



Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA

POLÍTICA:

Análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los
pre-ciudadanos en Nuevo León.

TESIS PRESENTADA POR

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN FILOSOFIA CON ACENTUACION
EN CIENCIAS POLITICAS

Director de Tesis:

Dr. Carlos Muñiz Muriel

Monterrey, N. L.; 10 de febrero de 2014.



Universidad Autónoma de Nuevo León

Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

DOCTORADO EN FILOSOFÍA CON ACENTUACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS

Los integrantes del H. Jurado examinador del sustentante:

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

“EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA: Análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los pre-ciudadanos en Nuevo León”

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

Dr. Carlos Muñiz Muriel

Presidente

Dr. Francisco R. Sánchez García

Secretario

Dr. José Segoviano Hernández

Vocal Primero

Dra. Claire Elizabeth Grace Wright.

Vocal Segundo

Dr. José Salvador Alvídrez Villegas.

Vocal Tercero

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León 10 de febrero de 2014.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

El presente trabajo está realizado en el marco del proyecto de investigación titulado " Análisis del impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los estudiantes de bachillerato de la zona metropolitana de Monterrey", financiado por la Secretaria de Educación Pública (PROMEP), como apoyo a la incorporación de nuevos profesores de tiempo completo (PTC), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

Declaro solemnemente en honor a la verdad, que el trabajo presentado en este documento es fruto de mi autoría. Que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación previa, ni previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Nombre: Alma Rosa Saldierna Salas

Fecha: 10 de febrero de 2014

Firma:

Dedicatoria

A MI ESPOSO

Marco Tulio, este trabajo está dedicado a ti, por ser mi compañero de batalla, por entenderme, motivarme y apoyarme incondicionalmente en el logro de mis metas. Te amo.

A MI HIJO

Tulio, algún día leerás esto, quiero que sepas que este trabajo es también tuyo, muchas lecturas las hice en voz alta para que te durmieras y otras tantas para entretenerte, eres mi mayor motivación y alegría, eres mi todo. Espero ser un buen ejemplo para ti.

Agradecimientos:

El presente trabajo doctoral es el resultado de noches de desvelo, de retos, de alegrías, cuestionamientos y diversas situaciones que por momentos, si bien, me hicieron más difícil el camino contribuyeron a formarme tanto en el plano académico como en el personal.

En primer lugar quiero agradecer al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por su apoyo en mi formación académica. Agradezco a la Dirección de la Facultad de Ciencias Políticas, al Dr. Manuel Estrada Camargo por su invaluable soporte, al Dr. Gerardo Tamez González, por sus muestras de apoyo y solidaridad en la culminación de mis estudios doctorales. A la Subdirección de Posgrado, en especial a la Dra. Karla A. Saénz López, por sus muestras de solidaridad.

Gracias a mis compañeros de generación a Oswaldo Leyva Cordero y Juan Alamilla, por trasmirme sus conocimientos cuando fueron mis profesores y después como compañeros de aula, fue un honor compartir con ustedes esos momentos.

Quiero darle las gracias a la Dra. Claire Wright, por su paciencia y disponibilidad al ayudarme, al Dr. Salvador Alvídrez por siempre tener palabras de aliento para la culminación de mi trabajo doctoral, al Dr. Francisco Sánchez por ser parte de mi formación académica desde siempre, al Dr. Segoviano por sus comentarios y observaciones.

También quiero agradecer a Felipe Marañón Lazcano, por su amistad, ayuda, generosidad y compañerismo, a Lauro Maldonado, porque siempre estuvo ahí para ayudarme o para escucharme, gracias por las veces que le hiciste de psicólogo. A Fabiana Miglierini, por su apoyo y palabras de ánimo, siempre motivándome a seguir adelante, a Vera Prado, por decirme siempre que le echará ganas y que no me quejara. A Juan de Dios Martínez, por las sesiones de estudios que tuvimos juntos, gracias por su compañerismo y paciencia. Gracias a Martha Aparicio, Mayela Flores y Sergio Mendoza,

por su amistad y comprensión, que durante este proyecto tuve muy abandonados, a veces el precio de algunas metas es no disfrutar a algunos amigos.

Reconozco enormemente el apoyo de mis suegros, Dr. Juan José Mata Peynado y Sra. Natividad Jiménez, por siempre estar al pendiente y dispuestos a ayudarme cuando los necesitara, por sus muestras de solidaridad y apoyo, por ser parte de esta proceso, por hacerme sentir como hija suyamuchas gracias.

Gracias a mis padres, por todo su cariño y apoyo, a veces presencial otras a distancia, pero siempre protectores, a mi papá, que siempre ha hecho todo por ser un ejemplo de vida y de trabajo duro, por siempre darme lo mejor, eres un gran ejemplo para mí; a mi mamá que me ha enseñado a ser una guerrera en la vida....los amo. A mis hermanos, que no siempre me entienden pero que me quieren y sé que cada logro mío lo sienten como propio. Gracias familia porque una parte de lo que soy lo obtuve de ustedes, gracias por los ejemplos que me han dado y que por su condición de hermanos mayores contribuyeron a hacer menores mis tropiezos.

Un agradecimiento especial para el Dr. Carlos Muñiz Muriel, muchísimas gracias por estos años de enseñanza, por su paciencia y confianza, por no sólo aleccionarme lo necesario para mi tesis, sino por involucrarme en otros proyectos que aportaran a mi formación, por compartirme sus experiencias, por su rigor y por motivarme a superarme cada día. Trabajar con usted no sólo me deja enseñanza académica, sino también personal. Le estoy enormemente agradecida. Es usted una excelente persona y un excelente asesor.

Finalmente quiero agradecer enormemente a Marco Tulio, mi esposo por su paciencia, y apoyo para que realizara esto, gracias por soportar mis histerias y malos humores, por el tiempo que no te dediqué, por cuidar de Tulio y simplemente por estar ahí siempre al pendiente de lo que necesitara, te lo agradezco enormemente... te amo. Gracias a Tulio porque sacrificué tiempo de estar contigo para lograr mi meta.

Muchas gracias a todos.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos:	v
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ABREVIATURAS.....	xiv
CAPÍTULO I	1
METODOLOGÍA	1
1.1 Antecedentes	1
1. 2 Justificación	7
1.3 Problema.....	8
1.4 Objetivos de la tesis	9
1.5 Hipótesis.....	10
1.6 Marco Conceptual.....	11
1.7 Modelo de Investigación.....	15
1.7.1 PRIMER ESTUDIO: Aproximación Cuantitativa.....	15
1.7.2 SEGUNDO ESTUDIO: Aproximación Cualitativa	16
1.8 Estructura de la tesis.....	17
CAPÍTULO II	19
DEMOCRACIA Y CULTURA POLÍTICA	19
2.1. Definición de Democracia	19
2.2. Democracia Procedimental y Estructural.....	21
2.3. Teorías sobre Democracia y Participación Política.	24
2.3.1. Teoría Realista o Elitista.....	24
2.3.2. Teoría participativa	26
2.4. Cultura Democrática	29
CAPÍTULO III	37

DEFINICIÓN Y FORMACIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA.....	37
3.1. Definición de Cultura Política.....	37
3.2. Formación de la Cultura Política.....	41
3.3. Conocimiento Político.....	46
3.4. Actitud Política.....	49
3.4.1. Sentimiento de Eficacia Política.....	51
3.4.2. Interés hacia la política.....	53
3.4.3. Participación Política.....	55
3.4.4. Cinismo Político.....	57
CAPÍTULO IV	59
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA: TEORÍAS DE LOS EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	59
4.1. Medios de Comunicación y Política.....	60
4.2. Paradigmas sobre los efectos mediáticos en el terreno político.....	67
4.2.1. Teorías del Malestar Mediático.....	67
4.2.2. Teorías de la Movilización Política.....	71
4.4. La mediación de los medios de comunicación.....	77
CAPÍTULO V	84
JÓVENES Y POLÍTICA.....	84
5.1. Población Juvenil y pre-ciudadanos.....	84
5.2. Participación de los jóvenes en la política.....	89
CAPÍTULO VI	101
PRIMER ESTUDIO: APROXIMACIÓN CUANTITATIVA	101
6.1. Diseño de la Encuesta	104
6.1.1. Muestra.....	104
6.2.1. Variables Independientes.....	105
6.2.2. Variables Dependientes.....	107
6.2.3. Variables de Control.....	110
6.3. Procedimiento.....	110
6.4. Análisis de Resultados.....	111
6.4.1. Validación de Escalas e Indicadores.....	111
6.4.2. Análisis Descriptivo de la muestra.....	113
6.4.3. Relaciones entre las variables del estudio.....	124

6.4.4. Variables Explicativas de las Actitudes Políticas.....	130
6.4.5. Análisis con Ecuaciones Estructurales.....	144
6.4.5.1. Generación de Cinismo.....	153
6.4.5.2. Generación de la conversación interactiva.....	154
6.4.5.3. Generación de la Eficacia Externa.....	155
6.4.5.4. Generación del interés en la política.....	155
6.4.5.5. Generación de la Participación Política.....	156
6.4.5.6. Generación de la Participación Cívica.....	157
6.5. Evaluación de las hipótesis.....	157
6.6. Discusión Particular.....	159
CAPÍTULO VII	163
SEGUNDO ESTUDIO: APROXIMACIÓN CUALITATIVA	163
7.1. Método.....	164
7.1.1. Participantes.....	164
7.1.2. Procedimiento.....	165
7.2. Análisis de los resultados.....	166
7.2.1. Situación previa a las elecciones.....	166
7.2.2. Situación posterior a las elecciones.....	175
7.3. Descripción de los Grupos Focales.....	179
7.3.1. Grupos Focales de FIME con altos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012	179
7.3.4. Grupo Focal de FACPYAP con bajos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012	182
7.3.5. Grupo Focal de FIME con altos niveles de sofisticación Posterior a las elecciones 2012.....	183
7.3.6. Grupo Focal de FIME con bajos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012.....	183
7.3.7. Grupo Focal de FACPYAP con altos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012	184
7.3.8. Grupo Focal de FACPYAP con bajos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012.....	185
7.4. Discusión particular.....	186
CAPÍTULO VIII	189
DISCUSIONES Y CONCLUSIONES GENERALES.....	189
REFERENCIAS.....	198
ANEXO 1	221
Cuestionario aplicado en la Encuesta	221
ANEXO 2	229

Nombre asignado a las variables en el programa SmartPLS.....	229
ANEXO 3	234
Validación discriminante a nivel de ítem en el modelo de medición Teórico	234
ANEXO 4	235
Validez de discriminantes en el modelo de medición teórico	235
Anexo 5	237
Validación discriminante a nivel de ítem en el modelo 2 de medición	237
Anexo 6	239
Validez de discriminantes en el modelo 2 de medición.....	239
Anexo 7	240
Criterios de calidad del modelo de ecuaciones estructurales por el método PSL.....	240
ANEXO 8	241
Cuestionario aplicado para generar las muestras de los Focus Group	241
ANEXO 9	243
Guion para la realización de los Focus Group	243

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Comparativo entre las Teorías Sobre Democracia y Participación Política	28
Tabla 3.1. Dimensiones de la Cultura Política	42
Tabla 6.1. Datos Sociodemográficos.....	114
Tabla 6.2. Nivel de estudios de los padres	115
Tabla 6.3. Nivel de Ingresos familiar.....	116
Tabla 6.4. Consumo de Medios	117
Tabla 6. 5. Atención a contenidos de política.....	118
Tabla 6.6. Atención a programas de entretenimiento	119
Tabla 6.7. Credibilidad de las noticias	120
Tabla 6.8. Personas con las que hablas de política.....	121
Tabla 6.9. Temas de Conversación	122
Tabla 6.10. Actitudes hacia la política	123
Tabla 6.11. Correlaciones entre Interés en Política, exposición a medios y tipos de conversación	126
Tabla 6.12. Correlaciones entre Conocimiento Político, exposición a medios y tipos de conversación	127
Tabla 6.13. Correlaciones entre Eficacia Interna, exposición a medios y tipos de conversación	127
Tabla 6.14. Correlaciones entre Eficacia Externa, exposición a medios y tipos de conversación	129

Tabla 6.15. Correlaciones entre Participación Política, exposición a medios y tipos de conversación	130
Tabla 6.16. Correlaciones entre Participación Cívica, exposición a medios y tipos de conversación	131
Tabla 6.17. Correlaciones entre Cinismo Político, exposición a medios y tipos de conversación	132
Tabla 6.18. Variables explicativas del Interés Político	133
Tabla 6.19. Variables explicativas del Conocimiento Político	135
Tabla 6.20. Variables Explicativas del Sentimiento de Eficacia Política Interna.....	137
Tabla 6.21. Variables Explicativas del Sentimiento de Eficacia Política Externa	139
Tabla 6.23. Variables Explicativas de la Participación Cívica	143
Tabla 6.24. Variables Explicativas del Cinismo Político	145
Tabla 6.25. Criterios de aceptación para realizar análisis	149
Tabla 6.26. Varianza Promedio Extraída del modelo de medición AVE	150
Tabla 6.27. Análisis del Composite Reliability	151
Tabla 6.28. Parámetros de aceptación o rechazo de hipótesis.....	152
Tabla 6.29. Varianza Promedio Extraída del modelo 2 de medición AVE	153
Tabla 6.30. Análisis del Composite Reliability. Modelo 2	154
Tabla 6.31. Generación de Cinismo	156
Tabla 6.32. Generación de la Conversación Interactiva	157
Tabla 6.33. Generación de la Eficacia Externa.....	158
Tabla 6.34. Generación de Interés en la política	158
Tabla 6.35. Generación de la Participación Política	159
Tabla 6.36. Generación de la Participación Cívica	160
Tabla 6.37. Resultados del modelo estructural o modelo interior (modelo 2	161

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1. Proceso del Círculo virtuoso.....	74
Figura 4.2. Mediación en los medios de Comunicación	78
Figura 4.3. Modelo O-S-O-R.....	80
Figura 4.4. Modelo O-S-R-O-R.....	83
Figura 6.1. Conceptualización de los políticos.....	124
Figura 6.2. Especificación de modelo de entrada en el programa SmartPLS (Modelo 1).	148
Figura 6.3. Re-especificación del modelo de entrada (Modelo 2).....	153
Figura 6.4. Salida del modelo 2.....	155
Figura No. 7.1. Nube FIME Alta sofisticación previo a las elecciones 2012.	184
Figura No. 7.2. Nube FIME Baja sofisticación previo a las elecciones 2012	185
Figura No. 7.3. Nube FACPYAP Alta sofisticación previo a las elecciones 2012.....	186
Figura No. 7.4. Nube FACPYAP Baja sofisticación previo a las elecciones 2012.	187
Figura No. 7.5. Nube FIME alta sofisticación posterior a las elecciones 2012	188
Figura No. 7.6. Nube de FIME de baja sofisticación posterior a las elecciones 2012.	189
Figura No. 7.7. Nube de FACPYAP de Alta sofisticación posterior a las elecciones 2012.	190
Figura No. 7.8. Nube de FACPYAP de baja sofisticación posterior a las elecciones 2012	191

ABREVIATURAS

AMM	Área Metropolitana de Monterrey.
OIJ	Organización Iberoamericana de la Juventud
CONAPO	Comisión Nacional de Población y Vivienda
IFE	Instituto Federal Electoral
SEP	Secretaría de Educación Pública
PROMEP	Programa de Mejoramiento del Profesorado.
PAICYT	Programa de apoyo a la investigación Científica y Tecnológica.
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para Educación, la Ciencias y la Cultura.
OEA	Organización de Estados Americanos.
IEA	Asociación Internacional de Evaluación Educativa
ENCUP	Encuesta Nacional sobre Cultura y Política
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
OMS	Organización Mundial de la Salud
IMJ	Instituto Mexicano de la Juventud
FIME	Facultad de Ingeniería Mecánica Eléctrica
FACPYAP	Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
UANL	Universidad Autónoma de Nuevo León.
EPN	Enrique Peña Nieto
JVM	Josefina Vázquez Mota
AMLO	Andrés Manuel López Obrador
QUADRI	Gabriel Quadri

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA

1.1 Antecedentes.

Entrar al detalle del término *cultura política* implica entender en primer lugar qué se entiende por el mismo y cómo ha sido definido en términos científicos. En ese sentido, son muchos los autores como Almod y Verba (1970) que han debatido acerca del mismo. Como síntesis, se tomará la definición de Berger (1989), quien afirma que es una característica humana que pasa de generación en generación, que es transmitida a través de los medios de comunicación, de las relaciones interpersonales y del entorno en el que están inmersos los individuos.

El concepto de cultura política se utiliza para entablar la relación entre los enfoques y las orientaciones de los individuos que repercuten en su conducta política. El concepto es tomado por la ciencia política desde los años cincuenta y puede definirse como el componente básico del juego político, porque filtra percepciones, determina actitudes e influye en las modalidades de la actuación o comportamiento político (Peschard, 2000), tomando como base importante, las experiencias personales de cada individuo, contribuye a la formación de una opinión política y a que se promuevan las actividades cívicas, que son factores de cohesión social. Promoviendo de esa manera la legitimidad y gobernabilidad dentro de una convivencia democrática

La cultura política se va conformando por el conjunto de ideas, conocimientos, vivencias que se generan en cada proceso de comunicación e interrelación que vive el

individuo a lo largo de su vida, lo que sugiere que las personas están expuestas día a día al proceso de adquisición de cultura política. En intercambio de experiencias y vivencias se permite la construcción de la cultura política del individuo, lo que constituye un “código subjetivo” que media entre el individuo y la vida política y por medio de este se edifica su percepción de los políticos además de normar su comportamiento (Peschard, 1996).

En México, de acuerdo a Peschard (2000), se requieren cuanto menos los siguientes elementos para tener una cultura política: un modelo ideal de cultura política; que es aquella en la que la ciudadanía está interesada en participar en cuestiones de política, que busca ser escuchada, así como la existencia de una sociedad abierta con ciudadanos que tienen sentimientos de eficacia política activa, que sienten el impulso de expresar sus inquietudes porque consideran que las instituciones les dan el respaldo necesario y, por ello, tienen confianza en ellas. En este sentido, es importante fijarse en los jóvenes que todavía no son ciudadanos porque la cultura política les permitirá tener ancladas las actitudes hacia la política que los conlleve a comenzar las experiencias ciudadanas, en donde el papel del estado no debe reducirse a formar ciudadanos, sino más bien transmitir los conocimientos que hagan posible la participación activa necesaria para la consolidación estabilidad en un país democrático.

Una sociedad será más democrática en la medida en que los individuos tengan una cultura política sólida, al contar con la información y conocimientos necesarios que les permita tener la capacidad de razonamiento y los lleve a evaluar las situaciones políticas, generando de esta manera actitudes políticas positivas que les motiven a participar y ser activos en el sistema político. Autores como Durand Ponte (1993) ven a la cultura política como la posibilidad de que los actores políticos calculen sus decisiones políticas en base a reglas no rígidas del juego y que como producto de esa reflexión se generen actitudes hacia el mundo político, que pueden evidenciarse con el interés en la política, en participación política o en un total desinterés sobre el tema.

Este proceso solo es posible dentro de regímenes democráticos, debido a que es en éstos donde se tiene la obligación de formar esa conciencia cívica, generar los espacios y los ambientes que propicien los diálogos que permitirán fortalecer a la democracia (Salazar, 1990). El ciudadano es el eje rector de la democracia, el portador de la identidad nacional por ello debe tener la capacidad de utilizar todos los instrumentos de la democracia para formar con su participación una sociedad sólida (Carazo, 1997). Una verdadera democracia conlleva a un proceso de adquisición de información así como también la generación de mecanismos de discusión acerca de asuntos públicos (Kim, Wyatt, & Katz., 1999).

Sin embargo, los procesos de socialización política, que marcan la gestación de esta cultura política, se producen en etapas iniciales del desarrollo de las personas. Los jóvenes pueden construir su cultura adquiriendo información e incorporando valores que les dotan de las herramientas necesarias para poder actuar y repercutir en la vida pública (Huerta & García, 2008).

En el proceso de socialización política, que genera la conformación de una cultura política, el papel de los medios es fundamental por el alcance que tienen en la población y la influencia social que ejercen. La globalización cultural y comunicativa ha generado que el papel central de los medios de comunicación promueva formas de organización y participación que fomentan el interés por la cultura política (Roche, 2000), establecen puentes entre el sector político y una gran parte de la sociedad contribuyendo a la formación de democracias más estables (Avery, 2009). Son espacios donde lo privado se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos más elementales de la cultura, incluida la cultura política (Pérez, 1997). La información recibida a través de los medios es importante porque contribuye a modificar elementos del proceso político democrático (Trejo, 2006). Además de que son diseminadores de información y movilizadores de opinión pública que van a generar formas de actividad política (Abundis, 2007).

La influencia de los medios de comunicación puede generar una disminución o un aumento en los niveles de compromiso cívico, interés público y participación política de la sociedad. El análisis de esa relación entre los medios de comunicación y sus efectos en las actitudes de los individuos ha sido ampliamente estudiado y en los últimos años se ha entablado un debate a fin de entender los efectos de la exposición a medios y la atención a los diferentes contenidos sobre las actitudes políticas de la audiencia, encontrando una diferencia entre los que simplemente están expuestos a los contenidos de manera general y los que centran su atención a contenidos específicos de política (Prior, 2005).

La evidencia empírica existente sobre el impacto que el consumo de medios de comunicación ejerce sobre las actitudes políticas como manifestación de la cultura política de una sociedad, presenta conclusiones diferenciadas. Desde una perspectiva, se plantea cómo el uso de los medios contribuye a generar un aumento del cinismo político y una apatía ciudadana. Por otro lado, otros autores han encontrado el efecto contrario, concluyendo que los contenidos de los medios son los que generan la movilización política de los ciudadanos. Formulándose dos grandes paradigmas, el *malestar mediático* y la *movilización política*.

