateix, descarten aquestes interpretacions basades en un dèficit individual en els valors dels joves per centrar-se en les barreres polítiques i socials que promouen una cultura política excloent. [19]

Interès per la política: desconnexió institucional

Com hem vist, des de la perspectiva de molts joves, la política formal és incapaç de resoldre els problemes relacionats amb les seves condicions de vida. També la consideren ineficaç davant de problemes col·lectius sistemàticament irresolts, com el canvi climàtic. L'escepticisme de les generacions més joves també es deu a la percepció que tenen dels polítics professionals: pensen que són cíncics, interessats i poc fiables. [20]

La percepció de corrupció generalitzada, així com la falta de canals de comunicació i estructures que fomentin la participació efectiva, els allunyen de les formes institucionals de fer política. Tanmateix, això no significa necessàriament una manca d'interès envers altres formes d'actuació: pot ser que aquesta generació no es mobilitzi pels partits, però sí per temes i causes concretes. De fet, els joves troben altres estratègies d'acció col·lectiva al marge de les institucions per abordar qüestions més locals, immediates i “postmaterialistes”. [21] S'organitzen de manera més informal i horitzontal per defensar

causes humanitàries, climàtiques, de drets dels animals i de justícia social, entre d'altres. Per exemple, formes extrainstitucionals, com les protestes violentes i la desobediència civil, han estat utilitzades per diversos grups en defensa de l'acció climàtica.

És important destacar que allunyar-se de les estratègies institucionals de fer política no significa que aquests joves siguin antidemocràtics. La majoria creu en la democràcia: la veuen com a sinònim de llibertat d'expressió individual, implicació en la comunitat, especialment en línia, i transparència (rendició de comptes), principalment a través de les xarxes socials. [22] Tot i així, la seva relació amb la democràcia no és senzilla, sinó que és complexa, contradictòria i plena de matisos: la seva falta de confiança en les institucions coexisteix de diverses formes amb l'adhesió als valors democràtics i, per consegüent, les actituds i pràctiques que semblen reflectir una "desconnexió democràtica" [23] solen revelar sobretot una "desconnexió institucional". [24]

El fet que aquests joves estiguin compromesos amb les llibertats democràtiques i alhora desconfiïn de les institucions que les garanteixen fa que molts d'ells desitgin la "despartidització" del sistema polític. [25] Tanmateix, en l'actual context de "desconsolidació" democràtica, aquesta actitud comporta diversos riscos, per exemple, el fet que els polítics antisistema, encara que per raons diferents, defensin una cosa semblant, és a dir, aquests polítics *outsiders* afirmen que l'ordre institucional és ostatge d'unes elits polítiques immerses en la lògica del poder i allunyades de les preocupacions reals de la població.

Nombrosos polítics antisistema han guanyat protagonisme a les plataformes digitals. En els seus vídeos o publicacions, els seus discursos són agressius, dramatitzen i generen emocions fortes, mentre reivindiquen un dret il·limitat a ofendre els altres en virtut de la llibertat d'expressió. També es caracteritzen per una forma molt particular de combinar agressivitat i humor, i si hi ha alguna cosa que aprecien les generacions més joves és la capacitat d'aquestes personalitats per entretenir. El seu bon humor, que apropa els seus discursos als monòlegs còmics, està en línia amb el que els joves valoren a la xarxa. D'altra banda, aquests mateixos joves, en consumir diferents continguts de forma interconnectada, han après a valorar certes informacions i a rebutjar-ne d'altres. Aquesta pràctica es basa en una lògica de visualització de fragments, la racionalitat de la qual no inclou el pensament complet ni la congruència discursiva, cosa que enllaça bé amb la manera d'expressar-se d'aquests polítics.

La falta de confiança en les institucions coexisteix amb l'adhesió als valors democràtics. Les actituds i pràctiques que semblen reflectir una "desconnexió democràtica" solen revelar sobretot una "desconnexió institucional"

El fet que les noves generacions hagin crescut permanentment connectades als telèfons intel·ligents i les xarxes socials ha creat un ecosistema amb lògiques diferents de les del

món predigital. Això ha generat dinàmiques de consum d'informació estructurades entorn de la desconexió periodística i una politització ancorada en la desconexió institucional, la qual cosa té profundes implicacions per al procés de desconsolidació de les democràcies. Aquests joves es deixen seduir per espectacles agressius i políticament incorrectes, emparats en la llibertat d'expressió individual, un valor que per a ells és fonamental. Això, més que seduir-los cap a projectes antiliberals, els fa vulnerables a propostes que, sota la disfressa de la llibertat, són realment perilloses.