Ciertos contenidos mediáticos contribuyen a la formación de una desconfianza en los temas y cuestiones relacionadas a la política, con lo que se produce actitudes políticas negativas para la democracia. Este fenómeno se conoce como el *malestar mediático* o *videomalaise* (Schereiber & García, 2003). Tiene sus orígenes en estudios de Kurt y Glagys Lang (1966), que son los que por primera vez establecen esa relación entre medios de comunicación y sentimientos de desconexión con la política, la desafección política. Concepto utilizado por primera vez por Robinson a principios de 1976, en su artículo “*Public Affairs and The Television and the Growth of Political Malaise: The case of the selling of the Pentagon*”, en el que describe el fenómeno de la pérdida de veracidad en las instituciones políticas al mismo tiempo que aumentaba la dependencia de los individuos cada vez más de la televisión como medio para obtener información política.

(Voltmer & Smith-Beck, 2002; Putnam, 2000) aunado al ataque de los periodistas hacia los políticos (Blumer & Guerevich, 1995; Fallows, 1997). Pero no solo es el tipo de medio, sino tambien el tipo de contenido, elevados niveles de atencion a contenidos de entretenimiento genera bajos niveles de participación política (Holtz-Bacha, 1990), conocimiento político, participación cívica así como el sentimiento de eficacia política (Shah, McLeod, & Yoon, 2001). Y la atención a contenidos políticos relacionados al marketing político conlleva a la generación de sentimientos como el cinismo y la falta de compromiso (Capella & Jamieson, 1997; Maiers, 2000), por el contrario Newton (1999), afirma que el consumir medios impresos contribuía a fomentar el compromiso político de los individuos.

Este paradigma se resume en dos supuestos: 1) los procesos de comunicación política tienen una repercusión significativa en el compromiso cívico y 2) esta influencia se plasma en forma negativa. Este efecto negativo amenaza la cohesión de la sociedad civil al provocar el desinterés sobre los asuntos públicos. Encuentra su contraparte en el paradigma de la *movilización política*, desarrollado desde postulados teóricos que se apoyan en la evidencia de que el interés, la participación y el compromiso político están asociadas a la influencia de los medios de comunicación (Avery 2009; Capella & Jamieson, 1997; Schereiber & García, 2003). Dentro de este paradigma, Pippa Norris (1996) propone el paradigma del Círculo Virtuoso, en el cual propone que el proceso de comunicación política puede entenderse como un efecto a largo plazo que refuerza el activismo político, retroalimentándose éste gracias al consumo de contenidos políticos en los medios. Se puede entablar una relación de manera bidireccional, pues aquellos que se exponen más a la cobertura de los medios de temas públicos son los más comprometidos y regresarán a los medios para obtener más información sobre política, la que volverá a motivarlos a ser activos políticamente y así sucesivamente. Ese círculo no se genera si los individuos no tienen ningún interés en la política, ya que si la condición inicial de los individuos es de nulo interés en la política, al exponerse a un contenido desconfiará de la fuente o generará un cambio de contenido consumido (Norris, 2000).

En ese sentido, se ha encontrado evidencia de que el consumo de noticias y televisión sobre asuntos políticos genera un aumento considerable en la participación política de los individuos (Shah, 1998). Pero, es el tipo de programación consumida el que contribuye a que se geste este fenómeno (Shah, McLeod, & Yoon, 2001). Por tanto, es adecuado suponer que el efecto que se genere a través de los medios de comunicación está asociado con el contenido y con el tipo de medio utilizado por el consumidor (Katz & Blumler, 1974; Katz, Blumer & Guerewith, 1973). Autores como Shah, McLeod y Yoon (2001), sugieren que el uso informativo de los medios se relaciona con un aumento en la integración y participación cívica, mientras que algunos contenidos de entretenimiento y diversión van a provocar lo contrario, una disminución.

En México, aún es escasa la investigación realizada con respecto a los factores que inciden en la conformación de la cultura política del país, así como también, su relación con los medios de comunicación. En el seno de la ciencia política ha crecido considerablemente en los últimos años el interés por la investigación de los efectos que los medios tienen en el proceso de formación de opinión política y de cultura política. Un estudio clave es el realizado por Almod y Verba (1963) denominado *The Civic Culture*, en el que se presenta un análisis a una muestra de individuos de Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Italia y México, sobre el conocimiento, identificación y evaluación que hacen a su sistema político. Resaltando en sus resultados que en México existe una fuerte despolitización, bajos niveles de información, aunado a un sentimiento de orgullo con respecto al sistema político a pesar de la insatisfacción mostrada como consecuencia del ejercicio del poder.

Diversos investigadores han centrado su interés en analizar este proceso, autores como Fernández (2005), Ibarra (2003), López (2003), Nanteras (2007) y Tapia (2003) han iniciado una línea de investigación en diagnosticar el estado de formación de los ciudadanos en México, tratando de identificar si estos sujetos son críticos de los procesos

que se dan en la esfera pública. Con respecto a la relación del consumo mediático y la cultura política, Nanteras (2007), realizó un estudio en estudiantes de primaria y secundaria en el que encuentra bajos niveles de exposición a información a través de los medios de comunicación y bajos niveles de interés en cuestiones políticas. En años recientes Rodriguez y Muñiz (2009), realizaron un estudios en niños en el Área Metropolitana de Monterrey (AMM), en el que encuentran la importancia de la escuela, la conversación política y el consumo de medios en el proceso de socialización política, encontrando tanto efectos positivos como negativos.

Esta evidencia previa pone de manifiesto la importancia de analizar la relación existente entre el consumo de contenidos de política en medios, o los propios medios, y el desarrollo de actitudes políticas ciudadanas. No hay que olvidar que los medios de comunicación llegan a una gran cantidad de personas y hoy en día la información llega casi en tiempo real de manera muy rápida. Lo cual puede ser el indicio de que es a través de la dieta mediática que los individuos reciben la información que los hace conformar su cultura política que va a culminar en una serie de actitudes y sentimientos hacia la importancia de ser parte del proceso de toma de decisiones de un país. Más aún en el caso de los jóvenes, que para ser sujetos críticos necesitan tener conocimiento de las cuestiones políticas, es decir, haber transitado por un proceso de socialización política que les genere un aprendizaje e interiorización de valores y actitudes frente a la política, esto es, una cultura política. Criterio necesario y clave a la hora de que toman la decisión de volverse jugadores activos de la vida política del país.

1. 2 Justificación.

Los medios de comunicación contribuyen a hacer más entendible a la sociedad el lenguaje político, generando un único conocimiento político, sobre todo en los jóvenes. Y ese conocimiento contribuye a la formación de una cultura política, la cual forma parte de la vida diaria de los individuos como miembros de una sociedad y determina actitudes e

influye en el comportamiento político (Peschard, 2000). De ahí la importancia de conocer si los jóvenes están siendo bien informados, y si se les están aportando los mecanismos necesarios para ayudarlos en el proceso de aprendizaje para ser un ciudadano activo y consciente de sus obligaciones dentro del juego político. La carencia de investigaciones en el ámbito geográfico de México sobre la influencia de los medios de comunicación y la conversación política en la conformación de la cultura política de los jóvenes, motiva la realización de esta investigación centrada en el ámbito del área metropolitana de Monterrey (AMM).

Junto a ello, la importancia y novedad de la investigación también radica en que se toma como unidad de análisis, no tanto a los jóvenes, sino a los pre-ciudadanos esto es incluye jóvenes menores de edad así como también todos aquellos que tienen recién cumplidos 18 años edad, y que están por votar por primera vez. Se definen como los individuos que están en el camino de formación a ser jugadores activos de los procesos de toma de decisiones políticas. La formación de una cultura política de los pre-ciudadanos apenas está en el proceso de formación de conocimiento y educación política que les convierta en ciudadanos participativos en el proceso político, por lo que el proceso formativo puede verse desviado o animado debido a los medios de comunicación y otras variables comunicativas, como el desarrollo de prácticas dialógicas. Cabe recordar al respecto que se trata de un sector de la población que próximamente accederá al juego político de toma de decisiones, como futuros votantes. Por ello, un estudio como el desarrollado en esta tesis permite conocer de primera mano la forma de pensar y socializar de los pre-ciudadanos del AMM.

1.3 Problema.

Lo mostrado anteriormente motiva este trabajo de tesis, el propósito es conocer la influencia de los hábitos comunicativos, tales como el consumo de medios de comunicación y el desarrollo de prácticas tendientes a la conversación sobre política, en la

conformación de la cultura política a través de su impacto en las actitudes políticas de los individuos. Así, en el estudio se analizan los efectos de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los jóvenes menores de 18 años del AMM, jóvenes que se definen como pre-ciudadanos. Son llamados pre-ciudadanos porque todavía no tienen el status legal para poder incidir en la toma de decisiones, pero están en el proceso de formación y de adquisición de información que los lleve a ser ciudadanos en pleno uso y conciencia de los derechos y las obligaciones que esto implica. Por tanto, el problema de investigación se puede concretar en si ¿los hábitos comunicativos influyen en la conformación de la cultura política de los jóvenes del Área Metropolitana de Nuevo León?

1.4 Objetivos de la tesis

Atendiendo a los antecedentes descritos y el problema de investigación planteado, en la investigación se pretende por medio de la aproximación cuantitativa teniendo como herramienta de análisis la encuesta y la aproximación cualitativa haciendo uso de grupos focales:

Conocer la influencia de los medios de comunicación en la formación de la cultura política en los pre-ciudadanos del AMM.

Identificar el desarrollo de acciones tendientes al mantenimiento de conversación política, tanto a nivel interpersonal como interactivo.

Derivados de los objetivos generales del estudio los objetivos particulares son:

- Determinar si el consumo mediático es debido a motivos de diversión y entretenimiento o cómo medio para desarrollar un conocimiento político.

- Analizar los factores que están incidiendo en la generación de conocimiento político.

- Identificar las asociaciones entre la dieta mediática, el tipo de medio de comunicación y las actitudes políticas.

- Identificar las variables explicativas de las diversas actitudes políticas analizando el impacto que pueden tener tanto las variables sociopolíticas como la edad, el nivel de ingresos de los padres y el sexo, el conocimiento político y los niveles de conversación sobre política.

-Determinar los niveles de conversación política tanto interpersonal o interactiva y su papel como agente de socialización política.

-Identificar relaciones de causalidad entre la dieta mediática, los tipos de medios y los niveles de conversación política y las actitudes políticas.

1.5 Hipótesis.

La revisión de los antecedentes y el planteamiento de problema realizado, llevan a formular la siguiente hipótesis teórica de investigación que será analizada a partir de los datos obtenidos en los diferentes estudios de la tesis doctoral:

La exposición a los diferentes medios de comunicación, la atención a sus contenidos sobre política y entretenimiento y el desarrollo de prácticas tendientes a la conversación política a nivel interpersonal e interactivo entre los jóvenes pre-ciudadanos del Área Metropolitana de Monterrey son factores que influyen en el crecimiento o deterioro de su cultura política, a través del impacto en diferentes elementos constitutivos de esta cultura, tales como el conocimiento político, el interés por la política,

el sentimiento de eficacia política, el cinismo político o la participación ciudadana de manera política.

1.6 Marco Conceptual.

En este apartado de la tesis, se define y especifica cada uno de los conceptos científicos relacionados con la investigación, a través de los cuales se busca ofrecer una clara especificación de cada uno de ellos.

A) Jóvenes y pre-ciudadanos: Se ha hecho énfasis en el apartado de la justificación de la importancia de la tesis al tomar como unidad de análisis a los jóvenes pre-ciudadanos. Ahora bien, ¿cómo se define lo que es ser joven? No existe una definición exacta de jóvenes ya que se toma desde el punto de vista físico así como también social y el concepto varía dependiendo de la cultura y de la época (Fussel & Grenne, 2002). Autores como (Salas, 2011), consideran que es el resultado de la interacción de procesos biológicos, mentales y sociales del individuo, reforzado esta definición la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ), que concibe a los jóvenes como la fase de transición entre la etapa de niñez y adulzor, etapa en el que se gesta el proceso en el que los niños se convierten en personas autónomas. Para la Comisión Nacional de Población (CONAPO, 2011) los jóvenes son aquellos que se encuentran entre los 15 y 24 años.

Derivada de la definición de jóvenes, es importante también especificar que en esa etapa de edad, se hace mención del concepto de pre-ciudadano, debido a que legalmente todavía no se es ciudadano con deberes y obligaciones, es el proceso en el que se le va formando al individuo la importancia de que en un futuro sean los tomadores de decisiones. Existen pocas definiciones conceptuales al respecto, se habla de procesos de educar al ciudadano desde edades tempranas; el pre-ciudadano, es al que se le socializa desde edades tempranas y se le brinda un aprendizaje político temprano. El concepto de “pre-ciudadano”, queda especificado como etapa en la que todavía no se tiene el status

legal para ser ciudadano (García & Micco, 1997). En ese contexto, la investigación se realiza definiendo como “jóvenes” a los individuos que se encuentran en el rango de edad de entre 15 y 18 años, próximos a votar en las elecciones de Julio de 2012 o que fuera la primera vez que ejercerían ese derecho.

B) Cultura política y actitudes políticas: Diversos autores la han tratado de definir, los pioneros en el tema son Almond y Verba (1963), quienes afirmaron que la cultura política se construye día a día y está influenciada por los procesos de socialización a los que se enfrenta el individuo; el entorno familiar, escolar, laboral, etc. Es el conjunto de experiencias personales, normas, creencias compartidas por determinada sociedad (Sani, 1981) (Pye, 1997). Así mismo, Lane (1992) la define como el conjunto de creencia que tienen consecuencias políticas o que determinan prácticas sociales.

Después de revisar la literatura correspondiente al concepto, en esta investigación se define “*cultura política*”, como el resultado del conjunto de relaciones y de contextos a los que se enfrenta el individuo en el transcurso de su vida, se ve impactado por lo que le toca vivir, leer y escuchar. Es importante recalcar que esa cultura política alude a pautas específicas por las que atraviesa la sociedad, por lo que provoca actitudes en los individuos (IFE, 2002), por ello se hace la mención que la cultura política se expresa a través de actitudes de los individuos. Es lo que de alguna manera Almond y Verba (1963) explicaron al identificar los tipos de cultura política haciendo la diferencia entre parroquial, súbdita y participativa, basándose en las actitudes de participación o apatía de los ciudadanos. En ese sentido “*actitudes políticas*”, se conceptualiza, como el actuar de los individuos con respecto a la política, esto es, actitudes positivas o negativas hacia la política.

C) Conocimiento Político: Con respecto al concepto de conocimiento político, se afirma que es la gama de información objetiva que reciben los individuos a través de su historia personal (Delli Caprini & Keeter, 1996). Son el conjunto de conocimientos que se

pueden verificar objetivamente frente a opiniones subjetivas (Althaus, 2003). De esa manera se puede definir como “*conocimiento político*” el resultado de la relación entre lo sucedido y lo vivido y sus consecuencias, esto es, el individuo recibe una información y éste la analiza de diversas fuentes y hace el filtrado para quedarse con lo que él considera importante. Autores como Luskin, habla del concepto de conocimiento político como sinónimo de “sofisticación política” (Luskin, 1990), ya que considera que las personas que más conocimiento político tienen, están más interesados en seguir informándose al respecto, lo cual les genera una amplia visión de lo sucedido en la política, desencadenando en actitudes de participación e interés en la política.

D) Sentimiento de Eficacia Política: Cuando una persona tiene un acercamiento fuerte con temas relacionados a la política, tiende a sentir que puede repercutir en el sistema político, a esto se le denomina Eficacia Política (Campbell, 1964). Es el sentimiento de que la acción política individual tiene un impacto o incide en el proceso político (Reef & Keeton, 1993). En el marco de la investigación se hace uso del concepto de “*Sentimiento de eficacia política*”, como la percepción que tienen los individuos de poder tener influencia en el desempeño del sistema político, en la toma de decisiones y en el actuar de los políticos e instituciones políticas.

E) Interés político: Otro concepto importante en el terreno de estudio de las actitudes políticas es el de interés hacia la política. Es una de las actitudes que más influye en la participación política (Verba, Schlozman, & Brady, 1995). Mide la implicación psicológica de los ciudadanos en la política (Arnoletto, 2007). Por lo tanto se hace uso del concepto de “*interés en la política*” como los sentimientos y acciones relacionados con la muestra de disposición que tienen los individuos para acercarse a conocer sobre temas de política, así como también a emprender acciones relacionadas a cuestiones políticas, lo cual conlleva como resultado una participación política.

F) Participación política: La participación política para Conway (1986) es toda actividad de los ciudadanos dirigida a intervenir en la elección de sus gobernantes, así como también en la aplicación y formulación de políticas públicas (Anduiza & Bosch, 2004). Durante el proceso de investigación el concepto de “*participación política*” se definió como las acciones que los ciudadanos realizan en la búsqueda de ejercer sus derechos en cuestiones de política, esto es, emitiendo un voto, asistiendo a mítines, siendo miembro activo de un partido por mencionar algunos.

G) Cinismo Político: Disposición en la que los ciudadanos establecen una distancia entre la legitimidad del sistema y la baja eficacia del mismo (Linz & Stepan, 1996). Incapacidad para influir en el sistema y de que el sistema, a su vez, responda a las demandas de los ciudadanos (Torcal, 2001). En ese sentido, en el marco de esta investigación “*cinismo político*”, se definió como la percepción que el ciudadano tiene sobre el actuar de los políticos generando una total desconfianza y descontento hacia el sistema.

H) Medios de Comunicación: Otro concepto muy presente también en esta tesis es el de medios de comunicación, teniendo en cuenta que su información llega a grandes segmentos de la población y contribuyen a que la información política sea digerida y traducida para el público en general (McCombs & Evatt, 1995). En su papel de trasmisión de información hacia la población, los medios de comunicación han creado corrientes de apoyo o rechazo hacia ciertos temas, incluido el tema político. Debido a la importancia que tienen en el alcance y proceso de transmisión de información se consideran como grandes factores de socialización. Como “*medios de comunicación*” se consideró a todo aquel medio de trasmisión de información ya sea a través de internet, televisión, radio o escrito que en sus contenidos presente todo tipo de información incluida la información política.

I) Conversación política: Se establece, que son los niveles de conversación que tienen los individuos sobre temas relacionados con la política (Rojas, 2006). Para la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP 2008), es el grado de conversación sobre política que tienen los individuos con los diferentes segmentos de la población con los que se relacionan. Por otro lado existe una también la conversación que se da por internet como participar el *chats* o foros en línea, correo electrónico, *blogs* sobre política, etc. (Shah, Gotlieb, Hwang, Leem, Scholl & McLeod, 2007; Muñiz, Maldonado, Leyva, López, Saldierna, Hernández, Rodríguez, 2012. En esta investigación doctoral se utiliza el término “*conversación política interpersonal*”, como toda aquella conversación sobre política que se realiza cara a cara y la “*conversación política interactiva*”, la que se realiza a través de internet.

1.7 Modelo de Investigación.

En la tesis se utiliza un diseño mixto, tomando una muestra de jóvenes menores de edad próximos a votar en las elecciones presidenciales de 2012. En cuanto al estudio cuantitativo, se realizó una encuesta de los jóvenes estudiantes de bachillerato del AMM. En la aproximación cualitativa se procedió a la realización de grupos focales con un muestreo panel con estudiantes en dos momentos temporales: dos grupos previamente a las elecciones de julio de 2012 y otros dos posteriormente.

1.7.1 PRIMER ESTUDIO: Aproximación Cuantitativa.

Se desarrolló una encuesta aplicando parte del cuestionario (Ver anexo 1) que fue diseñado en el marco del proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Educación Pública (PROMEP), como Apoyo a la Incorporación de Nuevos profesores de tiempo completo (PTC) y por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz. Se tomaron del mismo los indicadores relativos a los conceptos antes descritos.

Para el análisis de los datos primeramente se realizó un análisis descriptivo de la muestra con la finalidad de conocer al sujeto de investigación, posteriormente se hizo un análisis de correlaciones para medir la relación existente entre los diferentes reactivos. En una siguiente fase de la investigación se utilizó una técnica de Regresión lineal múltiple jerárquica, debido a que es la más adecuada para hacer un análisis que detecte las variables que explican a las diferentes actitudes políticas analizadas en el estudio. Todo esto haciendo uso del programa estadístico IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 21. Posteriormente se realizó un análisis de ecuaciones estructurales haciendo uso del programa estadístico Smart PLS, esto con la finalidad de analizar si el conjunto de variables proporcionan significado a un constructo diseñado en teoría, si los constructos se ajustan al modelo teórico así como el tipo y dirección de las relaciones entre variables.

1.7.2 SEGUNDO ESTUDIO: Aproximación Cualitativa.

Se realizaron cuatro grupos focales, antes y después de las elecciones de julio de 2012, con muestras panel. El grupo focal es una herramienta efectiva para capturar la información sobre conductas sociales, tales como actitudes y percepciones (Macia, Woodsong, MacQueen, Guest, & Namey, 2005). Por ello, se consideró importante utilizarla para conocer cómo la política está presente en los jóvenes pre-ciudadanos. Mediante la interacción que presentan los integrantes del grupo, esta técnica permite conocer los puntos de vista de los participantes y, por ende, arroja los resultados necesarios para que el investigador pueda captar mejor las percepciones de los participantes.

El objetivo principal para el cual se utilizó también esta técnica es para identificar y capturar las percepciones que tienen los pre-ciudadanos con respecto a participar políticamente, qué los motiva a participar políticamente, de dónde obtienen información

política y sus hábitos de consumo de medios. Todo esto para identificar patrones de conducta política en este segmento de la población, así como también identificar su percepción en el proceso electoral que se vivió en el periodo de marzo-julio 2012, que abarca las campañas, debates, actuar de los candidatos y su proceso de toma de decisión del periodo de elección presidencial, ya que fue su primera vez como votantes presidenciales, así como también, saber cómo vivieron este proceso. Para el análisis de los datos se hizo uso del programa estadístico QSR Nvivo 10.

1.8 Estructura de la tesis.

La tesis está organizada en ocho capítulos. En el primer capítulo se especifica la metodología utilizada en la misma, mencionando los antecedentes, justificación, objetivos e hipótesis del trabajo de tesis. En el capítulo segundo se presentan las teorías de la democracia y participación política, haciendo una revisión teórica de la importancia de fomentar la participación y movilización política en las democracias como condición necesaria para su consolidación. En el tercer capítulo se presenta una revisión teórica del concepto de cultura política, desde su definición, conformación así como también una revisión de estudios que han tratado de explicar la manera en que se puede conformar la cultura política de una sociedad. En este capítulo también se hace una revisión del concepto de conocimiento político, el cual va de la mano de la cultura política, así como también de conceptos como participación política, cinismo político, interés en la política y sentimiento de eficacia política. Conceptos que representan las actitudes de los individuos que forman parte del juego político.

En el capítulo cuarto se hace mención del puente que constituyen los medios de comunicación, el cual permite que la población tenga un acercamiento hacia temas relacionados con la política. En este sentido, se revisan las diferentes teorías que tratan al respecto, desde los paradigmas de *malestar mediático* y *movilización política*. Este capítulo hace una revisión de diversas investigaciones en las que se muestra la evidencia

de cómo los medios de comunicación contribuyen en algunos casos a fomentar actitudes de desafección política y por el contrario, en otras situaciones contribuyen a generar actitudes de movilización social positiva, es decir, generar ciudadanos altamente participativos. Por su parte, en el capítulo quinto, se repasan los estudios sobre jóvenes y política, dejando de manifiesto la importancia de hacer un análisis de la incidencia y la relación de los jóvenes con la política, así como también la definición de pre-ciudadano. Se muestra evidencia del sentimiento y actitudes de los jóvenes ante la política en estudios previos y de esa manera sustentar teóricamente la importancia del tema de investigación.

El capítulo sexto describe el primer estudio de la investigación, de corte cuantitativo, mostrando el diseño de la investigación mediante encuesta, la muestra, el instrumento, la validez de las escalas e indicadores, el análisis correlacional y de regresiones jerárquicas múltiples con SPSS, así como también un acercamiento al uso de ecuaciones estructurales en la investigación por medio del programa Smart PLS. Posteriormente, en el capítulo séptimo se explica el proceso seguido para la realización del acercamiento cualitativo mediante la realización de los grupos focales. Se describe el método seguido y los resultados obtenidos, mediante el uso del programa Nvivo para el análisis de los mismos. Finalmente en el capítulo octavo se presentan las conclusiones y discusiones, así como recomendaciones.

CAPÍTULO II

DEMOCRACIA Y CULTURA POLÍTICA

En este capítulo se desarrolla el concepto de *Democracia*, su definición, implicaciones y procedimientos, así como su relación con el concepto de *Cultura Política*. Se hace un repaso teórico para revisar las implicaciones y roles que desempeñan las Instituciones Políticas así como también las de los ciudadanos, al proveerlos de los escenarios y herramientas que les permitan contribuir a la consolidación de la democracia. Todo esto explicándolo a través de la especificación y diferenciación de la Democracia Procedimental y Estructural, así como también haciendo mención de las Teorías sobre Democracia y Participación Política.

2.1. Definición de Democracia.

El concepto de Democracia ha sido utilizado por años para definir el proceso donde los individuos de un Estado tienen la capacidad de determinar el gobierno, sin terminar de comprender la serie de cambios y procedimientos que conlleva aplicarla o llevarla a cabo. Deriva del término griego *demos*, que fue utilizado por primera vez entre el año 500 y 250 AC con un alcance a los ciudadanos (Kornstanje, 2007), entendiendo que los individuos deben ser libres para expresarse y elegir en todo lo referente a las cuestiones políticas. La democracia también puede definirse como los lineamientos que dan las atribuciones para la toma de decisiones (Bobbio, 1987), así como también los procedimientos, en donde prevalece la voluntad colectiva de los individuos y los cuales participan de manera directa o indirecta en este proceso (Hans, 1980).

Así pues, la democracia puede definirse como el gobierno del pueblo, es decir, toda la población acotada por el status de ciudadano que puede elegir el rumbo de un país. En ellos recae la obligación de elegir a sus gobernantes, lo que implica el concepto participación, que puede concebirse de mejor manera cuando el pueblo posee las herramientas necesarias para tener acceso a la información que le ayudará a decidir el rumbo de un país. El principio democrático se centra en que las decisiones que afectan a la comunidad son tomadas por los ciudadanos son los que participan y deciden (Silva-Herzog, 1999), para lo que debe existir libertad, igualdad política así como instituciones estables y con legitimidad (Diamond & Morlino, 2005). Dicha legitimidad la proporcionan los individuos, pero para su consecución debe existir una ciudadanía activa que se involucre y tenga responsabilidades que no solo se circunscriban al voto. Los ciudadanos tienen derechos, así como también obligaciones, que se deben ejercer en el día a día. Por ello, la democracia no sólo implica vivir en ese régimen, sino que es necesario que se construya día a día con la participación activa de los ciudadanos (Arangure, 1983).

En su trabajo, Linz y Stepan (1996) afirman que se puede considerar democrático a todo aquel régimen que permite que existan preferencias políticas haciendo uso de la libertad de asociación, información y comunicación entre todos los participantes (gobernantes y gobernados). Las preferencias se verán reflejadas en las elecciones las cuales deben ser libres y limpias, debe existir el sufragio universal (Dahl, 1997), el derecho a competir por cargos públicos y sobre todo, participar en la toma de decisiones colectivas. Para Robert Dahl (1999), la democracia se presenta como el sistema político más aceptable debido a que garantiza ventajas por sobre otros sistemas políticos de gobierno por lo siguiente: a) Evita la Tiranía; b) Garantiza derechos esenciales; c) Otorga libertad general; d) Promueve la autodeterminación; e) Proporciona autonomía moral; f) Incentiva el desarrollo humano; g) Protege los intereses personales esenciales; h) Fomenta altos grados de igualdad política; i) Produce la búsqueda de la paz y j) Genera prosperidad en las sociedades.

Ha sido un punto común de creencia el pensar en la democracia como el sistema empleado por el gobierno, en el cual, aspectos como la soberanía y el poder reside en el pueblo, por medio de una elección de sus autoridades o representantes; un gobierno del pueblo (de acuerdo al significado literal). Para Sartori (2003) es el poder popular, es el sistema y régimen en el que el pueblo manda. Y siendo un sistema en el que el pueblo manda, esto implica la necesidad de que los individuos sean participativos y estén totalmente involucrados en el juego político. Esa es la importancia que el mantenimiento de una cultura política aceptable tiene para el desarrollo de la Democracia, pues es necesario formar o propiciar la presencia de ciudadanos que estén totalmente familiarizados con las concepciones y actitudes que son inherentes al funcionamiento de la democracia. Es decir, que cuenten con un aceptable nivel de conocimiento del sistema político y su funcionamiento y se involucren en el mismo a través de los mecanismos de participación previstos por el sistema.

2.2. Democracia Procedimental y Estructural.

La definición de Democracia Procedimental se formula desde 2 perspectivas: En primer lugar, tomando en cuenta los mínimos requisitos muy al estilo de Schumpeter (1983), para quién la democracia es "el acuerdo institucional para llegar a las decisiones políticas, en que los individuos ejerciten el poder de decidir por medio de una lucha competitiva mediante el voto del pueblo, además se identifican términos de voluntad del pueblo y bien común" (p. 317). Por otra parte, en que esos requisitos democráticos se pueden ampliar más allá de los requisitos institucionales.

Actualmente el concepto de democracia puede ser analizado desde el punto de vista *procedimental*, donde es vinculada primordialmente a los procesos de votación, elección del gobierno y la toma de decisiones, o desde un enfoque *estructural*, basado en las características ideales de participación, igualdad que una sociedad debe cumplir. Dahl

(1992) adopta una definición *procedimental* estableciendo un número de atributos para que una democracia pueda presentarse. En su definición de democracia procedural, el autor afirma que se refleja un régimen en los procedimientos que se siguen para la toma de decisiones políticas. Estos son los elementos decisarios es decir, una teoría indiferente ante los fines u objetivos a los que éstas se dirijan, se enfoca en el procedimiento e instrumentación de la toma de decisiones (Dahl, 1992).

Esos procedimientos buscan identificar el reconocimiento de los derechos y libertades de los individuos, la pluralidad en la sociedad, instituciones (Partidos políticos, voto), así como los principios procedimentales (regla de la mayoría). Un precepto de Bobbio (1997), quien afirmaba que la democracia entendida como régimen político no es otra cosa que un conjunto de reglas con procedimientos para la formación de decisiones colectivas. Según el autor, es el establecimiento de un conjunto de mediaciones institucionales (reglas), entre la sociedad civil y el Estado. En este sentido, es muy importante hacer énfasis en la participación política, dentro de la cual el voto tiene gran valor por ser visto cómo la única forma de participación. Los ciudadanos se limitan a ser simples electores, por lo cual su participación se limita a procesos electorales (Michels, 1976).

Además es necesario generar un procedimiento democrático en el cual se establecen criterios esenciales (derechos del hombre) de orden político democrático (Dahl, 1989), tales como el derecho al voto, derecho a ser elegido, derecho de los líderes políticos a competir para conseguir apoyos y votos, elecciones libres y justas, libertad de asociación y libertad de expresión. Por su parte, Touraine (1995) afirma que la democracia puede constituirse solamente cuando todos los derechos del hombre están garantizados, para lo cual debe cubrir los siguientes puntos: 1) respeto a los derechos fundamentales; 2) representatividad de los gobiernos y ciudadanía y 3) limitación de poderes de la élite política. Tomando en cuenta las elecciones libres y el derecho al voto, estos dos criterios permiten medir el desempeño del régimen democrático, ya que la elección libre se dará

cuando existe una razonable competencia política además de buscar la ausencia de los fraudes electorales. Y al tener el derecho al voto, se les concede y respeta la facultad de todos los individuos en condiciones legales de participar políticamente.

La importancia de una democracia procedural resuelve a la búsqueda de la expresión de los objetivos, es decir, en poner en práctica un sistema que permita realmente identificar y capturar las preferencias de los individuos como parte integradora del sistema, que se establezca un proceso de elección que sea igualitario y que quede impuesta la alternativa que es preferida por el mayor número de individuos. Todo esto, claro está, realizado por medio de un acto electoral, lo que se reduce en la democracia procedural a que siempre existan reglas claras y que las instituciones garanticen una competencia política de la competencia política electoral limpia (Ibarra & Moreno, 2007). Dentro de toda esa relación que se genera en el acto electoral, la vida política de la comunidad democrática tiene dos momentos fundamentales: el acto electoral y el periodo existente entre una y otra elección (Griggs, 2006). Formando lagunas entre periodos electorales y resumiendo el acto electoral en tres grandes momentos clave: el momento previo a la votación, el periodo de votación y el periodo posterior a la votación existiendo condiciones que aseguren la vigencia de la democracia en todo el ciclo.

En este proceso de intervención en los actos electorales, se puede definir a la democracia desde el punto de vista *estructural*, tomando en cuenta los criterios de participación (ideales de participación). La participación ciudadana en la política es uno de los componentes de la democracia (Anduiza, 1993). Los procedimientos políticos competitivos precedidos al aperturismo en la participación (Dahl, 1989). La evolución de la forma de participación política ha generado una concepción distinta de la ciudadanía y de la forma de expresión de la soberanía popular (Salazar & Woldenberg, 1997). Esta práctica ciudadana está ligada a una esfera donde los individuos interactúan entablando una relación con el Estado (Aguilera, 2009), fomentando la diversidad, el pluralismo y la tolerancia necesarios para una vida democrática. El ejercicio de esa ciudadanía, el

concepto de derechos humanos (civiles, políticos, sociales, económicos) y la participación política brindan una gobernabilidad democrática legitimada. La sociedad debe tomar un papel activo (Cárdenas, 2008).

Para que florezca la sociedad civil es necesario construir un estado robusto y competente (Fukuyama, 2004). De esa sociedad civil fuerte ya hacía mención Dewey en 1927, que afirmaba que todo miembro de una sociedad debe ser partícipe activo y tener conciencia de su responsabilidad social para colaborar en las soluciones, por lo tanto la democracia debe de garantizar el acceso al poder a cualquier ciudadano, no debe existir ninguna exclusión. Para alcanzar una democracia sólida y madura es necesario tener una base conformada por una cultura cívica política y comunitaria en la sociedad (Bernstein, 1991) y dicho ciudadano debe ser instruido (Dewey, 1992). Pero no se debe limitar la enseñanza a promover el voto, debe ser instruido para participar en todos los asuntos públicos, en buscar la rendición de cuentas. La participación ciudadana tiene la ventaja de que involucra a los ciudadanos en los asuntos públicos lo cual hace posible que se legitimen las decisiones, en este sentido, el concepto de ciudadano es de vital importancia para la conceptualización de la democracia (Santos, 2004).

2.3. Teorías sobre Democracia y Participación Política.

2.3.1. Teoría Realista o Elitista.

Desde la Teoría Realista o Elitista se entiende que la subsistencia de la democracia radica en el compromiso de la élite, la cual debe estar lo suficientemente preparada y contar con la debida experiencia. Al respecto (Michels, 1976) afirmaba que la democracia es una organización que requiere especialización para poder hacer diferencia entre los que dirigen y los que van a ser dirigidos, esto es, los individuos necesitan líderes para ser guiados. Por tanto, su rol en el juego político es un poco limitado, por lo que la participación del ciudadano no es tan importante, sino que lo relevante es más bien la

relación que se produce entre la élite y la masa. Uno de los defensores de esta corriente es Schumpeter (1950), para quién la democracia no ocupa que la masa que gobierne, sino que tenga la facultad de aceptar o rechazar a sus dirigentes, y estos adquieran poder de decisión debido a la lucha por el voto de la población. La democracia, por tanto, sólo es la forma de seleccionar a sus gobernantes, lo cuales se ven inmersos en una lucha o competencia electoral por medio de los cuales manipulan al electorado para llegar al poder (Perruzzotti, 2008).

Schumpeter (1950) también establece los lineamientos necesarios que considera necesarios para el éxito de la democracia: 1) Que la élite sea de calidad; 2) Que la decisión Política no se extienda; 3) Una buena Burocracia y 4) Serenidad Democrática (minorías en armonía y plena aceptación de las decisiones). Las élites de la democracia, en la búsqueda del poder, hacen uso de la publicidad partidaria y los slogans, a los cuales considera la esencia de la política y hacen que los representados sean vistos como una masa irracional y pasiva. Este pensamiento de Schumpeter (1950) específicamente establece muy claro que para que la democracia funcione y que esté en manos de una élite, es necesario que ésta esté bien preparada para poder representar a los individuos, así como que se cuente con un cuerpo burocrático eficiente y sobre todo que las minorías acepten a esa élite y reconozcan los resultados de la toma de decisiones con plena conciencia y sean totalmente acatados los resultados.

No es una democracia del pueblo, sino que más bien el autor la ve como la posibilidad que tiene todo aquel individuo que forma parte del electorado para elegir a sus dirigentes. El método democrático es aquel sistema institucional de gestación de las decisiones políticas que realiza el bien común, dejando al pueblo decidir por sí mismo las cuestiones en litigio mediante la elección de los individuos que han de congregarse para llevar a cabo su voluntad (Schumpeter, 1950), por lo cual la democracia es vista como un medio y no como un fin.

Por su parte, Bachrach (1973) establece que la democracia elitista tiene los siguientes requisitos: 1) competencia entre élites políticas y 2) y que éstas élites rindan cuentas ante sus electores, lo cual de cierta manera implica la participación de los individuos, así como la necesidad de un escenario económico y político que permita que exista una movilización en la clase dirigente y se dé la alternancia en el poder. Es decir, la sociedad es gobernada por la élite y los ciudadanos sólo deben de ocuparse de que ésta circule siempre manteniendo un sistema estable. Esa forma de ver la democracia implica que los individuos están conscientes de lo que quieren, así como que también son capaces de identificar lo que más les conviene y de esa manera tomar decisiones. Pero para que se dé ese proceso, debe existir la competencia por el poder político, lo cual promueve la lucha entre elites de diferentes partidos que buscan el poder.

Esta lucha de poderes provoca, como consecuencia, que los ciudadanos vean como única forma de participación el voto, porque sólo tienen la posibilidad de aceptar o rechazar a sus gobernantes cuando son convocados al proceso electoral. Así lo reconoce Robert Dahl (1987), quien afirma que este modelo de democracia sólo se centra en el proceso electoral ya que éste proporciona el control de los líderes por los no-líderes, una distinción entre los dirigentes y los dirigidos. Esto es debido en palabras de Michels (1976) a dos motivos: en primer lugar a la psicología de las masas, las que son consideradas incapaces de gobernarse así como inmaduras, por lo que necesitan, en segundo lugar, apoyarse en los líderes. Esto es, el grupo desea ser gobernado por una fuerza, necesita la autoridad que los oriente y gobierne (Adorno, 1991).

2.3.2. Teoría participativa.

Esta teoría surge como respuesta a los planteamientos de la teoría elitista, gestándose en el ambiente de los movimientos estudiantiles en los años 60's (Silva-Bonilla, 1997), a fin de plantear la manera en que se debe desarrollar la democracia. Su paso a las esferas de los gobiernos federales se da como el incipiente interés por parte de los gobiernos

nacionales en comprometerse de manera verbal con los ciudadanos y su interés en invitarlos a participar. Como ejemplo de este esfuerzo se puede mencionar la aparición del programa “*Community Action Programs*”, el cual surge apoyado por el Gobierno Federal de los Estados Unidos en 1964 (Mackenzie & Weisbrot, 2008). Sin embargo, para comprender completamente esta teoría es necesario definir qué se entiende por participación. Para Sartori (1998), puede definirse como “tomar parte en persona”, la cual se da de manera voluntaria por cada sujeto, por lo que se desecha el hecho de que se obligue a alguien a hacerlo.

La democracia participativa ha sido definida como “el uso de la democracia directa en varias formas y niveles” (Pennock, 1979). Es así como se puede concebir que la democracia participativa es aquella en la que los individuos toman sus propias decisiones. Esta propuesta enlaza con la tradicional visión de democracia de Rousseau (1972), quien en su obra “El Contrato Social”, considera que se centra en la adopción de decisiones políticas tomadas de manera individual. Estas decisiones individuales repercuten a nivel nacional, lo que se conoce como Soberanía Popular; la facultad de los individuos de elegir a sus representantes y que en ellos depositan todo el poder del ejercicio del Estado. Para ello es necesario lograr la igualdad política, beneficiando y afectando a todos por igual. De ahí la importancia de participar en el proceso de toma de decisiones políticas.

Por su parte, Mill (1966) afirma que la mejor forma de un gobierno es aquella en la que el ciudadano ejerce la soberanía así, como en la que también puede desempeñar alguna función pública. Con esto se pone en evidencia que la participación no solo se produce por medio del voto (hecho que hasta la actualidad sucede). Ahora bien, la participación por medio del voto se debe realizar de manera racional, hecho que se logra educando a la población a través de una serie de campañas de concientización de la población para ser políticamente activos. Este autor, considera que además de la participación se necesita competencia y eficiencia, esto es, que la participación aumente y

sea cada vez mayor para de esa manera reflejar los intereses de los ciudadanos. Y que a la vez influyan los que participan en los que no lo hacen para que de esa manera los que participan activamente vean por los intereses de los que no lo hacen. El ideal de Mill (1966) era un pueblo racional que debatía para conseguir el bienestar común.

Tabla 2.1. Comparativo entre las Teorías Sobre Democracia y Participación Política.

CATEGORÍA	TEORÍA PARTICIPATIVA	TEORÍA ELITISTA
-¿Quién y cómo debe participar	-Los interesados participan activamente en la toma de decisiones	-Los ciudadanos deben participar en la elección de los representantes pero no masivamente porque esa decisión es de los representantes
-¿Qué hay detrás de no participar?	-Insatisfacción	-Satisfacción en el funcionamiento del sistema político
-Consecuencias de una elevada participación	-Mejores ciudadanos y servidores	-Sobre carga de demandas e inestabilidad
Críticas	-No especifica mecanismos participativos. Presupone una ciudadanía activa	-Se despreocupa de actitudes de apatía política. -Restringe la relación entre ciudadanos y los políticos al ámbito electoral.

Fuente: Tomado de Andauiza, E. y Bosch, A. (2004).

La teoría Participativa y la Elitista tienen grandes diferencias con respecto a la forma de interactuar de los ciudadanos, instituciones y gobernante (Ver Tabla 2.1.). En la elitista se plantea como muy importante que las masas dejen en manos de sus dirigentes todo el poder y toma de decisiones, además de partir de la existencia de un alto porcentaje de apatía política o alejamiento del sistema por parte de la sociedad. Por otro lado, en la teoría participativa se plantea la necesidad de la existencia de unos ciudadanos más activos políticamente, que exigen sus derechos y los hacen valer a la hora de seleccionar a sus candidatos y al exigirles de alguna manera resultados.

2.4. Cultura Democrática.

La cultura democrática es conocida también como la democracia de la cotidianidad. Es decir, se trata de los patrones conductuales que surgen debido a las interrelaciones que se dan entre los individuos miembros de un Estado, los cuales son altamente enriquecidos por la diversidad existente (Max-Neff & Elizalde, 1989). Esto es, para que se genere esa cultura, son necesarios los factores de socialización entre los individuos, ya que es en esa relación donde se conforman los valores y percepciones democráticas que conllevan a comportamientos políticos activos. De acuerdo al Instituto Federal Electoral (IFE), cuando se habla de cultura política democrática se hace mención a la construcción cultural de la democracia.