REFERÈNCIES I NOTES

- 1 — Per exemple, l'aparició al mur (*feed*) de temes que es van buscar el dia anterior no es deu a la rellevància del tema, sinó al fet que la xarxa considera que mostrar una cosa considerada d'interès per a la persona comportarà que es quedi a la plataforma: una estratègia comercial per poder mostrar més anuncis i poder recopilar més dades
- 2 — Bengtsson, S. (2023). "The Relevance of Digital News: Themes, Scales and Temporalities". *Digital Journalism*, p. 1-19.
- 3 — Newman, N.; Fletcher, R.; Eddy, K.; Robertson, C. T.; Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report*. Informe encarregat a l'Institut Reuters per a l'Estudi del Periodisme (Reuters Institute for the Study of Journalism). Oxford: Oxford University.
- 4 — Flamingo (2019). *How Young People Consume News and The Implications For Mainstream Media*. Informe de Flamingo, encarregat a l'Institut Reuters per a l'Estudi del Periodisme (Reuters Institute for the Study of Journalism). Oxford: Oxford University.
- 5 — Collao, K. (2022). *The Kaleidoscope. Young People's Relationships with News*. Informe de l'agència Craft, encarregat a l'Institut Reuters per a l'Estudi del Periodisme (Reuters Institute for the Study of Journalism). Oxford: Oxford University.
- 6 — Solano, E.; Rocha, C. (coord.) (2022a). *Joventudes e Democracia na América Latina*. Washington: Luminare.
- 7 — Bengtsson, S. (2023). "The Relevance of Digital News: Themes, Scales and Temporalities". *Digital Journalism*, p. 1-19.
- 8 — Collao, K. (2022). *The Kaleidoscope. Young People's Relationships with News*.
- 9 — Flamingo (2019). *How Young People Consume News and The Implications For Mainstream Media*.
- 10 — Collao, K. (2022). *The Kaleidoscope. Young People's Relationships with News*.
- 11 — Solano, E.; Rocha, C. (coord.) (2022a). *Joventudes e Democracia na América Latina*.
- 12 — Bengtsson, S. (2023). "The Relevance of Digital News: Themes, Scales and Temporalities".
- 13 — Bengtsson, S. (2023). "The Relevance of Digital News: Themes, Scales and Temporalities".

- 14 — Foa, R.; Klassen, A.; Wenger, D.; Rand, A.; Slade, M. (2020). *Youth and Satisfaction with Democracy: Reversing the Democratic Disconnect?* Cambridge: Centre for the Future of Democracy.
- 15 — Foa, R.; Mounk, I. (2019). “Youth and the Populist Wave”. *Philosophy and Social Criticism*, vol. 45, núm. 9-10.
- 16 — Foa, R.; Mounk, I. (2019). “Youth and the Populist Wave”.
- 17 — Foa, R.; Klassen, A.; Wenger, D.; Rand, A.; Slade, M. (2020). *Youth and Satisfaction with Democracy: Reversing the Democratic Disconnect?*
- 18 — Pfetsch, B. (2020). “Democracy and Digital Dissonance: The Co-Occurrence of the Transformation of Political Culture and Communication Infrastructure”. *Central European Journal of Communication*, vol. 13, núm. 1, p. 96-110.
- 19 — Solano, E.; Rocha, C. (coord.) (2022a). *Joventudes e Democracia na América Latina*.
- 20 — Henn, M.; Foard, N. (2012). “Young People, Political Participation and Trust in Britain”. *Parliamentary Affairs*, vol. 6, núm. 1, p. 47-67.
- 21 — Henn, M.; Foard, N. (2012). “Young People, Political Participation and Trust in Britain”.
- 22 — Solano, E.; Rocha, C. (2022b). “Falemos com nossos jovens”. *NexoJournal*. [Disponível en línia](#).
- 23 — Foa, R.; Klassen, A.; Wenger, D.; Rand, A.; Slade, M. (2020). *Youth and Satisfaction with Democracy: Reversing the Democratic Disconnect?*
- 24 — Solano, E.; Rocha, C. (coord.) (2022a). *Joventudes e Democracia na América Latina*.
- 25 — Solano, E.; Rocha, C. (2022b). “Falemos com nossos jovens”. [Disponível en línia](#).



Rita Figueiras

Rita Figueiras és doctora en Ciències de la Comunicació per la Universitat Catòlica Portuguesa, on imparteix docència en l'àrea de les ciències de la comunicació. És investigadora al Centre d'Estudis de Comunicació i Cultura (CECC) i en el marc del projecte “YouNDigital - Youth, News Digital Citizenship”, finançat per la Fundació portuguesa per a la Ciència i la Tecnologia (FCT). També és coinvestigadora principal del projecte “Social Media Surveillance and Experiences of Authoritarianism”, finançat per la Fundació Tricentenari del Banc de Suècia. Els seus interessos d'investigació inclouen la comunicació política, amb especial èmfasi en les estratègies de comunicació política digital i les campanyes electorals, i els estudis d'audiència (consum de notícies i *news avoidance*), així com la datificació (vigilància digital i models de negoci de plataformes).