Para autores como Habermas (2006), la socialización se produce a través de la construcción de la cultura democrática y se gesta desde la tradición deliberativa de la democracia, que busca sobre todo la participación política de los ciudadanos. Es necesario que estos sean más activos, que por medio de esa socialización vayan creando sus concepciones del mundo político, formando sus experiencias, sumadas al conocimiento y que les ayuden a emitir juicios para consolidar una cultura política (Habermas, 2006).

Sin embargo, para lograr obtener esta cultura democrática en los países, se debe realizar un trabajo constante, día a día, promoviendo que los individuos se inmiscuyan en las cuestiones de política. Es necesario que se construya un sistema participativo, siempre respetando las libertades de los individuos, como entes independientes y como miembros de una comunidad, y al pertenecer a esa comunidad la cultura política se puede modificar, desde una mirada multidimensional: individual, social, psicológica, espiritual, etc. (Salazar, 1990). En este sentido, es necesario analizar las condiciones sociales y económicas de los países, así como también las instituciones políticas que existen en una sociedad democrática, pues en ese trasfondo se van a gestar las actitudes políticas que van a estar presentes en esa sociedad democrática, cuyo resultado es la formación de una

cultura política democrática. Esa cultura política no es más que el resultado del entrelazado de relaciones y comunicaciones que tienen los individuos de una sociedad que lo conforman como un ente político. Un ciudadano democrático toma decisiones, participa, evalúa, juzga y objeta (Ichilov, 1990), pero ello se puede realizar siempre que se cuente con un aprendizaje político fundamental llamado “socialización política”.

El ciudadano debe ser educado para que de esa manera se fomente el que quiera participar en política, a entender su implicación importante, necesaria y efectiva (Maldonado, 2004). Es importante recalcar que la calidad de la democracia se da en la medida en que sus ciudadanos son participativos. Esta idea enlaza con la propuesta de la Comisión Internacional sobre la educación del siglo XXI de la UNESCO, la cual recalcó la necesidad de formar una cultura ciudadana que vaya gestando en los individuos esa necesidad de participar activamente en el desarrollo de su sociedad, así como en la formación de actitudes y aptitudes que edifiquen una cultura política democrática (UNESCO, 1994). Con este cambio en la cultura política democrática de los individuos se busca motivarlos para que sean más activos, que cooperen, dialoguen y ejerzan sus responsabilidades, por lo que es necesario contar con un buen sistema educativo.

También la Carta Democrática Interamericana de la Organización de Estados Americanos (OEA) plantea esta relación esencial que debe existir entre educación y democracia, ya que la considera necesaria para fortalecer las instituciones democráticas (Art. 16). Asimismo propone que los programas y actividades educativas se dirijan a promover la buena gestión y sobre todo los valores democráticos para fortalecer la institucionalidad política (OEA, 2001).

La importancia de la cultura democrática se centra en la “ciudadanía”, como su componente principal, considerando a los individuos como entes racionales, libres e iguales, con la capacidad de tomar decisiones y ser parte del entorno político de un país. En ese sentido, para Janoski y Gran (2002) el concepto de ciudadanía conlleva dos

connotaciones; el pertenecer a una comunidad política nacional y el de tener derechos civiles, políticos y sociales. Cuando el ciudadano es considerado como votante o elector, sólo una categoría jurídico-política está entrando en juego, ya que se le limitan sus derechos a un periodo de tiempo condicionado a procesos electorales tales como elecciones de representantes. Sin embargo, el ciudadano puede y debe participar en política en cualquier tiempo y espacio.

Debe ser un ente activo en política, no solo buscando la elección de sus gobernantes, sino también teniendo un compromiso con valores democráticos atentos y vigilantes a todos los actos del gobierno y buscando la manera de incidir en éste. Es decir, se necesita una sociedad conformada por ciudadanos con una cultura política democrática que estén atentos a la búsqueda de soluciones a sus demandas sociales, a hacerse escuchar y a saber pedir cuentas a sus representantes. Para ello es necesario que exista la confianza entre la ciudadanía y que las actitudes ciudadanas sean "tatuadas" en las experiencias cotidianas desde niños. En este sentido, Morín (2000) afirma que hay que humanizar al hombre, es decir, hacerlo consciente de las necesidades que tiene como ser individual y como miembro de la sociedad y que participe en busca de una mejora colectiva. Asimismo, Tedesco (1996) propone que la evolución del entorno social, económico y tecnológico hace necesario redefinir la manera de educar a la sociedad en especial al ciudadano.

El proceso de evolución ha hecho que el ser humano crezca y busque sólo su bienestar individual olvidándose que pertenece a una colectividad y que es parte de ella y, además, que al serlo, adquiere unos derechos y obligaciones. Por ello, la educación constituye un factor muy importante ya que es necesario formar a los ciudadanos para fomentar su participación en la política (Gallegos, 2001). La educación como herramienta en la construcción de una cultura democrática supone una regeneración del civismo, que se muestre el impacto que tiene el actuar individual en la colectividad, que el individuo tiene una responsabilidad social (IFE, 2002). De esta manera, la educación tiene en sus

manos comunicar, compartir y vivenciar principios democráticos y estrategias de aprendizaje para que se edifiquen pilares sólidos en la democracia de un país (Morin, 2000). Los jóvenes, entes primarios de los procesos educativos, pueden construir su cultura adquiriendo información, incorporando valores y logrando las herramientas necesarias para actuar y repercutir en la vida pública (Huerta & García, 2008).

El régimen democrático tiene la obligación de formar conciencia cívica en los ciudadanos, debe ser dinámico y promover las interrelaciones y el diálogo, el cual la fortalece y perfecciona (Salazar, 1990). Todo ese intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias que son promovidos dentro de un país con una cultura democrática sólida, ayudan a que se construya también una cultura política en el individuo, la cual constituye un “código subjetivo” que media entre el individuo y la vida política y por medio de éste que edifica su percepción de los políticos y a la vez norma su comportamiento (Peschard, 1996). El ciudadano es el eje rector de la democracia, es el portador de la identidad nacional por ello debe tener la capacidad de utilizar todos los instrumentos de la democracia para formar con su participación una sociedad sólida (Carazo, 1997).

La educación es un eslabón clave para la conformación de una democracia estable, siendo los ciudadanos el elemento fundamental de la misma. Por ello, es importante tener plena conciencia del papel que juegan y del rol que desempeñan. Toda sociedad democrática debe voltear para cuidar a sus ciudadanos y por ello es necesario comenzar los procesos de socialización política desde edades tempranas, en la etapa de la pre-ciudadanía. Cabe recordar que el ser humano no nace ciudadano, sino que tiene que hacerse en el tiempo y en el espacio (Perez-Serrano, 2000). En este sentido, diversos investigadores han centrado su interés en analizar este proceso. Autores como Fernández (2005), Ibarra (2003), López (2003), Nanteras (2007) y Tapia (2003) han iniciado una línea de investigación para diagnosticar el estado de formación de los ciudadanos en México,

tratando de identificar si estos sujetos son críticos de los procesos que se dan en la esfera pública.

Junto a ello, abordar el estudio de la formación de los jóvenes o pre-ciudadanos es para poder determinar cómo se están formando los ciudadanos del futuro. En México, de acuerdo a la Constitución Política Mexicana en su Capítulo IV, artículo 34, el status de ciudadano se obtiene al cumplir la mayoría de edad, lo cual confiere al nuevo ciudadano el derecho y la obligación del voto, aunque no exista sanción alguna, si éste no se emite. Ello puede llevar a la idea de que la participación de sus ciudadanos se produce por medio de las elecciones, aunque la realidad es diferente. En otras fracciones del artículo se hace referencia que los ciudadanos pueden libremente asociarse de manera pacífica para estar deliberar y hacer frente a diversos asuntos político, abriendo por tanto otros mecanismos de participación de la ciudadanía más allá del tradicional voto.

Pero, el texto de la Constitución Política Mexicana no hace mención en los ciudadanos que están en formación, los cuales ni siquiera son mencionados. Ello a pesar de que desde edades tempranas se debe ir forjando al ciudadano del mañana para que siga en la búsqueda de la consolidación de la democracia. La importancia de pensar en los jóvenes o pre-ciudadanos como futuros tomadores de decisiones políticas no es reciente. Ya la Asociación Internacional de Evaluación Educativa (IEA) ha conducido diversos estudios sobre educación cívica en adolescentes desde hace más de 20 años, esto debido a la importancia de la formación cívica como causal de transformación democrática.

El proceso de formación de los ciudadanos debe iniciarse desde edades tempranas, esto es, identificar en los niños a sujetos críticos, con conocimiento más o menos sofisticados de los actores y procesos que conformen la esfera pública (López, 2003; Nanteras, 2007; Tapia, 2003). Formar un ciudadano implica ir moldeando su personalidad, con valores básicos de convivencia en el entorno de una cultura democrática que lo haga convertirse en un ente activo dentro de los procesos políticos, que sea consciente de sus

derechos pero también de sus obligaciones (Maldonado, 2004). Esa formación del ciudadano no siempre ha sido vista como la formación de un ente participativo.

En México, por ejemplo, esta formación se limitó a una educación cívica generada en las instituciones educativas, vista solamente como una forma de transmitir el culto a los símbolos patrios, olvidando aspectos como realmente forman al ciudadano (Padilla 2005). Es decir, el aprendizaje ciudadano debe ser parte integral e inseparable de la formación del ciudadano, para que de esa manera puedan sentirse actores comprometidos, en palabras de Dewey (1992), el ciudadano es el “saber-hacer”. Es decir, que los individuos conozcan que tienen atribuciones por ser parte de un país, las cuales son sus derechos y obligaciones (Aguiló, 2008), por lo que el ciudadano es el actor principal dentro de la democracia.

La consolidación de una ciudadanía democrática tiene la necesidad de una vida asociativa y una opinión pública (Aguilera, 2009), además de que es una fuente de responsabilidades para edificar una vida política. De acuerdo a Schumpeter (1950), la democracia no sólo son las instituciones y los procedimientos sino una forma de vida que se va construyendo día a día gracias a las acciones emprendidas por los individuos que conforman la sociedad. Este ciudadano tiene las facultades de participar en el juego político de manera activa tomando decisiones. Para Peña (2000) el ciudadano debe de tener pertenencia a un grupo social (ciudadanía), derechos (votar y ser votado) y participación que es la manera en la que los ciudadanos son parte del juego político, lo cual es vital en toda democracia.

En todo el proceso que conlleva desarrollar una cultura democrática, así como el fomento de la participación del ciudadano, se puede ver que hay una alta consistencia entre educar a ese ciudadano y acrecentar su conocimiento político, pues ello lo llevará a tener una cultura política que lo hará capaz de tomar sus decisiones y estar dentro del juego de toma de decisiones del país, ya no sólo espectador, sino también jugador activo.

Es decir, es necesario formar ciudadanos capaces de tener opiniones que los lleven a incidir activamente en las decisiones. El hacer cada vez más fuerte a la democracia necesita que sus instituciones sean altamente reconocidos por parte de la población, por ello es importante enseñar el valor de la democracia y lo fundamental que es la participación.

La formación ciudadana debe empezar desde el aula de clases, pues dependiendo del modelo de ciudadano que se forme en ellas, así será el tipo de sociedad que se tendrá. Ello pone de manifiesto la especial necesidad de obtener una formación adecuada de los ciudadanos (Cerda, Egaña, Magendza, Santa Cruz, & Varas, 2004). En este mismo sentido, Petrus (1997) habla de la importancia de la educación social como parte de la socialización del individuo y como consecuencia la formación del ciudadano para una convivencia social. Por su parte, hace algunas décadas Freinet (1998) afirmaba que están estrechamente ligada la educación moral con la educación política, es decir, ésta última está inmersa en las cuestiones morales, por lo que no se puede ser moral sin ser buen ciudadano.

Por su parte, Maillú (1974) sostiene que la formación de un buen ciudadano se debe a la educación cívica que éste recibe, la cual le va a proveer el conocimiento para ser un ente libre y responsable que va a buscar hacer ejercer sus derechos y así mismo estar consciente de la importancia de cumplir con sus deberes. Una idea también mantenida en el Diccionario de las Ciencias Sociales para la Educación (1983), que hace énfasis en la importancia de proporcionar a los individuos los elementos necesarios para que llegue a ser un buen ciudadano y que pueda desenvolverse dentro de su comunidad. Como se puede observar, todos estos autores concuerdan con la importancia que se le debe de dar a la educación, como parte formadora de los ciudadanos de un país, y en que ésta debe de iniciarse de edades tempranas para que junto al cúmulo de experiencias que vayan recolectando en su proceso de crecimiento de niño-joven-adulto, los lleve a ser ciudadanos informados, conscientes y participativos, es decir unos ciudadanos educados.

La escuela sigue teniendo una efectividad social cuando se plantea el propósito de preparar a ciudadanos conscientes, críticos, participativos, creativos, comprometidos y solidarios (Sacristán & Murga, 1994). La democracia produce educación y la educación produce democracia (Bello, 2004). Y de ésta manera serán ciudadanos críticos, libres, participativos e involucrados. Como señala del Toro (1999), la democracia es “necesaria enseñarla y aprenderla” (p. 115). En todo proceso que conlleva el incremento de la cultura democrática y el fomento de la participación del ciudadano, se puede detectar que existe una alta consistencia en educar a ese ciudadano, acrecentando su conocimiento político lo que lo llevará a tener una cultura política que lo hará capaz de tomar decisiones y estar dentro del juego de toma de decisiones del país, pero ya no solo como espectador, sino también como jugador activo.

CAPÍTULO III

DEFINICIÓN Y FORMACIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA

En el presente capítulo se realizará una revisión de los diversos autores que han trabajado el concepto de cultura política, repasando sus diferentes definiciones del concepto de cultura política. También se hará mención de la definición realizada de otros conceptos, como el de conocimiento político, el cual es necesario en la conformación de la cultura política y que contribuye a la generación de actitudes políticas las cuales están fuertemente ligadas a la cultura política. Asimismo, se revisarán diversas actitudes resultantes de una baja o alta cultura política, tales como participación política, sentimiento de eficacia política, cinismo político o desafección política.

3.1. Definición de Cultura Política.

El debate acerca del concepto de Cultura Política ha generado diversas propuestas teóricas debido a que puede ser abordado desde diversos puntos de vista. Tal como lo menciona Ramos (2006), se puede encarar desde un punto de vista 1) psicológico, que proporciona una orientación de manera individual, tomando en cuenta la idiosincrasia de los individuos hacia la política como producto de sus percepciones y evaluaciones. También se puede analizar desde un punto de vista 2) sociológico, que se basa primordialmente en las orientaciones individuales hacia la política, solo el comportamiento, sin tomar en cuenta sus percepciones. Otro posible punto de vista del concepto es el 3) lingüístico, que parte de hacer análisis de los significados que puedan encontrarse en los discursos utilizados en los comunicados políticos. Finalmente, también

se ha desarrollado el punto de vista del 4) orden moral, que analiza la cultura política como una subcultura y una organización social, como la explicación de un orden normativo en cuestiones de política.

El concepto de cultura política surge como respuesta al intento de explicar la política haciendo uso de las interpretaciones psicológicas de los individuos, como son las orientaciones, así como también de las instituciones políticas (Millán la Rivera, 2008). Desde la época de la Grecia antigua, Platón se hace cuestionamientos con respecto a la forma en que se construyen los gobiernos en base a los valores y creencias de los ciudadanos. En épocas más recientes, Rousseau (1762) consideraba la ciencia política como las costumbres de una sociedad así como también la generación de opinión pública.

Ahora bien, para entender el término cultura política, primero hay que analizar lo que implica el concepto cultura. Berger (1989) afirma que es una característica humana que pasa de generación en generación, transmitida por medio de la comunicación y el pensamiento. Por su parte, Thompson y Wildavsky (1990) afirman que la cultura está integrada por tres elementos que son: 1) prejuicios culturales: valores y creencias compartidas; 2) las relaciones sociales definidos como patrones y 3) las relaciones interpersonales y la forma de vida (que es la combinación de los primeros). En ese sentido Parsons (1997) hace una reflexión en la que concluye que la cultura es la herencia o tradición social heredada, la cual también puede ser aprendida en el día a día por lo cual es compartida por los miembros de una sociedad lo cual conlleva a que la cultura sea producto de los sistemas de interacción social humana y determinante de los sistemas.

La Cultura Política, está fuertemente influenciada por el entorno en que vive el individuo, desde su familia hasta la sociedad de la que forma parte. Todo el actuar e información que recibe en el paso de su vida contribuyen a que se forme esa cultura política. Ésta es el conjunto de creencias, normas, costumbres que se han ido transmitiendo de generación en generación y forman parte de la identidad de una

sociedad, es una herencia obviamente orientada hacia formas de organización y procesamiento de percepciones de su entorno político. Ese referente de pautas adquiridas permite entender y ser parte del conjunto de dominación y sujeción que se da en las relaciones de poder y de autoridad de la vida política. El poder puede ser analizado desde el punto de vista individual, el cual al ser parte de la sociedad generará un poder social y otro político. Cabe recordar que la política en palabras de Weber (1977) es la lucha por el poder. Teniéndolo, se pueden dirigir las acciones y actuaciones de las personas (Lutz, 2012).

En esa relación de dominación el poder político no es más que la capacidad de que otro haga lo que de otro modo este no haría (Dahl, 1997). En ese sentido, la cultura política ayuda a entender cómo los individuos dentro de una sociedad son piezas que contribuyen a proporcionar o legitimar el poder de un gobernante. Pero para que eso suceda, el individuo debe de estar consciente del rol que juega dentro de la toma de decisiones políticas a las que se enfrenta.

Volviendo al concepto de Cultura Política, éste tiene su origen desde la escuela conductista de Almod y Verba (1963), quienes la definen como las orientaciones relativas al sistema político y sus componentes así como también las actitudes relacionadas con la función del mismo individuo dentro del sistema político. Este enfoque conductista afirma que la cultura política en una sociedad puede ser a nivel nacional en la que se interrelacionan las instituciones políticas y las instituciones sociales primarias como la familia, la iglesia y la escuela, mediante un proceso de socialización (Sabine, 1963). Se llegaba a la conclusión de que la cultura política implicaba conocer las opiniones de los ciudadanos sobre política, desde su sistema, entorno y el resultado de sus relaciones (*output*) tanto a nivel macro como a nivel micro. Es decir, tanto individuos, actitudes políticas y motivaciones. De acuerdo a este enfoque, la cultura política se basa principalmente en explicar las conductas de los electores con la finalidad de intentar descifrar el comportamiento de los votantes (Goddin & Klingemann, 1996).

Por el contrario, el enfoque marxista opina que la cultura política es el producto de una mayoría dominante que busca imponer sus códigos valorativos o una visión de la realidad a través de medios de transmisión, como lo pueden ser los medios de comunicación o el sistema educativo, a los segmentos de la población (Peschard, 2001). Por otro lado, tanto Pye (1997) como Giacomo Sani (1995), concluyen que la cultura política es el conjunto de experiencias personales, normas, creencias compartidas por determinada sociedad. Es el resultado de la historia personal de los miembros del sistema. Todo lo vivido y experimentado por el individuo tendrá repercusión en la cultura política de éste. Un planteamiento, por tanto, más constructivista.

En su planteamiento, Inglehart (1990) resalta que el peso de los valores y las actitudes que son compartidas en el seno de una sociedad y transmitido de generación en generación es lo que realmente conforma la cultura política. Wilson (1992) en su trabajo afirma que la cultura política es un conjunto de valores que estabilizan formas institucionales y relaciones jerárquicas en términos de constructos éticos autores como Rivas, Reguillo y Sánchez (1987), señalan que la cultura política no tiene que ver únicamente con la acción política, sino también con la acción social y la ideología. La cultura política es el contacto entre el actor social y el orden del que forma parte. Por su parte Lane (1992) la definía como el conjunto de creencias que tienen consecuencias políticas o que determinan prácticas sociales.

Se puede afirmar que la cultura política es la integración de una identidad colectiva. Forma parte de la vida diaria de todos los individuos como miembros de una sociedad. Es parte de la tradición, de las raíces de cada pueblo o nación. Depende de la naturaleza de la sociedad y sistema en el que habitan los seres humanos, sus tradiciones y educación. Se puede decir que está estrechamente vinculada con la vida diaria, no se puede quedar de lado y sólo presentarse en tiempos electorales, sino que es un componente básico del juego político diario que determina actitudes e influye en el

comportamiento político (Peschard, 2000). Se puede participar de muchas formas, y la cultura política es lo que hace que la sociedad se movilice y quiera participar.

El Instituto Federal Electoral (IFE), concuerda con que alude a pautas específicas por las que atraviesa la sociedad, lo cual provoca actitudes en los individuos y ciertos comportamientos, lo que hace la diferencia entre actitud política como componente de la cultura política, que no es más que la inclinación hacia asuntos políticos y la ideología, que es más bien doctrina de pertenencia a un grupo.

Retomando a Almond y Verba (1970), como pioneros en el estudio de la cultura política, en su trabajo establecen que la cultura política de una nación consiste en la forma de distribución de las pautas de orientación de objetivos políticos entre los miembros de una nación. Por ello, constituye un elemento de fundamental importancia para la vida política actual, al ser un factor necesario para consolidación de la democracia. Ello debido a que es a partir del conocimiento de los valores, creencias, convicciones y conductas de los ciudadanos en una sociedad determinada que se puede comprender e incidir en la posibilidad de construir y garantizar la solidez y permanencia del proceso de democratización en el respaldo de las instituciones políticas y que se legitimen sus procesos en el que la participación ciudadana, como comportamiento político no se ha consolidado. La cultura política establece las pautas y los límites de conducta de los ciudadanos (Leis, 2006). Por ello, el rechazo, apatía y desafección que se tiene sobre los asuntos políticos es el resultado de una mala cultura política.

3.2. Formación de la Cultura Política.

Hablar de cultura política implica hacer mención específica de las orientaciones políticas, de las posturas, actitudes con respecto al sistema político. Se trata de un concepto que remite a los sentimientos, conocimientos y valoraciones de la población (Almond & Verba, 1970). Es el conjunto de actitudes, valores y conocimiento hacia la política de una determinada población. Como se mencionó anteriormente, la cultura

política está enmarcada por diversos factores que la alimentan. Almond y Verba (1970) aseguran que es después de la Segunda Guerra Mundial cuando surge el auge de este concepto, debido a la confrontación de los dos modelos de participación estatal: por un lado el modelo de democracia como forma de gobierno en la que se consideran las decisiones de los ciudadanos y por otro el autoritarismo en el que los ciudadanos son súbditos, solo obedecen órdenes, por lo que los autores consideraban que la cultura política se expresa de acuerdo al sistema y a las instituciones que lo conforman.

Tabla 3.1. Dimensiones de la Cultura Política.

Dimensión	Rasgos Distintivos
Dimensión Cognitiva	Toma como referencia que los individuos tienen un conocimiento, información que les ayuda a formar sus actitudes y predisposición a participar en cuestiones políticas.
Dimensión Afectiva	Está más relacionada con la socialización política, se basa en el grado de identificación con el sistema.
Dimensión Evaluativa	Utilizando, las dos anteriores, es decir, teniendo un cierto nivel de conocimiento e identificación con el sistema, los individuos tienen la capacidad de evaluar el sistema político (Sotelo, 1992).
Dimensión Conativa	Fomenta en los individuos a que sean más participativos.

Fuente: Elaboración propia, información tomada de Almond, G (1956) y Parsons, T.; Edward, S. (1955)

La construcción de la Cultura Política implica varias dimensiones (Almond G. , 1956) (Parsons & Edward, 1955) (Ver la Tabla 3.1). Así, se hace la diferenciación entre orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas aplicadas al sistema político analizando desde el punto de vista de la historia, nación, constitución, además de hacer mención de que el sistema político tiene entradas y salidas (*inputs* y *outputs*). Por *inputs* se entenderá la estructura, los roles políticos, procesos de decisión, mientras que por los *outputs* son las decisiones legislativas, administrativas y jurisdiccionales además de la percepción que

tenga el actor, en este caso los ciudadanos en el marco del sistema (Almond, 1956; Parsons & Edward, 1955).

De acuerdo a este esquema, una cultura política estará más cerca de ser democrática en la medida que la valoración cognitiva supere a las otras, sobre todo a los afectivos, esto es, entre más conocimiento y capacidad de razonamiento tengan los individuos, tendrán más elementos para poder hacer una evaluación que los lleve a tener mejores actitudes políticas en las que quieran participar y ser parte del juego político. A partir de la combinación de dimensiones se pueden identificar 3 tipos puros de cultura política entre los ciudadanos (Almond & Verba, 1963):

- 1) La cultura política *parroquial*: los individuos no conocen del todo el sistema y no se conciben con la capacidad para influir en él, es representativa de sociedades tradicionales.
- 2) La cultura política *súbdita* o *subordinada*: el individuo es consciente del sistema político pero se considera subordinado a este más que participante y por lo tanto no se involucra en la formulación o estructuración de las decisiones y se involucra más en las medidas políticas del gobierno).
- 3) La cultura *política participativa*: los individuos están plenamente conscientes del sistema político y consideran que pueden contribuir e influir en la formulación de políticas públicas. Están plenamente convencidos que son parte fundamental para el funcionamiento del sistema.

Almond y Verba (1963) concluyen que una democracia estable es posible en las sociedades en donde existe una cultura política participativa, pero hacen la afirmación de que es importante tener un equilibrio entre las tres. Es decir, contar con un modelo mixto al cual denominan cultura cívica, el cual supone la existencia de individuos activos e

interesados, responsables y solidarios que expresan sus preferencias pero sin rechazar a una élite gobernante. La tipificación de la cultura política muestra la diversidad del comportamiento político que puedan presentar los individuos de determinado sistema político y gira en torno a cómo el ciudadano percibe el poder político y que actitudes toma hacia ellos. Por su parte, Rosenbaum (1975) señala que existen dos formas de estudiar la cultura política:

- a) Individual: a través de enfoques psicológicos que están dirigidos a elementos esenciales del sistema político tales como: sentimientos, símbolos, instituciones, etc.
- b) Orientación colectiva: la gente hacia elementos básicos de un sistema político: cómo evalúa sus instituciones.

El estudio de la cultura política en los últimos 40 años se ha centrado con el análisis que se hace entre la esfera pública, la vida política y los miembros de una comunidad. En el mismo sentido, Dahl (1996) hace referencia a la cultura política, como factor que ayuda a determinar la forma de entender la política y se orienta a acciones colectivas tales como la opinión pública. En este sentido, tanto Dahl como Rosenbaum concuerdan en que la cultura política puede generar en la población movilización, gestar ciudadanos participativos y activos convirtiéndose en engranes importantes en la democracia de un país. La cultura política es vista como un factor fundamental para la democracia.

Una cultura política no se adquiere de una vez, en una sola exposición, sino que se logra a lo largo de toda la vida de la persona. Hace referencia a una serie de pautas arraigadas y movimientos específicos por los que atraviesa una sociedad que se conforman por el trabajo de diversos estímulos, entre ellos, los medios de comunicación. Autores como Álvaro Moisés (1991) plantea que la cultura política se da en dos segmentos: 1) en el mercado y 2) el resultante de experiencia política concreta como

miembro de una comunidad política. El desarrollo ciudadano es un proceso de vida personal y social. Por su parte, autores como Ponte (1993) ven a la cultura política como la posibilidad de que los actores políticos calculen sus decisiones políticas en base a reglas no rígidas del juego y que como producto de esa reflexión se generen acciones política que constituyen las actitudes políticas.

En México, de acuerdo a Peschard (2000), se requiere cuanto menos los siguientes elementos para tener una cultura política: contar con una ciudadanía que está interesada en participar en cuestiones de política, que busca ser escuchada, la existencia de una sociedad abierta cuyos miembros tienen sentimientos de eficacia activa, que sienten el impulso de expresar sus inquietudes porque consideran que las instituciones les dan el respaldo necesario, tienen confianza en ellas. En este sentido, es importante fijarse en los jóvenes que aunque todavía no son ciudadanos, ya cuentan con una cultura política que les permitirá dirigir sus actitudes hacia la política. Es necesario que estos sujetos comiencen a acumular experiencias ciudadanas, en donde el estado juegue un papel crucial no reducido a formar ciudadanos, sino más bien buscando transmitir los conocimientos que hagan posible la participación.

Como se recordará, la teoría sobre la democracia participativa defiende la necesidad de una participación activa de los ciudadanos -informados y con confianza en las instituciones- en la toma de decisiones, lo que constituye el elemento fundamental para la democracia estable (Pateman, 1970). Por ello, es crucial contar con ciudadanos informados, lo que denota la importancia que tiene el conocimiento político en la conformación de una cultura política saludable. Se puede afirmar que la cultura política está directamente relacionada con el conocimiento que se tiene de los fenómenos políticos de la sociedad (Durand, 1993), por lo que se trabajará este concepto a continuación.

3.3. Conocimiento Político.

En el apartado anterior se habló de la cultura política y de su importancia para la consecución de sociedades más democráticas. Un concepto muy ligado a éste es el de *conocimiento político*, pues forma parte de esa cultura en formación. Se puede así asumir que entre mayor conocimiento sobre política del individuo, mayor cultura se tendrá. Y no hay que olvidar que los ciudadanos informados se consideran un cimiento crucial de la democracia (Dahl, 1979). El conocimiento político puede definirse como el conjunto de conocimientos que se puedan verificar objetivamente frente a las opiniones subjetivas (Althaus, 2003; Delli Caprini & Keeter, 1996). También se describe como la gama de información objetiva acerca de la política que se almacena en la memoria a largo plazo, una compilación de información que está basada en la experiencia personal y la información que reciben los individuos a través de su historia personal. Esto es, se genera conocimiento como resultado de la relación entre lo sucedido y vivido con las consecuencias que deriven de esas experiencias.

Si se observa el conocimiento como un proceso, sería aquel por medio del cual un actor político asimila de manera teórica y práctica los fines y medios por los cuales puede actuar en el ambiente político, que varía de acuerdo al individuo aun estando en el mismo contexto (Garretón, 1993). Algunos autores hacen referencia a que el conocimiento político remite al hecho de que los individuos tienen conocimiento sobre el sistema político en general (Milner, 2007), mientras que otros agregan a esta concepción que los ciudadanos deben tener una información sobre situaciones políticas específicas, tales como las propuestas y debates que se desarrollan en el contexto de las campañas políticas, la cual les ayudará a tomar la decisión de emitir su voto (Prior & Lupia, 2008).

De acuerdo al Diccionario Electoral (INEP, 2002), el conocimiento político es la información que los individuos tienen acerca de la política y del funcionamiento del sistema político, el cual constituye una herramienta fundamental para emitir juicios

políticos razonados, decidir sobre votaciones, sobre apoyos a programas de gobierno, etc. Con todo, este organismo considera que en la mayoría de los países este conocimiento es bajo, algo que también ocurre en México. El conocimiento también se ha descrito como el nivel de entendimiento que poseen los ciudadanos sobre el funcionamiento político en el que están inmersos (Brussino, Sorribas, & Medrano, 2008), el cual les ayudará a expresar sus preferencias y a elegir a sus representantes. E incluso dentro de los estudios de ciencia política y comunicación política hay una corriente de autores que tienden a considerar el conocimiento político como un sinónimo de la sofisticación política (Luskin, 1990), grado de atención política (Zaller, 1992) e información política (Althaus, 2003).

El conocimiento contribuye a predecir actitudes (Bartle, J. En Ch. Pattie, D. Denver, J. Fisher y S. Lundlam (Eds.), 1997), ya que si se le proporciona ciertos elementos cognitivos a los individuos se puede condicionar para que desarrollem cierto patrón de comportamiento y que actúen de cierta manera. El conocimiento político le permite al individuo tomar decisiones de forma racional (Downs, 1957). Pero ello siempre va a tener que realizarse tomando en cuenta sus intereses, los cuales deben de estar bien definidos como individuos y como miembros colectivos, además de ser determinante de la racionalidad instrumental de los individuos (Delli Caprini & Keeter, 1996; Zaller, 2004). Ese mismo conocimiento les va a permitir identificar las acciones que tienen que realizar para mantener la estabilidad de la comunidad, su desarrollo y evolución. Una acervo de información política que posibilita a los individuos mejorar sus elecciones políticas, promoviendo una competencia cívica, algo sumamente importante para dar estabilidad a la democracia (Almond & Verba, 1963).

El conocimiento es un elemento necesario para el desarrollo de la cultura política de la población, puesto que ayuda a que los individuos entiendan el sistema político, su estructura y cómo pueden contribuir a éste, es decir, que sean sofisticados políticamente hablando en términos de (Luskin, 1990). La forma cómo los individuos se van a enfrentar y participar en cuestiones de política determina en gran medida sus actitudes políticas. Un

menor conocimiento implica una menor participación y reproduce una desigualdad entre los habitantes de un estado (Soule, 2001). Así, Fraile Maldonado (2007) afirma que el conocimiento político puede considerarse como el acumulado de información notable para comprender e involucrarse en el terreno político, y que incluye la comprensión del sistema político, su estructura, funcionamiento así como sus protagonistas.

Un punto importante tener en cuenta es el hecho de que altos niveles de conocimiento político normalmente se han encontrado asociados a mayores recursos económicos (Althaus, 2003; Delli Caprini & Keeter, 1996) (Althaus, 2003), algo que podría deberse a la posibilidad de tener mayor acceso a la información y a mejores instituciones educativas, etc. por parte de este segmento de la población. Por su parte, Zaller (1992) encontró evidencia de que al tener mayor conocimiento político, el individuo es más propenso a recibir y comprender los mensajes y estímulos de los medios de comunicación que los que tienen escaso nivel de conocimientos. Por tanto, los ciudadanos con mayor conocimiento son capaces de seleccionar los contenidos así como filtrar la información presentada, es decir, son individuos más críticos y más receptivos de la información. Esta facilidad para discriminar información así como el interés en cuestiones de política pueden ser desiguales entre los ciudadanos, teniendo en cuenta que niveles de educación y económicos bajos y contar con menos conexiones son factores que generan sentimientos de participación desigual (Soule, 2001). Por lo tanto, se puede considerar que los ciudadanos más informados en política presenten una mayor propensión a participar en política (Fraile, 2011).

El estudio del conocimiento político sugiere que los ciudadanos deben estar informados si quieren participar en una sociedad democrática y ser parte del juego político. Una democracia estable, necesita ciudadanos críticos con niveles de conocimiento elevados que les permita entender el papel que juegan dentro de los procesos democráticos de un país. Ahora bien, se ha explicado la conceptualización y la conformación de la cultura política y su relación con el conocimiento político, es

importante considerar que esa cultura política van a desencadenar o propiciar acciones de los actores o sujetos políticos como pueden ser las actitudes (De Diego Romero, 2006).

3.4. Actitud Política.

Las actitudes políticas se consideran aspectos claves que representan el grado de identificación de los individuos con el sistema político, esto es, las tendencias orientadas en el juicio y la acción. La actitud puede definirse como el conjunto de sentimientos, pensamientos y predisposiciones de los individuos para actuar hacia algún aspecto del entorno (Secord & Backman, 1964). También se hace referencia a que es la predisposición aprendida para responder consistentemente de manera favorable o desfavorable hacia el objeto de la actitud, en este caso la política (Fishbein & Ajzen, 1973).

Autores como Morales (1999) consideran que las actitudes tienen una carga afectiva y llena de emociones que refleja los deseos, las voluntades y los sentimientos de los individuos, por lo que se considera que las actitudes son adquiridas mediante la experiencia de la vida individual y no innatas además de ser cambiantes (Tejeda y Sosa, 1997). La noción de actitud integra las dimensiones cognitivas (representación) y motivacionales (acción) en la forma de tomas de posición evaluativa de los individuos frente a situaciones o elementos del mundo, en este caso, político (Eagly & Chaiken, 1993; Robinson, 1976). Para Germani (1966), la actitud es la “disposición psíquica” hacia algo, lo cual lleva al individuo a actuar o tener cierto comportamiento en base a decisiones tomadas considerando su experiencia y conocimiento. Las actitudes se van formando de acuerdo al temperamento de cada individuo, influenciadas por sus experiencias así como por diversos factores sociales del contexto social en el que viven.

En el terreno de la política, las actitudes se refieren a tendencias psicológicas generalizadas de los individuos, es decir, a inclinaciones hacia una u otra toma de posición u otra frente aspectos estructurales del mundo político (Haye, Carvacho, Gonzalez, Manzi, & Segovia, 2009). Se puede decir que es la forma en que los ciudadanos expresan su

interés en ejercer sus derechos políticos, incluyendo su derecho a participar en el ejercicio del poder político como miembro de un cuerpo investido con autoridad política o como elector. El sentimiento en la población de querer ejercer sus derechos como ciudadano, ser un ente participativo (Hagopian, 2007; Marshall, 1997). Es la inclinación o disposición de asuntos políticos particulares (IFE, 2003). Para autores como Inglehart (1990) una cultura política es un sistema de actitudes, valores y conocimientos ampliamente compartidos en una sociedad. Para Lijphart (1999) las actitudes políticas no sólo abarcan la orientación individual hacia las entidades políticas sino que dan forma a la cultura política de la sociedad, constituyendo un reflejo del sistema.

De acuerdo al Diccionario Electoral, las actitudes se pueden formar a partir de diversas influencias tales como, el medio ambiente, la familia, compañeros de trabajo, los medios masivos de comunicación, los grupos de presión, líderes de opinión (Martínez Silva & Salcedo Aquino, 2006). Con todo, hay que recordar que la actitud es una disposición persistente que condiciona las reacciones ante situaciones políticas, aunque tienen la capacidad de poder cambiar (Arnoletto, 2007). Al respecto, Abramson (1987) analizó la forma en que se cambian las actitudes mediante el estudio de los sentimientos de confianza política, de eficacia que contribuyen a la participación política, es decir, la idea del ciudadano de poder incidir en las decisiones del gobierno, que sus opiniones y acciones realmente son escuchadas y tomadas en cuenta. Para ello tomó como referencia las propuestas de Converse (1964), quien sugirió que si las actitudes llegaban a ser inestables, los ciudadanos podrían cambiar de manera de pensar de acuerdo a la influencia provocada por los cambios generados en los actores políticos así como en los procesos políticos.

También ha sido objeto de estudio la conformación de las mismas. Por ejemplo, Froman (1967) afirma que las actitudes políticas tienen dos componentes; uno afectivo: si algo le gusta o no y otro cognitivo: si el individuo cree. Ello pone de manifiesto que las actitudes tienen componente evaluativos y de creencia con dirección e intensidad. Claro

está que el grado de creencia está relacionado con la calidad de la información que se tenga, de ahí que el conocimiento político influya directamente en desencadenar actitudes políticas en los individuos. Por su parte, Morales (1999) considera que las actitudes están conformadas a través de tres componentes: 1) Cognitivo: que incluye las creencias, valores y conocimientos; 2) afectivo: contradicen la base de las creencias y es más relacionado a emociones ante el objeto de la actitud, en este caso política y, 3) un conativo: concerniente a las evidencias de actuación en favor o en contra de una situación.

Sin duda, los valores transmitidos por la sociedad están relacionados con las actitudes políticas, las que orientan el comportamiento del ciudadano (Feldman, 2003). Esas actitudes generadas en el individuo llevan a que quieran participar, quieran ser agentes activos en la toma de decisiones, que se consideren una parte importante para el buen funcionamiento del sistema. Las actitudes políticas al ser el resultado de la relación entre la información política adquirida y el conocimiento político mantenido por el individuo, contribuyen a la formación de sentimientos contrapuestos con respecto a lo que es ser parte del contexto político en el que se encuentra. Y ello debe derivar necesariamente en la participación en cuestiones de política, lo que va a estar determinado en gran medida por sentimientos como el de eficacia política, el interés hacia la política o el cinismo político que a continuación se definen.

3.4.1. Sentimiento de Eficacia Política.

La eficacia se refiere a la creencia sobre la posibilidad de que una acción puede modificar o cambiar una situación (Muller, 1982). Se manifiesta como un sentimiento de que la acción política individual tiene, o puede tener, un impacto sobre el proceso político, el sentimiento de que el cambio político y social es posible y que el ciudadano puede jugar una parte en la consecución de este cambio (Campbell, 1964). Se describe como el efecto experimentado por los ciudadanos con respecto a su capacidad para incidir en el sistema político (Reef & Knoke, 1993). Este concepto está fuertemente ligado con el de

participación política (Wolfsfeld, 1986). Esto es, un individuo con elevados niveles de eficacia política tendrá la percepción de tener la capacidad de poder entender lo relacionado a la política y de esa manera poseer la conciencia de que es un actor que puede incidir en este ámbito, creyendo que el sistema toma en cuenta sus necesidades (Moreno, 2012).

Este sentimiento de ser tomados en cuenta por parte de los gobernantes nace junto a la generación en los ciudadanos de confianza en el gobierno. Gracias a ello considerarán que son parte importante del él. Por lo tanto, está relacionado con altos niveles de participación política. Puede expresarse de dos maneras, mediante una *eficacia interna* que implica que el individuo crea que puede entender la política y por lo tanto participa en ella; o bien mediante una *eficacia externa* en la que existe la creencia de que el gobierno responde a las exigencias de ellos (Coleman & Davis, 1976; Riedel & Sullivan, 2001). En el caso de México, Roderic Ai Camp (1999) presenta resultados de la encuesta *Angeles Time* sobre eficacia política, en la que según sus datos, en los 60's en México el 38% de los encuestados creía que podía cambiar las condiciones del sistema, para 1990 se mantenía en un 35%, mientras que en Estados Unidos el 54 % creía que sus decisiones podían afectar al gobierno, además mostraba evidencia de que bajos ingresos generaban un sentimiento de menos eficacia política.

En la generación de ese sentimiento tienen presencia diversos elementos. En ese sentido, en el estudio de qué elementos influyen en su gestación se analizan variables como la edad, en el que se encuentra que a menor edad menor sentimiento de eficacia política (Abramson, 1983). Así como también el hecho de que existe una correlación positiva entre el hecho de ir a votar como forma de influir en los procesos político y elevados sentimientos de eficacia política (Moreno, 2012). Además se analiza desde el punto de vista de confianza en las instituciones, si los ciudadanos confían en las instituciones lo harán en el sistema también (Miller, 1974). Individuos con sentimientos de

eficacia elevados muestran que como ciudadanos están involucrados en el sistema político, es un índice de salud de los sistemas democráticos (Sharoni, 2012).

Además, los jóvenes que mayor conocimiento político son los que tienden a participar más activamente en cuestiones de política, pues consideran que es fundamental para incidir en las decisiones y planes de acción del sistema político, es decir, son tomados en cuenta, por lo tanto, la eficacia política se considera como un determinante de la participación política (Campbell, 1964). En ese sentido, los jóvenes que mayor conocimiento político tienen normalmente son los que tienden a participar más activamente en cuestiones de política porque consideran que es fundamental para incidir en las decisiones y planes de acción del sistema político, es decir, son tomados en cuenta. Se podría por tanto concluir que estos jóvenes son quienes mayor nivel de eficacia política presentan (Brussino, Rabbia, & Sorribas, 2009).

3.4.2. Interés hacia la política.

Una de las manifestaciones más importantes de las actitudes políticas es el interés en la política. Si no hay una atención hacia la política, el ciudadano no será capaz de saber si le afecta no, no contará con la información adecuada sobre el tema y no será capaz de transmitir sus demandas al sistema político. Por ello, que se presenten en el ciudadano niveles de interés hacia lo que ocurre en el sistema político es de especial trascendencia, pues permitirán al ciudadano exponerse a lo que en el mismo ocurre, obteniendo la información precisa para el desarrollo de su participación. Al respecto, se ha detectado que los jóvenes con mayor conocimiento político tienen una actividad normalmente más positiva hacia la política (Matías, Damian, Quintero, Serna, & Torrejón, 2012). Por ello, el interés por la política es una de las actitudes que más influyen en la participación política (Verba, Schlozman, & Brady, 1995).

En su trabajo, Van Deth (1990) afirma que el interés en la política representa un compromiso político por parte de los ciudadanos, distinguiendo hasta tres tipos o niveles del interés político: 1) Interés subjetivo, 2) Importancia atribuida a la política y 3) Relevancia atribuida a la política. Con todo, el autor mantiene que en todo sistema democrático los individuos deben de tener un mínimo nivel de interés esto con la finalidad de que conozcan los procesos políticos. Retomando esta idea, Arnoletto (2007) define el interés como el indicador utilizado para medir la implicación psicológica de los ciudadanos en la política, también conocido como interés político subjetivo. Es el interés que posee un sujeto o grupo sobre los asuntos políticos, o al menos sobre los resultados de éstos (Klesner, 2003) (Sabucedo & Cramer, 1991) (Soule, 2001). Por su parte Dahl (1989), afirma que el interés de una persona por elegir se basa en el mayor conocimiento y experiencia posible.

El interés hacia la política es uno de los principales elementos de la participación política, e implica la importancia que se atribuye a la política y la medida en que se discute política (Klesner, 2003). Por su parte Sabucedo y Valiño (1985) y Van Deth (1990) ejemplifican la relevancia de esta variable para distinguir entre sujetos activos y pasivos políticamente hablando. Los individuos que más son activos políticamente hablando con los que presentan elevados niveles de interés en estos temas. Este último autor señala que uno de los hallazgos mejor establecidos en la investigación sobre la opinión pública es la posición crucial del concepto *interés en la política* en los esquemas que unen los factores sociales y psicológicos a las actitudes políticas y conducta (Van Deth, 1990). El interés por la política necesita de un conocimiento y una participación política. Unos ciudadanos con conocimientos sobre la política presentan mayores niveles de atención hacia asuntos públicos (Soule, 2001).

3.4.3. Participación Política.

Puede definirse como toda actividad de los ciudadanos dirigida a intervenir en la elección de sus gobernantes, en influir en la formación de la política estatal (Conway, 1986). Anduiza y Bosch (2004), consideran que es la acción de los ciudadanos que buscan influir también en los resultados de los procesos políticos tales como elecciones a cargos públicos, aplicación y formulación de políticas públicas, manifestaciones, asociaciones de carácter político. Sin la participación de los ciudadanos en el proceso político la democracia carece de sentido y de legitimidad. No hay que olvidar, como señala Sani (1995), que una ciudadanía informada y atenta a la política contribuye a establecer un ideal democrático.

Según Gianfranco Pasquino (1994) la participación política es un conjunto de actos y de actitudes que buscan "influir de manera más o menos directa y más o menos legal sobre las decisiones de los detentadores del poder en el sistema político o en cada una de las organizaciones políticas, así como en su misma selección", todo ello a fin de conservar o modificar la estructura y los valores del sistema de intereses que domina en la sociedad (p. 25). Puede definirse también como las actividades de los ciudadanos que están relacionadas en la toma de decisiones para la elección de gobernantes o para contribuir en una política del estado (Almond & Verba, 1963). Por su parte Verba, Norman y Kim (1978) afirman que la participación debe ser analizada desde las siguientes dimensiones:

- 1) Grado de influencia que se ejerce a través de la actividad
- 2) Amplitud del resultado a obtener, según se produzca un beneficio colectivo.
- 3) Grado de conflicto en el que se verán envueltos los participantes.
- 4) Nivel de iniciativa personal requerida para realizar la actividad.
- 5) Grado de cooperación requerida para realizar la actividad

Se puede clasificar a través de mecanismos de participación institucional y no institucional. Bobbio (1995) afirmaba que hay al menos tres formas de participación: 1) de presencia (menos intensa); 2) de activación (los individuos desarrollan actividades); y 3) de participación, en dónde el individuo contribuye directa o indirectamente en alguna situación política. Uno de los principales mecanismos de participación es el voto, sin duda la medida de participación política más común en las democracias liberales, tal vez, porque es la forma más sencilla de ser parte del entorno político y la que menos demanda de tiempo necesita. Sin embargo, no es la única posible.

Así, para algunos autores la participación política se puede dividir en *a) Tradicional o convencional* (voto, afiliación política, participación en campañas políticas, debates, etc.) esto es, actividades de apoyo al régimen, mientras que el segundo tipo; *b) No convencional* (manifestaciones, movilizaciones); *c) participación socio-política* (movimientos sociales de oportunidad, no hay una jerarquía, existe una relación igualitaria en los participantes, es más bien dirigido a movimientos como protestas, o manifestaciones que podrían verse como actos contra el régimen (Norris, 2000) (Verba & Nie, 1972). Por su parte Sabucedo (1988) identifica 4 tipos de participación política: persuasión política, participación convencional, participación violenta, participación directa pacífica. La participación política está fuertemente ligada a las acciones que los ciudadanos realizan en la búsqueda de hacer ejercer sus derechos.

Estos tipos de participación política sirven para hacer la diferenciación en las acciones que indican que un individuo puede ser activo políticamente. Desde una manifestación violenta donde existan daños a personas, autos o inmuebles como lo menciona la clasificación de participación violenta hasta un individuo que asiste a mitines políticos sin estar afiliado a un partido político, en sí misma, la afiliación partidista que serían claros ejemplos de una participación directa pacífica, o la más común y conocida por todos, la emisión del voto conocida como participación convencional.

3.4.4. Cinismo Político.

Desde inicios de los años 80 del Siglo XX comienza entre los investigadores el interés en el análisis de la desafección o desconfianza en la política. Este sentimiento es explicado como la falta de confianza en las instituciones y entes políticos, en el que se especifica que el tipo de confianza se puede diferenciar de acuerdo al riesgo que implica en la toma de decisiones como el votar por un candidato (*trust*) o el que se acuda a ciertas instituciones de manera rutinaria (*confidence*) (Luhmann, 1988). Representa por tanto una nula confianza, en las instituciones, gobierno y el sistema como un todo (Niemi, 1999), desencadenando una crisis de la democracia liberal representativa. Los ciudadanos perciben al sistema político como corrupto por lo que no desean involucrarse, pues participar sería para ellos convertirse en corruptos también (Capella y Jamieson, 1997).

Se trata por tanto de un concepto opuesto al de eficacia política, pues implica un sentimiento de impotencia ya que el individuo no puede tener ninguna incidencia en la política (Seeman, 1959), también conocido como la ineeficacia política (Coleman & Davis, 1976). Este sentimiento es un síntoma del cinismo político, al existir una percepción de mal desempeño de los líderes, gobernantes y políticos que genera un descontento por el gobierno que se traslada a una total desconfianza hacia las instituciones políticas (Gamson, 1968). De acuerdo a Linz y Stepan (1996), el cinismo se define como la disposición en la que los ciudadanos establecen una distancia entre la legitimidad del sistema y una baja eficacia del mismo. Por otro lado, también se puede definir como una crítica o valoración negativa de candidatos y líderes políticos (Citrin & Muste, 1993) Esto aunado a la falta de involucramiento de los ciudadanos en temas públicos gesta inmovilismo y pocas ganas de participar respecto a los temas políticos.

Por su parte, Mariano Torcal (2005) considera que el cinismo político es un sentimiento generado por la ineeficacia y la desafección política, generando un

distanciamiento y alineación sobre el sistema político. Por otro lado, el cinismo político se define también como el sentimiento de que los asuntos públicos son vistos como algo lejano, falso de importancia o carente de sentido. Incapacidad para influir en el sistema y de que el sistema, a su vez, responda a las demandas de los ciudadanos (Torcal, 2000). Esto es, el sentimiento de cinismo implica percibir que los políticos no se ocupan de los problemas de la gente común, sino de sus propios intereses, lo cual no afecta solo en la apatía sino que también erosiona los vínculos de identificación entre los ciudadanos y los partidos políticos, esto es, una crisis de confianza en las instituciones (Listhaug & Wilberg 1995).

En ese mismo sentido, se afirma que el cinismo es la percepción de los ciudadanos acerca de los motivos privados o reales que funcionan como eje rector de la conducta de los actores políticos, lo cual con un impacto positivo es realmente el trabajar por el bienestar colectivo. Pero, en el sentido contrario, se refleja la percepción de que el interés por un puesto público es la motivación personal de beneficiarse con dinero, bienes o poder (Citrin & Muste, 1993).

El cinismo político puede ser analizado desde dos puntos de vista. Desde el primero se analiza el punto de vista de la clase política hacia el ciudadano en el que se considera la forma de actuar de los mismos. Así, el cinismo implica que los ciudadanos perciben que los políticos no se ocupan de los problemas de la gente común sino de sus propios intereses (Paramio, 1999). Desde el punto de vista de los ciudadanos, se considera que la población tiende a participar menos cuanto más insatisfecho está con el funcionamiento de la democracia. Un caso es el de Estados Unidos, donde los bajos niveles de participación pueden deberse a que, aunque los ciudadanos están informados y enterados sobre política, tienen satisfechas todas sus necesidades por lo que no consideran importante participar al verlo como algo innecesario (Paramio 1999).

CAPÍTULO IV

COMUNICACIÓN Y POLÍTICA: TEORÍAS DE LOS EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

En el presente capítulo se muestra la revisión de literatura realizada con respecto a la relación que existe entre el consumo de los contenidos de los medios de comunicación y los efectos que éstos producen sobre los individuos en la generación de actitudes políticas. Existe evidencia científica de la importancia que tienen los medios de comunicación como factor determinante en la formación de cogniciones en los individuos, además de tener la capacidad de transmitir información con lo cual inciden de manera indirecta en la formación de criterios y actitudes políticas en los ciudadanos.

Se muestra además el análisis de la influencia de los medios en la formación de actitudes políticas a través dos paradigmas que se contraponen: *el malestar mediático o videomalaise*, que hace referencia a cómo los procesos de comunicación trascienden al compromiso cívico, esto es, apoyan a la formación actitudes políticas de los ciudadanos pero en un sentido negativo favoreciendo la generación de apatía, cinismo y desencanto sobre los temas relacionados a la política. En ese sentido, esta desconexión de los ciudadanos fomentada por los medios de comunicación perjudica a la adhesión del tejido social necesario en una democracia estable.

Por el contrario, también se presentan las teorías presentes en el paradigma de la *movilización política*, como la Teoría del Círculo Virtuoso que anticipan un efecto positivo, asumiendo que altos consumos de medios y elevados niveles de participación e interés en

la política están relacionados, generándose una retroalimentación que genera un espiral interés-participación-consumo de medios con dirección positiva derivando en la existencia de ciudadanos más activos políticamente. Además, se presenta el modelo de Medicación Comunicativa Ciudadana o Modelo O-S-R-O-R, que propone cómo factores comunicativos como el consumo de medios y la conversación sobre política impactan en la participación ciudadana.

4.1. Medios de Comunicación y Política.

Se ha indicado que los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad, por lo que su impacto contribuye a que se modifiquen valores, creencias y actitudes políticas, además de legitimarlos (Zaller, 1992). El análisis de los efectos de los medios de comunicación en el ámbito político ha sido fuertemente estudiado. Autores como (Colomé, 1994) afirman que la política se entiende como la movilización de voluntades que requiere de dos elementos: la comunicación y el seguimiento. Por ello, desde hace varias décadas surgió un ámbito de la investigación conocido como “Comunicación Política”, que básicamente estudia los efectos de la comunicación sobre la política como herramientas que contribuyen a la organización del Estado por medio de la influencia que ejercen en los ciudadanos para mantener el compromiso político (García-Luengo & Maurer, 2009).

En ese sentido, la comunicación dentro de los sistemas democráticos ejerce el rol que le permite conocer el ejercicio de los gobernantes y transmitirlo a la población en general, para de esa manera contribuir en la formación de pautas de comportamiento de los individuos en su relación con el gobierno (Newton K. , 2006). Los antecedentes de estos estudios pueden encontrarse en trabajos sobre la opinión pública, las campañas electorales y la propaganda política (Merriam & Gosnell, 1924), en los que se consideraban a los sistemas de comunicación como instrumentos organizativos de la actividad política y administrativa (Morogas, 1979).

La comunicación de masas es forma esencial de la relación entre los seres humanos, algo que también se produce en el terreno político. En la búsqueda de una organización política, los medios contribuyen en la formación de una cultura (MacLuhan, 1965). Es decir, no son neutrales ya que determinan la forma de pensar y de actuar de la sociedad. Una acción que distingue la comunicación política en los terrenos democráticos de los dictatoriales: mientras que los regímenes totalitarios ofrecen una pequeña cantidad de comunicación entre la élite y la masa, en regímenes democráticos la comunicación es continua para generar opinión pública (Fagen, 1966). Por tanto, se asume una relación simbiótica entre los emisores que serían los agentes políticos y los receptores que son los ciudadanos. Estudios sobre las elecciones en Estados Unidos (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1948) han sido de relevante importancia para tomar en cuenta la importancia de la influencia de los medios de comunicación sobre los individuos.

Sin embargo, la exposición a los contenidos de los medios no es igualitaria univoca. Autores como Kurt Lang y Gladis Engel Lang (1966) pusieron de manifiesto cómo los individuos que se exponen a contenidos de los medios acordes a sus valores, rechazan los contrarios a los de propios, realizando un filtrado de los contenidos que reciben. Atendiendo a este filtrado de los contenidos Zaller (1996) busca comprender los efectos producidos por los medios de comunicación estadounidenses durante la guerra de Vietnam. Su análisis se centró en el cambio de actitudes provocada por los comentarios y posiciones de los medios de comunicación y demostró que la prensa liberal tuvo el efecto de cambiar las actitudes hacia la guerra, pero solo entre los que eran liberales y que estaban predispuestos a creer en las noticias acerca del mundo real.

Manuel Guerrero (2003) considera que los primeros estudios realizados en años 60's con respecto a la influencia de los medios en la política se centraban en el comportamiento ciudadano, mientras que en los 70's y 80's se hace un cambio al análisis del discurso político. Siguiendo la línea de tiempo, en los 90's la influencia de los medios

ahora es analizada como una herramienta de la democracia mediática, ya que ahora esa relación es vista como el puente entre los ciudadanos y los políticos (Rospír, 2003). Esto es, los medios han modificado la forma de hacer política y ahora son utilizados como medio de difusión del conocimiento político. Los medios constituyen un canal de comunicación de las instituciones políticas a través del que los ciudadanos reciben información y orientación sobre el acontecer político diario.

Al ofrecer información, los medios de comunicación contribuyen a la formación de las cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información que les permite influir de manera directa en la población, formando corrientes de opinión (Abundis, 2007). Son espacios donde lo público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos elementales de la cultura, incluida la cultura política (Cruz & Pérez, 1997). Es decir, los medios al llegar a casi toda la población pueden influir y determinar las agendas de temas que debate la opinión pública y generar ciertas modas o modificar ideologías. Contribuyen a entablar relaciones entre el sector político y la sociedad (Avery, 2009) y facilitan la formación de un criterio, actitud y cultura política de los individuos (Jamieson & Jamieson, 1997; Rojas, 2006). De ellos, quizá la televisión sea la principal fuente de información política así como de formación de opinión pública, constituyendo por tanto una heraminta clave en el proceso de educación política (Sartori, 2005).

El conocimiento político ciudadano es indispensable para gestar sociedades participativas en el juego político, lo cual se ve reflejado por altos niveles de compromiso cívico y actitudes políticas positivas entre sus ciudadanos. En ese sentido, Gamson (1992) considera que el ciudadano tiene diferentes fuentes de recursos de información sobre política. Entre ellas destacan los medios de comunicación, que aportan información sobre hechos y personajes. Unos contenidos que la audiencia filtrará gracias a su experiencia propia para generar un conocimiento personal que se adiciona el conocimiento popular compartido por la sociedad a la que pertenecen. De ahí la importancia de la influencia que

tienen los medios en las sociedades y democracias actuales, ya que para una buena parte de la población que carece de un conocimiento previo propio sobre política, la información que es presentada en los medios es posible que sea tomada como hechos reales no cuestionables, lo que puede llevar a los ciudadanos a socializar políticamente en una manera no oportuna o con poca capacidad de decisión propia.

Los medios de comunicación tienen un papel importante en el camino de la consolidación de la democracia, en la medida en la que se democratizan y cumplan con su función de informar con veracidad a la ciudadanía. No hay que olvidar, como señala Richard McKeon (1951), que "una sociedad democrática se define como una sociedad basada en la comunicación" (p. 522). Sobre todo en épocas actuales donde la conexión del ciudadano con los medios es casi continua y se produce por tanto un flujo de mensajes de gran alcance. En la medida en que los ciudadanos adquieran las herramientas necesarias para tomar decisiones sin ser manipulados, los medios no serán el "poder invisible" que señala (Bobbio, 1986).

Debido a eso, no es raro que en el seno de la ciencia política haya crecido considerablemente en los últimos años el interés por la investigación de los efectos de los medios de comunicación en el proceso de formación de la opinión política y de la cultura política. Esto debido a que se tiene la plena confianza de que los medios pueden contribuir a la generación de una buena cultura política si se ofrece información amplia y bien documentada que promueva el activismo político de los individuos (Peschard, 2000). Por ejemplo, el creciente acceso a la información a través de los medios de comunicación ocupan un papel importante en la teoría democrática, sobre todo haciendo énfasis en la calidad de la información que se transmite (Villafranco, 2005).

En las democracias actuales es muy difícil que los ciudadanos tengan un conocimiento o una información de primera mano de lo que ocurre en el ámbito político. Normalmente su aprendizaje es vicario, gracias al papel de puente que los medios

establecen entre las clases dirigentes y las democracias. Por ello los medios de comunicación pueden ser fuente de información así como contribuir a la generación de una opinión pública que ayude a promover la actividad política (Abundis, 2007). Contribuyen a que la información política sea digerida y traducida para el público en general (McCombs & Evatt, 1995) y se establecen como puentes entre el sector político y gran parte de la sociedad contribuyendo a la conformación de democracias más estables (Avery, 2009). En este sentido, se ha indicado que los medios son pieza clave en las sociedades actuales al ser los encargados de establecer la relación entre la esfera política y la ciudadanía promoviendo de esta manera un mayor y mejor conocimiento político que va a llegar a toda la población.

En gran medida, el conocimiento que sobre política tienen los ciudadanos proviene de la información que reciben de los medios de comunicación, pero cabe recordar que estos no son consumidores pasivos sobre política (Avery, 2009). Los ciudadanos cuentan con otras fuentes de información complementarias, lo que hace que puedan contar con información previamente a su consumo moldeada por la predisposición de los ciudadanos a consumirlos (Newman, Marion, & Crigler, 1992). En cualquier caso, se ha detectado que sus mensajes determinan en gran medida comportamientos y/o actitudes en la sociedad (Newton, 2006). Es decir, su efecto no se circunscribe al nivel cognitivo, sino que llega a afectar a aspectos como la participación política. Al respecto lo que más se ha estudiado es el comportamiento electoral, detectándose una fuerte relación entre el consumo de los medios de comunicación y elevados niveles de participación electoral (Street, 2005).

Esta conformación del conocimiento político de los individuos se va construyendo poco a poco y a través de diversas fuentes. De acuerdo a ese enfoque constructivista, se puede decir que los individuos tienen un núcleo de actitudes y conocimientos que les ayudan a interpretar y a evaluar la información a la que están expuestos a través de los medios (Zaller, 1992). Por tanto, la influencia ejercida sobre los individuos genera que los

medios de comunicación constituyan la fuente más importantes de información política y puente de enlace entre los gobernantes y los gobernados. Esto debido a que en general las personas que están en contacto directo con la política es mínimo, por no decir que limitado. Además, en el caso de aquellos que son activos políticamente el grueso de su información política la reciben de los medios de comunicación tradicionales como la televisión, radio prensa y últimamente el internet (Stromback & Shehata, 2010).

En los últimos años se ha entablado un debate con el fin de entender los efectos políticos que el consumo de los medios tiene en la ciudadanía, diferenciando entre la simple exposición genérica a los mismos y la atención a sus contenidos. Se ha encontrado una clara diferencia entre los que simplemente están expuestos a los contenidos de manera general y los que centran su atención a contenidos en específico de política (Prior, 2005), siendo mayor el impacto generado por la atención especializada a contenidos de los medios sobre política. Además, se ha encontrado fuerte evidencia respecto de que la fuerza y la dirección del compromiso cívico depende del tipo de medio consumido, así como de distintos motivos personales que llevan al ciudadano a consumirlos y procesar sus contenidos (Norris, 2000). En ese sentido, se afirma que las personas que ven noticias o que leen periódicos de prestigio son los votantes más informados (Newton, 1999).

Un punto importante a recalcar con respecto a la influencia de los medios en las actitudes políticas radica en la confianza mantenida por parte de los individuos en los medios de comunicación. En ese sentido, se considera que en una democracia ideal los medios reciben el respaldo de la ciudadanía al cumplir tres funciones claves para que se preserve la transparencia y confianza en ellos (Guerrero, 2006): 1) que provean a la ciudadanía información suficiente para que sus miembros sean capaces de fundamentar sus elecciones, opiniones y decisiones. Los medios pueden verse por tanto como una fuente de recurso educativo, informativo y formativo; 2) que ofrezcan espacios donde se pueda generar el debate abierto y, finalmente, 3) que sean el ojo vigilante a favor de la ciudadanía, lo que se conoce como “el cuarto poder protector”.

Los medios deben de cumplir la función de generar espacios donde se encuentre a libre acceso información bien sustentada que permita a los ciudadanos tener los recursos necesarios para activarse políticamente, que contribuyan a la formación de estos ciudadanos y adicionalmente favorezcan la vigilancia del comportamiento de las instituciones políticas con la finalidad de promover el buen desempeño de éstas, lo que ayudará a elevar los niveles de confianza en éstas. En democracias estables deben buscar proporcionar el entendimiento de lo sucedido en la esfera política. Con respecto a eso, se puede decir que los medios tienen una función indicadora: alertando al público sobre los acontecimientos y cambios que están teniendo lugar en el entorno así como también su función de traductor de lenguajes: haciendo comprensibles las noticias para una gran parte del público que los consume (McCombs & Evatt, 1995).

La evidencia empírica existente sobre el impacto que el consumo de medios de comunicación ejerce sobre las actitudes políticas como manifestación de la cultura política de una sociedad presenta una divergencia teórica. Desde una perspectiva, se plantea que el uso de los medios contribuye a generar un cinismo político y una apatía, mientras que por otro lado ciertos autores han detectado el efecto contrario, concluyendo que los contenidos de los medios pueden generar una mayor movilización política de los ciudadanos. Ambos supuestos parten del mismo fundamento: está probada la existencia de un efecto del consumo de medios sobre los perceptores, pero esa influencia se presenta en dos sentidos, uno negativo desde las teorías del paradigma del *malestar mediático* y otro positivo desde teorías como la *Círculo Virtuoso*.

4.2. Paradigmas sobre los efectos mediáticos en el terreno político.

4.2.1. Teorías del Malestar Mediático.

Por parte de algunos investigadores se ha hipotetizado que los contenidos mediáticos contribuyen a la formación de una desconfianza en las cuestiones políticas, es decir se produce un efecto negativo para la democracia, que puede derivar en desconfianza, desinterés, sobre todas las cuestiones de política. Este fenómeno se ha definido desde el paradigma que engloba a las teorías que estudian el conocido como *Malestar Mediático* o *Videomalestar* (Schereiber & García, 2003). Diversos elementos dieron origen al surgimiento de estas teorías, uno de ellos es la reducción de la confianza en las instituciones gubernamentales de la que habla Robinson (Robinson M. , 1976) que se le atribuye a la televisión ya desde los años 50's, pero con el paso de modernidad se suma el internet (Newton, 2006). El concepto de videomalestar fue acuñado para referirse a las actitudes políticas negativas del público como resultado de ver noticieros en televisión (Robinson, 1976).

Antecedentes de estas teorías son mencionados por autores como Robert Dahl (Dahl, 1967) en su artículo titulado "*The City and the future Democracy*", en el que relaciona los términos malestar y la televisión y vaticina el desencanto y la desafección política en los individuos. Sin embargo, las teorías del malestar mediático tienen sus orígenes en los trabajos de Kurt Lang y Gladys Lang (1966), quienes fueron los primeros en sugerir la conexión entre el incremento de los canales informativos y el aumento de los sentimientos de desconexión con la política, la denominada desafección política. Estos autores consideran que el estilo que utilizan los noticieros para mostrar las noticias relacionadas a temas políticos pueden dañar la percepción y orientación de los ciudadanos hacia el gobierno y las instituciones políticas. Por su parte, Weaver (1972) también señaló que el formato de las noticias en televisión provocaba un total desinterés o en sentido más amplio, un rechazo a las instituciones políticas.

El concepto de *malestar mediático* fue utilizado por primera vez por Robinson a principios de 1976, en su artículo “*Public Affairs and The Television and the Growth of Political Malaise: The case of the selling of the Pentagon*”, en el que describe el fenómeno de la pérdida de veracidad en las instituciones políticas (Robinson, 1976). Este autor señala que la manera negativa en que se presentan las noticias sobre política, en especial la televisión, deterioran la confianza en los gobiernos, instituciones. En su aportación, Robinson (1976) identifica los puntos en los que pueda explicarse el *videomalestar*, considerando que en la televisión existía una magnitud y forma anómala de la audiencia televisiva, una fuerte credibilidad de sus programas, una cobertura informativa de manera imperativa y, finalmente, mucho énfasis en los aspectos negativos por parte de los informativos televisivos. Además, afirmaba que a la hora tomar decisiones democráticas, los ciudadanos actúan bajo la influencia de la información proporcionada por los medios de comunicación, en particular la televisión con estos contenidos descritos, lo que conlleva como resultado un alto nivel de apatía y cinismo por parte del público (Schereiber & García, 2003).

Dentro del estudio del aumento de la desafección política, se ha detectado que ésta es paralela al aumento en las noticias negativas sobre la política (Blumer & Gurevich, 1995; Fallows, 1997). Pero, aunque todos los medios pueden provocar este aumento de actitudes negativas en la ciudadanía, la relación más fuerte entre medios y sentimientos negativos hacia la política se concentra en el consumo de televisión a diferencia de los medios impresos (Newton, 1999). Esto debido a la dependencia de los individuos cada vez mayor en la televisión como medio para obtener información política (Voltmer K. , 2007). De acuerdo a Fallows (1997), la televisión tiene dos atributos: uno favorable que consiste en entretenir y divertir, a la vez uno negativo que consiste en confundir y deslegitimar al sistema político debilitando la democracia (Fallows, 1997).

Retomando al respecto las ideas de Robinson (1976), se argumenta que las personas expuestas a noticias de la televisión tienen más inclinación a sufrir *videomalestar*, debido a que no tienen un acervo de información previo proporcionado por la lectura de un buen periódico o por el debate político que se produce con los amigos (Robinson, 1976). Por tanto, desde este postulado teórico se argumenta que la exposición a noticias en los medios limita el aprendizaje sobre política, al ser habitual la representación mediática negativa, lo que erosiona la confianza en los líderes e instituciones políticas, así como reduce la movilidad política (García Luengo, 2002). Estas actitudes negativas fomentan la falta de credibilidad en el gobierno y en las instituciones políticas, lo que genera que en los individuos se den actitudes de apatía política, confusión, desconfianza y bajos niveles de participación en actividades relacionadas con la política.

Por su parte, Patterson (1993) afirma que una cobertura negativa de las noticias por parte de todos los medios genera actitudes negativas en los ciudadanos, sugiriendo que los comentarios negativos realizados por parte de los periodistas generaran mayores sentimientos de desconfianza hacia la política. En la misma línea, en su estudio Hibbing y Theiss-Morse, (1998) encontraron que las personas que obtienen información de la televisión o de la radio generan evaluaciones negativas del Congreso. También Maiers (2000) considera que los programas televisivos acentúan los elementos conflictivos del proceso político lo cual provoca que se alimente el cinismo político. Ese malestar mediático tiene un impacto adverso en gobiernos democráticos y en la política (Newton, 2006). De hecho algunos autores han juzgado que los medios de comunicación han deteriorado la cultura pública necesaria para una democracia sana (Dalhgren, 2003).

De cara a explicar esta asociación entre consumo de la televisión y la falta de compromiso cívico o político, Putnam (2000) plantea tres posibles explicaciones 1) competencia por el tiempo, en el sentido de la competencia en el tiempo en televisión de contenidos políticos frente a contenidos de entretenimiento, 2) los efectos psicológicos que inhiben la participación social y 3) los contenidos en los programas que debilitan la

motivación cívica. Este autor encuentra que efectivamente la televisión genera un aletargamiento y pasividad con respecto a la política, lo cual converge a la existencia de una fuerte tendencia a deteriorar y hasta en cierto modo destruir las actitudes y comportamientos de las masas necesarias para la democracia.

Un estudio recurrente sobre los efectos de los medios de comunicación es el desarrollado por Capella y Jamieson (1997), quienes lo abordaron desde la perspectiva de cómo los medios tratan los temas políticos, es decir, con qué *framing* se cubre la política, que para los autores es predominantemente el del conflicto y del juego estratégico. Estos autores parten del supuesto de que en Estados Unidos existe un sentimiento de desafección y cinismo con respecto a la política como resultado de la influencia de los medios de comunicación. Y proponen un modelo sobre malestar mediático basándose en el conocimiento político, el cual consideran aumenta con el consumo de noticias, y su relación con la asociación de conceptos, con lo cual los individuos al estar expuestos a los medios van a emitir juicios sobre las instituciones y los actores políticos, pero sus datos no ofrecieron mucho apoyo a la hipótesis. Todo ello tamizado por el uso de encuadres estratégicos en los medios, que impactan en el aprendizaje cínico del público.

De acuerdo a lo analizado en la revisión bibliográfica, se puede concluir que la perspectiva del *media malaise* o *videomalestar* se puede resumir en dos supuestos: 1) los procesos de comunicación política tienen una repercusión significativa en el compromiso cívico y 2) que ésta es en forma negativa. Esta presentación de manera negativa amenaza la cohesión de la sociedad civil al provocar el desinterés sobre los asuntos públicos. Aunque este paradigma se ha analizado principalmente en el caso de los Estados Unidos (Capella & Jamieson, 1997; de Vreese, 2005), también hay autores que han trabajado en el contexto europeo al respecto. Es el caso de Newton (1999), quien descubre esta relación en Inglaterra, así como Voltmer y Schmitt-Beck (2007) en Europa del este.

4.2.2. Teorías de la Movilización Política.

Los planteamientos del malestar mediático tienen una contraparte en los trabajos de, entre otros autores, Pippa Norris (1996), quien considera que el consumo de noticias y televisión sobre asuntos políticos genera un aumento considerable en la participación política de los individuos al considerar el uso de los medios como herramienta para poder llegar al público en general. Esta propuesta se engloba dentro del paradigma de la Movilización política (Holtz-Bacha, 1990). El principal argumento de las teorías de la movilización consiste en entender que la combinación de elevados niveles de educación así como la facilidad de acceso a información política contribuyen a movilizar a los ciudadanos (Newton K. , 1999). Surgen en contraste a la hipótesis del *media malaise*, al sugerir que los medios de comunicación sí tienen un impacto significativo en el público manteniendo y promoviendo la participación democrática. Los medios de comunicación son una herramienta de la política para poder llegar al público en general. De esta manera, hacen una contribución positiva al funcionamiento de la democracia, contribuyendo a la transmisión y generación de conocimiento político.

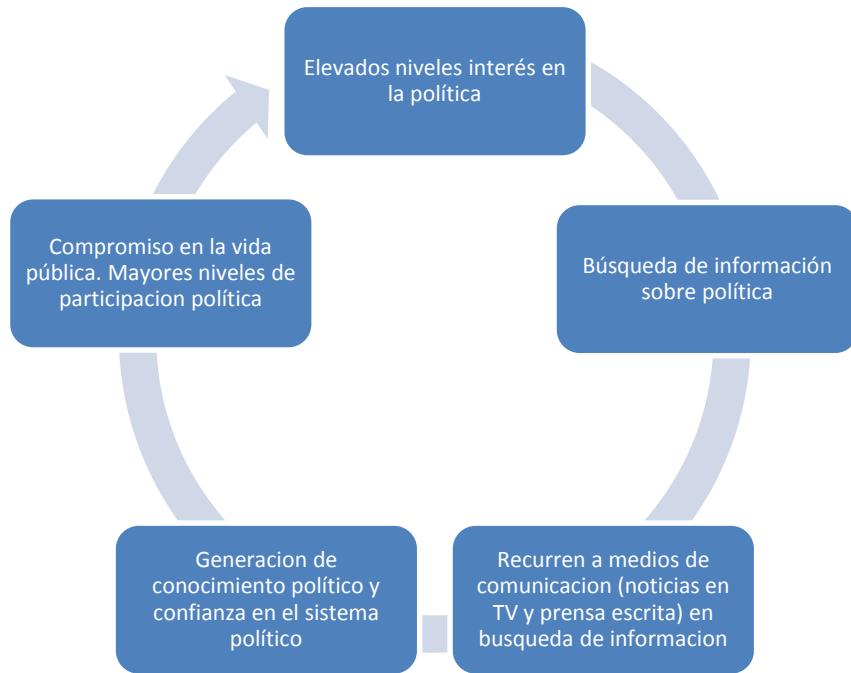
Esta propuesta surge en los años 90's, cuando Holtz-Bacha (1990) hace una revisión de las teorías del malestar mediático a través del caso de Alemania Occidental y obtiene como principal hallazgo el hecho de que la exposición a los noticiarios televisivos y a los periódicos de información general no estaban relacionados con sentimientos de desafección política, refutando lo propuesto en Estados Unidos. Más bien, detectó que los ciudadanos al estar expuestos de manera consistente a noticias en general estaban más documentados en términos políticos y por lo tanto confiaban más en el gobierno y en el sistema político y serán más participativos (García Luengo, 2002). Se puede observar por tanto que las teorías de la movilización son resultado más bien directo de la falsación de la mayoría de las hipótesis subyacentes propuestas por el *videomalestar*. Por su parte Verba, Schlozman y Brady (1995), consideran que existe una causalidad recíproca entre comunicación y participación, esto es, que participar en política propicia que una persona

hable en el futuro de política y viceversa, generándose ese espiral entre comunicación y participación desembocando en la formación de una corriente de información política que demuestra el interés en la política por parte de los ciudadanos creando un mayor compromiso cívico por parte de estos.

Dentro de este paradigma, Pippa Norris (2000) proporciona en sus estudios fuerte evidencia en contra de la tesis del malestar mediático, sugiriendo un modelo sobre el impacto de los medios en términos políticos conocido como la Teoría del Círculo Virtuoso. En este modelo se estipula que la comunicación política ejerce el efecto positivo al fomentar un aumento del activismo de los que ya de por sí eran activos políticamente. Su hipótesis se centra en que aunque el consumo general de medios puede tener efectos negativos, la exposición consistente a noticias y a campañas electorales generan un mayor conocimiento en términos político y por tanto conseguirá que los individuos tengan más confianza en el gobierno y en el sistema político. Norris (2000) detecta que los consumidores usuales de noticias en televisión, así como los lectores frecuentes de prensa informativa, muestran más interés en continuar informados, interesados y comprometidos con la vida política. Una idea reforzada por estudios de otros autores como Eveland, Shah y Kwak (2006). Se concluye, por tanto, que el medio juega el rol de conectar al público con el mundo de la participación cívica.

El proceso de comunicación política puede entenderse como un círculo virtuoso en el largo plazo, se refuerza el activismo. Se puede establecer una relación de manera bidireccional, aquellos que son más expuestos a la cobertura de los medios de temas públicos son los más comprometidos. Ahora bien, ese círculo no se genera si los individuos no tienen ningún interés en la política, ya que si la condición inicial de los individuos es nulo interés en la política al exponerse a un contenido desconfiará de la fuente o le cambiará de canal, de página o de sitio web (Norris, 2000).

Figura 4.1. Proceso del Círculo virtuoso.



Fuente: Elaboración propia basado en Norris, Pippa (2000)

Esta evidencia mostrada de la relación medio-programa-actitud no se ciñe solo en el contexto estadounidense, sino que es consistente en consumidores de medios en países como Inglaterra (Newton, 1999), Europa del Este (Voltmer K. , 2007) así como en Latinoamérica (McLeod, Rush, & Friederich, 1968) y en Corea (Kim Ham, 2005). En ese mismo sentido con datos de Dinamarca y Holanda, se encuentra evidencia de que la exposición a medios con alto contenido político contribuyen al alto conocimiento político (De Vresse & Boomgaargen, 2006). Las actitudes individuales se entienden como el resultado del contenido recibido por parte de un medio en específico. Por su parte Holtz-Bacha, en un análisis realizado con datos panel, encuentra que la exposición a noticias en televisión y en periódicos no está asociado al videomaliasie, sin embargo, alta exposición a consumos de entretenimiento generan bajos niveles de participación política (Holtz-Bacha, 1990).

Dentro del estudio de la influencia que tienen los medios en el comportamiento político de los ciudadanos, es importante establecer la puntuación acerca de los efectos que tienen los diversos medios de comunicación en las actitudes, esto es, el efecto diferenciado por tipo de medio y de contenido. Esta hipótesis es mantenida por Shah (Shah, 1998), quien recalca que el tipo de programación es el que contribuye a que se geste este fenómeno así como también el uso de nuevas tecnología (Shah, McLeod, & Yoon, 2001). También Rojas (2006) encuentra evidencia de que los contenidos de entretenimiento generan efectos negativos sobre el conocimiento político, la participación cívica así como el sentimiento de eficacia política, lo cual es reforzado por Shah, McLeod y Yoon que encuentran esa misma relación entre la erosión de ser activos políticamente y elevados consumos en medios de contenidos de entretenimiento y diversión (Shah, McLeod, & Yoon, 2001).

Por tanto, no sólo es la exposición a los medios de comunicación, sino también el tipo de programa consumido lo que impacta en el compromiso cívico de los ciudadanos. Esto es, que los efectos resultantes, ya sean positivos o negativos son como consecuencia del medio, del contenido y del uso que le dan las personas. Es en lo que Norris (1999) hace énfasis al desarrollar su Teoría del Círculo Virtuoso, al plantear una distinción entre los efectos positivos y negativos que producen los diferentes medios a través de los mensajes en las audiencias. Algo que la autora denomina el modelo de los efectos de la comunicación proponiendo el siguiente proceso: quién (la fuente), dice qué (el contenido), a través de qué canal (el medio), a quién (audiencia), con qué efecto (positivo-negativo) (Norris, 1999). Con lo cual, ciertos contenidos de entretenimiento ya sean impresos o electrónicos, tienen un efecto que puede ser de corte político, de igual manera que las noticias presentadas en esos mismos medios pueden generar efecto.

La evidencia bibliográfica existente muestra que el uso informativo de los medios se relaciona con un acrecentamiento en la participación cívica y en el sentimiento de integración por parte de los individuos en los escenarios políticos (Katz, Blúmer y

Gurevich, 1973; Shah, 1988; Bennet, Flickinger & Bennett, 1999). Con lo que puede afirmarse que esos contenidos informativos están generando que los ciudadanos estén informados y quieran formar parte de las relaciones de poder que se dan en el sistema político. Por su parte, Norris (1996) muestra evidencia acerca de que el consumo de noticias en televisión sobre asuntos públicos genera elevados niveles de participación política, huyendo así de la tradicional idea de que la televisión genera únicamente efectos negativos. Con respecto a la prensa, ésta ha sido considerada como un soporte para la democracia al ser fuente de información y generación de conocimiento político para aquellos que la consumen (Newton, 1999). No en vano, de acuerdo a Gunter y McAleer (1997), el conocimiento político está relacionado con el uso masivo y especialmente con el consumo de noticias.

En ese interés en descifrar esa relación existente entre los medios de comunicación y las actitudes se han realizado diversas investigaciones referentes al tipo de medio y su influencia, surgiendo el debate en analizar también los contenidos y tipos de programas. Con respecto al tipo de programa, Newton, afirma que más que el tipo de medio o programa, es la calidad del contenido presentado, aseverando que si se leen un periódico de calidad esto estará correlacionado de manera positiva con la movilización política así como con altos niveles de participación, desencadenando el círculo virtuoso (Newton K. , 1999). Debido a eso, podría decirse que lo más adecuado es suponer que los efectos positivos o negativos de un medio están asociados con el contenido y el uso que le proporcione el consumidor del medio (Katz, Blumer y Guerevith, 1973; Katz & Blumler, 1974). Derivado de esta idea, en su trabajo Wellman, Qua-haase, Witte y Hampton (2001) consideran que las interacciones comunicativas a través de medios como el internet son un complemento de las interacciones personales y generan una mayor participación.

Sin embargo, los medios de comunicación no tienen un efecto monocausal o único en el desarrollo de las actitudes políticas de la ciudadanía. En su trabajo, Rojas (2006) introduce, junto a las tradicionales variables independientes de prácticas comunicativas

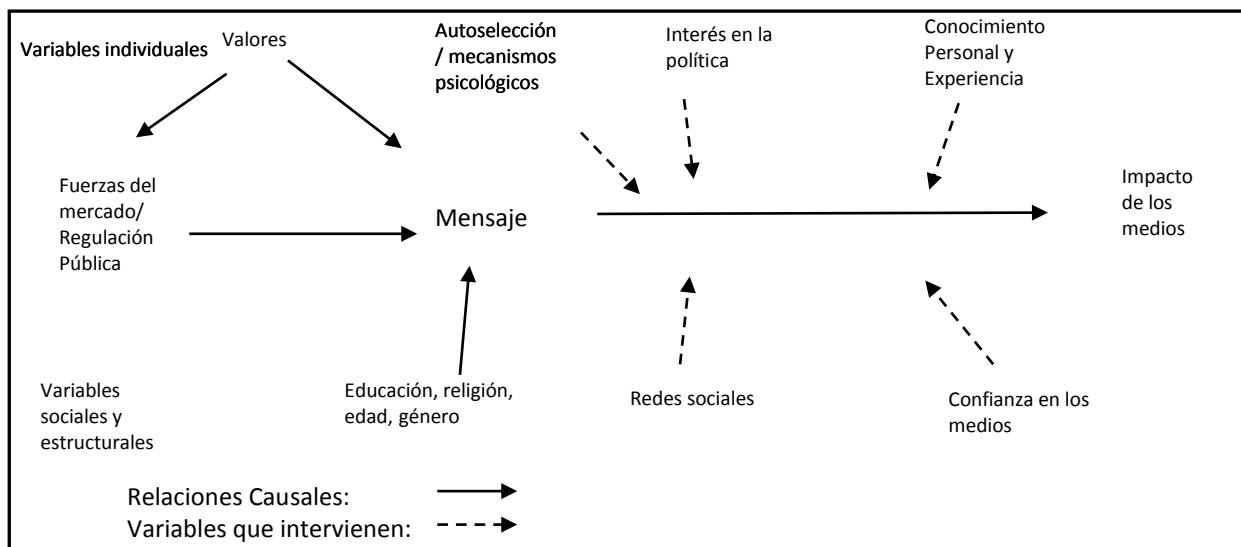
midiendo el uso informativo de los medios de comunicación, el uso de los medios para fines de diversión o entretenimiento y la comunicación interpersonal de los individuos sobre temas políticos, otras variables explicativas del proceso. En sus resultados encuentra que no solo los medios de comunicación tienen capacidad de modificar las actitudes de los ciudadanos, sino que también hay otros agentes de socialización como la familia, el entorno, el sexo, la educación y el status económico los que contribuyen a que los individuos tengan ciertas actitudes con respecto a la política (Pateman C. , 1980) (Rojas, 2006). Por tanto, los consumidores de medios van a buscar la información política a través de los medios pero filtrando lo contenidos movidos por un interés previo (De Vresse & Boomgaargen, 2006).

En referencia a esto, Rojas explora el rol de los medios de comunicación y los niveles de conversación política (Rojas, 2006), planteando como hipótesis que el consumo de noticias y la conversación sobre estos temas se relaciona fuertemente con la participación política de los individuos, así como también se hace cuestionamientos sobre los efectos negativos de ciertas formas de entretenimiento. La evidencia que encuentra Rojas le lleva a detectar que la conversación política impacta en los procesos de participación política, pero no sólo la interpersonal sino la mediada a través de las nuevas tecnologías de comunicación como fuentes de información e interrelación personal. En concordancia, Newton (2006) afirma que los medios si impactan en los ciudadano, pero ese efecto es el resultado de la interacción entre los medios y otras fuerzas sociales que ejercen un efecto mediador en los efectos mediáticos (Newton K. , 2006). Esto es, las relaciones personales tiene un impacto significativo sobre la probabilidad de un individuo en participar en actividades relacionadas a la política, tales como ir a votar (Schmitt-Beck & Mckenrodt, 2010). Lo cual pone de manifiesto la importancia de analizar factores individuales y estructurales de los individuos para poner analizar el impacto de los medios en las actitudes políticas.

4.4. La mediación de los medios de comunicación.

El análisis de las relaciones entre el consumo de medios de comunicación y las actitudes políticas de los individuos, ha arrojado evidencia acerca de la necesidad de observar otros factores inherentes a la personalidad de los individuos, tales como la familia, su relación con otros, etc. que puedan estar detrás de los efectos (Lazarsfeld, 1968; Blumer & Mcquail, 1968). Es la idea por ejemplo de Newton (2006), quien señala que los individuos al recibir la información a través de los medios de comunicación realizan un filtrado-selección por medio de su acervo de conocimientos previo, sus características psicológicas. Por tanto, los efectos que pudieran producirse serán minimizados o modificados en función de estas variables intermedias (Ver Figura 4.2).

Figura 4.2. Mediación en los medios de Comunicación.



Fuente: Tomado de Newton (2006).

De esta manera, el autor ejemplifica que el impacto del mensaje tiene una relación causal y directa de acuerdo a los valores, la educación, religión, edad y género. Pero en esa relación incluye otras variables, que si bien no tienen esa relación directa si ejercen algún grado de intervención e influencia, tales como el interés en la política, el conocimiento político previo y la confianza en los medios de comunicación. En ese sentido, aunque es importante recalcar la relación e impacto existente de los medios en

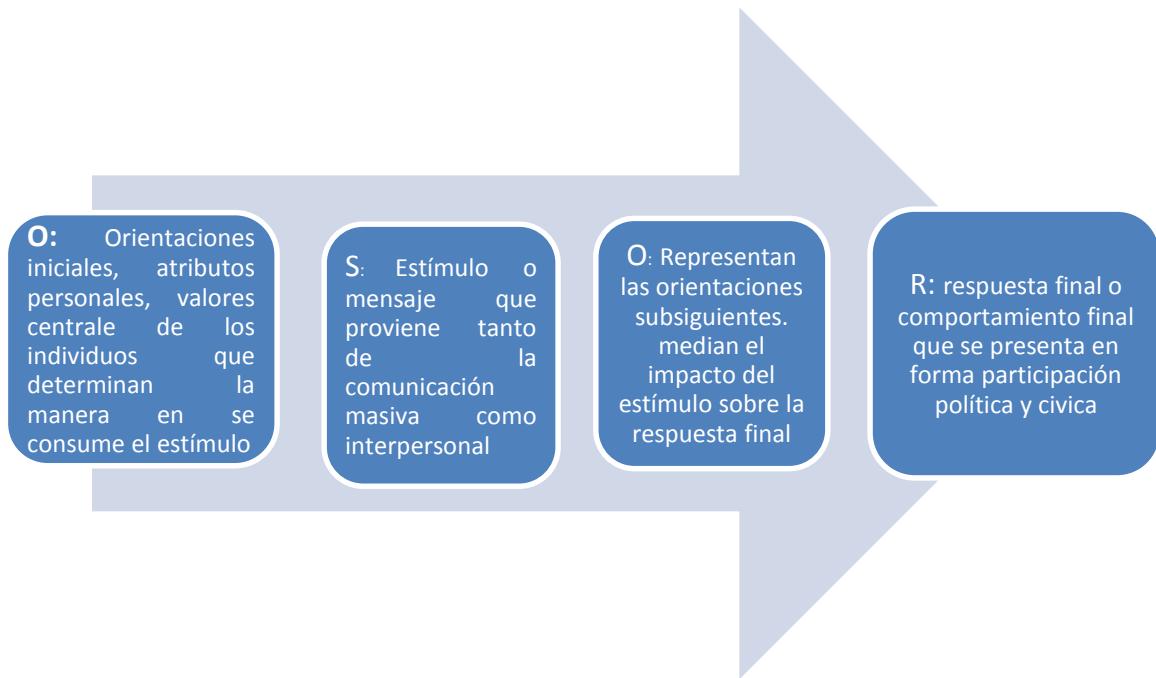
los individuos de acuerdo a las diversas variables individuales y sociales como menciona Newton (2006), también se debe reconsiderar el impacto de esos medios en la conformación de las variables individuales como el interés y el conocimiento político. La influencia que ejercen los medios de comunicación puede conllevar a que se formen, desvíen o se destruyan esas actitudes políticas.

En referencia a este aspecto, diversos autores se han preocupado por analizar el proceso por el que los medios tienen un efecto sobre las actitudes políticas. El análisis se centra en observar los diversos factores que inciden en la generación de actitudes políticas. Al respecto, Rojas (2006) considera que las actitudes como la participación política de los ciudadanos está fuertemente asociada al uso de los medios de comunicación y altos niveles de conversación política por parte de los ciudadanos, mostrando que son factores que influyen en la generación de elevados niveles de participación cívica y política. La influencia de los efectos de los medios en la audiencia puede verse disminuida o aumentada dependiendo de las opiniones preconcebidas de los individuos, tales como el conocimiento previo, por lo que el impacto dependerá del acervo específico de cada individuo (Muñiz & Maldonado, 2011).

Por su parte, Pippa Norris (2000) propone la existencia de un *modelo de causalidad recíproca de variables*, en el que especifica que todos los efectos de las variables comunicativas tienen una influencia y relación directa con las actitudes políticas de los individuos. Por su parte Hernando Rojas (2006) retoma este modelo y afirma que se presenta una diferencia en las variables comunicativas. Esto es, que existe un impacto diferente entre las variables que son sólo comunicativas sobre las políticas, por lo que plantea que más bien se debe hablar de un *modelo de causalidad recíproca asimétrica*, donde el mayor peso o impacto es el ejercido por las variables comunicativas y no por las políticas. Muy relacionado con esta propuesta de Rojas (2006) es el modelo planteado por primera vez por Markus y Zanjoc (1985) de mediación comunicativa. Por sus siglas en

inglés se conoce como O-S-O-R en el que se especifica los factores involucrados en la mediación en el proceso de comunicación que se ve como un continuo (Ver Figura 4.3).

Figura 4.3. Modelo O-S-O-R.



Fuente: Elaboración propia basado en Markus y Zanjoc (1985) y McLeod y Reeves (1980).

El modelo propone que los que más interesados están en política debido a sus condiciones iniciales de cultura política y conocimiento político (O), son los que más contenidos con información sobre política consumen en su dieta mediática (S), lo cual al momento de asimilar la información, razonarla y conversar sobre esos temas con otras personas los llevará a modificar o reforzar sus orientaciones iniciales (O) gestándose un comportamiento final (R), lo cual puede llevar al modelo del círculo virtuoso propuesto por Pippa Norris (Norris, 2000), que ese comportamiento final alimentado durante todo el proceso de mediación en comunicación regresa al punto inicial de continuar interesados en política iniciándose nuevamente el proceso de mediación.

El modelo permite comprender y estudiar el comportamiento final de los individuos, el cual está motivado tanto por el conjunto de creencias, conocimientos y actitudes previas, como por la influencia que pueda ejercer en ellos los medios de comunicación y su interrelaciones personales. Ahora bien, los efectos dependerán de las orientaciones de la audiencia. El modelo ha sido aplicado en el campo de la investigación en la comunicación política, buscando reflejar el enfoque condicional para el estudio de la influencia de los medios (McLeod & Reeves, 1980). Esto es, comprender mejor el proceso por el cual se da un efecto diferente de los medios en cada individuo.

El campo de la comunicación política se ha preocupado por la investigación de los efectos de los medios en los individuos adicionando el contexto en el que se desenvuelven. En ese sentido el modelo O-S-O-R, ha provisto de evidencia en la cual el uso de los medios de comunicación como medio informativo y los niveles de conversación política interpersonal han contribuido a la procreación de elevados niveles de integración social y participación cívica (McLeod, Sheufele, & Moy, 1999). Además de que analizando este modelo en una muestra de jóvenes denominados futuros votantes, se encuentra que en efecto, el uso informativo de los medios de comunicación estimula la discusión y conversación de los jóvenes aumentando sus niveles de participación cívica y política (Lee, Shah, & McLeod, 2012).

Los efectos de las prácticas comunicativas también se encuentran en el incremento del conocimiento político, así como en actitudes tales como el sentimiento de eficacia política con lo que también se encuentran elevados niveles de participación por parte de los ciudadanos (McLeod, Sheufele, & Moy, 1999). Esto es, enfatiza el rol que juegan las actividades comunicativas como factor potenciador de resultados democráticos tales como la movilización política de los ciudadanos (Lee, Shah, & McLeod, 2012). Los modelos de mediación comunicativa concluyen que el uso informativo de los medios y la discusión política canalizan los efectos de variables demográficas, ideológicas y estructuras sociales hacia una orientación de respuestas participativas. Lo que el individuo ha acumulado en

conocimiento, ideas, a lo largo de su vida lo proveen de la capacidad de filtrar los contenidos que recibe a través de los medios de comunicación, con lo que las actitudes políticas pueden formarse, modificarse o borrarse (Sotirovic & McLeod, 2001).

Diversas investigaciones se han centrado en analizar la influencia de la comunicación interpersonal y la masiva como forma de integración comunitaria (Rojas, 2006). Se ha propuesto enfocarse en la estructura de las redes sociales, esto por analizar el marco en que se dan las conversaciones políticas de los individuos (Scheufele, Nisbet, Brossard, & Nisbet, 2004). El análisis del impacto de las conversaciones interpersonales en la política se ha analizado como factor que refuerza la estabilidad de las actitudes políticas y el comportamiento electoral (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954). Enfatizándose el análisis de la relación entre la información y la participación política, utilizando a los medios de comunicación como mediador informativo generador de resultados democráticos alimentados por la conversación de los ciudadanos como elemento interpretador de los mensajes en los medios (Lee, Shah, & McLeod, 2012).

Recientes investigaciones en el campo del análisis de participación política han encontrado efectos generados por los medios a través de los anuncios de campañas políticas así como las noticias convencionales y las fuentes de información política en línea son mediados a través de la discusión interpersonal acerca de política (Dhavan *et al* 2007). En base a estos hallazgos, se ha planteado el modelo O-S-R-O-R, que plantea la combinación del modelo de mediación de comunicación (McLeod, Scheufele, & Moy, 1999) añadiendo el modelo de mediación cognitiva de (Eveland, Shah, & Kwak, 2006)(Ver Figura 4.4). Con esto, se incorpora el razonamiento (R), esto es, el proceso individual de raciocinio generado por la influencia de la conversación sobre política cara a cara y la online (Putnam, 2000) (Nie, 2001).

La importancia del modelo radica en la capacidad de analizar desde varias aristas la influencia que tienen los medios de comunicación en el comportamiento político de los

individuos en la búsqueda estabilidad y consolidación de la democracia. Recientes estudios han utilizado el modelo de medicación de la comunicación en el proceso de socialización cívica y política de los adolescentes en el que se encuentra que la información recibida a través de los medios de comunicación, la discusión interpersonal tanto cara a cara como la virtual está influenciando los niveles de compromiso político (Shah D. , Cho, Eveland, & Kwak, 2005). Encontrándose evidencia también en grupos de adultos (Cho, Shah, McLeod & Gotlieb, 2008; Pan, Shen & Sun, 2006).

Figura 4.4. Modelo O-S-R-O-R



Fuente: Elaboración propia basado en McLeod & Reeves ,1980; Gastol & Dillad, 1999; Norris ,2000; Mutz, 2002 y Muñiz, 2012.

En ese sentido, la información de los medios utilizada en la discusión política genera efectos en las actitudes y opiniones previas de los ciudadanos promoviendo un conocimiento y cambio de comportamiento político (McLeod, Sheufele & Moy, 1999; Sotirovic & McLeod, 2001). La conversación facilita la interpretación de los mensajes en los medios permitiendo a los individuos construir sus propias opiniones sumado a la discusión sobre política frecuente predispone a que el ciudadano mantenga un interés en la política incrementando su participación (Gasril & Dillard, 1999; Mutz, 2002). Este modelo puede estar promoviendo una causalidad recíproca de Pippa Norris en su propuesta del círculo virtuoso (Muñiz, 2012).

CAPÍTULO V

JÓVENES Y POLÍTICA

En el siguiente capítulo se presenta una compilación de las diferentes formas de clasificar y definir a los jóvenes, así como también una revisión bibliográfica relacionada en la conceptualización del pre-ciudadano, definiéndolo como aquellos jóvenes menores de edad que están en proceso de adquisición de información política. Además se presenta una revisión de la relación de los jóvenes con la política, evidenciando niveles bajos de participación y elevada apatía con respecto al tema. Finalmente se presenta la importancia de la socialización política de los jóvenes como factor determinante para su movilización política.

5.1. Población Juvenil y pre-ciudadanos.

La importancia de la juventud para el país recae en que este segmento de la sociedad representa el futuro de la nación, son aquellos ciudadanos que construirán el porvenir de México al estar en el futuro al frente de las instituciones gubernamentales o al influir en las pautas de conducta de una sociedad: constituyen la sociedad del futuro. El objeto de estudio del presente trabajo se encuentra focalizado precisamente en este estrato, en particular, los jóvenes que por primera vez se enfrentaron al juego político de participar en unas elecciones presidenciales: los que en esta investigación son denominados como pre-ciudadanos. Para ello, es importante definir a quiénes se consideran jóvenes, cuáles son sus características, sus preferencias, para a partir de ello

tratar de identificar los patrones de conducta que inician hoy y repercutirán cuando llegan a ser adultos y ciudadanos plenos.

Si bien no existe una definición muy exacta sobre qué se entiende por población juvenil, la conceptualización de joven es fluida y arbitrariamente definida tanto física como socialmente y varía a través de las culturas y del tiempo (Fussel & Grenne, 2002). Algunos autores coinciden en que es el resultado de la interacción de procesos biológicos, mentales y sociales del individuo y las influencias culturales específicas (Salas, 2008). En cualquier caso la juventud constituye un grupo de la población con gran heterogeneidad y muy cambiante, ya que los jóvenes van construyendo identidades sucesivas, de generación en generación, de subgrupo en subgrupo, de cultura en cultura (Mettifogo & Sepúlveda, 2004). Otros autores mencionan que la juventud es una construcción social y cultural de carácter transitorio, resultado de la agrupación de aspectos valorativos y simbólicos cambiantes a lo largo del devenir histórico (Levi & Schmitt, 1996; Hobsbawm, 2005).

De acuerdo a la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ, 2008), la población juvenil se concibe como la fase de transición entre la etapa de niñez y adultez. Es decir, el proceso de transición en que los niños se van convirtiendo en personas autónomas y pasan a ser los conductores de los procesos de desarrollo económico, social y político. Por su parte la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los define como las personas que están en el rango de edad de 15 a 24 años, sirviendo como parámetro a cada nación. La Unión Europea estipula el rango entre los 15 y 29 años de edad, mientras que en México se estima que un individuo es joven si está entre los 12 y 29 años de edad, de acuerdo a lo establecido por la Organización Mundial de las Salud (OMS). Este rango de edades es muy importante ya que corresponde con la etapa en la que los individuos van formándose en el plano educativo, social, económico. Esto se entiende como la etapa de preparación para que las personas que incorporen en el proceso productivo, se independicen de sus familias y comiencen a ser activos en las toma de decisiones de la

vida política del país. Por otro lado, la Comisión Nacional de Población (CONAPO, 2010) toma como jóvenes a los que se encuentran entre los 15 y 24 años de edad.

En ese sentido, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía en su último censo (INEGI, 2010) refleja que en México el 36.2% de la población se encuentra entre los 12 y 29 años, lo que representa la tercera parte de la población total del país. Así mismo, 11 millones de ellos tienen entre 15 y 19 años. Un número significativo de la población se encuentra en la etapa de la vida donde se comienzan a tomar decisiones que repercutirán en su futuro. Teniendo en cuenta estos datos, se puede decir que México es un país joven, pues la media de la población se encuentra por debajo de los 26 años (INEGI, 2010)

Por su parte, el estado de Nuevo León cuenta con 4, 199, 292 habitantes, que representan el 4% de la población total del país, viviendo un 88% en el AMM (3.7 millones). Es la tercera zona metropolitana más grande del país y está integrada por los municipios de Monterrey, San Pedro Garza García, Santa Catarina, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Apodaca, General Escobedo, García y Juárez. Teniendo en cuenta los datos del padrón, se puede considerar que Nuevo León es un estado joven ya que el 27.7% de su población se encuentra entre los 0 y 14 años, así como un 26.6% tienen entre 15 y 29 años. Y para el 2015, según la CONAPO, Nuevo León contará con 4, 758, 179 habitantes, de los cuales alrededor de 1,700, 000 serán jóvenes. Es decir, aproximadamente un 35.7% del total de la población estará dentro de esta cohorte de la sociedad.

Estas cifras muestran el alcance que puede llegar a tener este sector de la población, ya que constituyen un segmento que está en proceso de desarrollo y es previsible que en el futuro tendrán una fuerte influencia en el crecimiento y estabilidad económica, social y por supuesto política de México. De acuerdo a estos datos, la población juvenil tendrá un incremento considerable, que les llevará a ser un sector de la población en condiciones de desarrollar poder como grupo de presión. El propósito de esta investigación doctoral consiste en analizar a jóvenes que estudian el último año de

bachillerato que se encuentran entre el rango de edades de 16 a 18 años, que están próximos a participar en el proceso de toma de decisiones del país a través de ejercer el derecho de votar, jóvenes que se definen como pre-ciudadanos (Huerta & García, 2008).

En un estudio realizado para la UNICEF se establecen cuatro lineamientos que deben de considerarse en la formación del pre-ciudadano: 1) que se dé una socialización en etapas tempranas, 2) que existe un aprendizaje político temprano, 3) que este conocimiento político actúe como filtro posterior y 4) conocer la influencia extra-escolar (García & Micco, 1997). Por su parte, Conell (1971), analiza y define diversas etapas de formación de los ciudadanos desde edades tempranas, este autor no utiliza un método como tal para hacer la segmentación, simplemente identifica patrones que le indican las nociones sobre política que tienen los niños y concluye en lo siguiente (Razo, 2008).

- Antes de los 7 años de edad aún no tienen la conciencia para ver conflictos, por lo tanto no conoce las funciones de cada individuo.
- De los 7 a los 9 años comienza la identificación del rol de cada persona lo que lo lleva a conocer las luchas de poder formando un mundo político pero aun confuso.
- De los 10 a los 12 años inicia la construcción de un orden político donde ya aparecen jerarquías en las figuras políticas.
- Se muestra que de los 18 a los 19 años es la etapa en la que adquiere el compromiso para empezar a resolver situaciones problemáticas.

En este sentido, Conell (1971) afirma que los niños de entre 9 y 12 años inician el proceso de entender el entorno político en el que se encuentran inmersos, y es cuando comienzan a emitir juicios que formaran parte de su cultura política, pero es a partir de los 18 años cuando se da cuenta del papel que juega como ente con la capacidad y el derecho de ser elemento activo del sistema político al que pertenece.

Los ciudadanos se deben de formar desde que son niños, es necesario que se involucren y tengan conocimiento sobre lo relacionado a temas de política lo cual les permitirá tomar decisiones en el futuro, lo cual debe de gestarse tanto en la escuela como fuera de esta. En ese sentido no sólo la escuela debe educar en la democracia, sino que este trabajo más bien se debe aprender conviviendo con familias democráticas, con escuelas democráticas y con medios de comunicación democráticos (Martín Barbero, 1998). Para José Bernardo del Toro (1999), la democracia implica la toma de decisiones influenciadas por el entorno en que en vive

Es importante por tanto analizar ese entorno en el que están viviendo los jóvenes, ya que ellos son la clave en el proceso de renovación que llevará las riendas del país en un futuro. Ese pre-ciudadano al llegar al status de ciudadano en un Estado o régimen político adquiere el poder de decisión, pero no se produce hasta que no tiene la mayoría de edad. Por ello, es posible plantearse ¿cuándo se es niño no se es ciudadano?

Durante muchos años se ha debatido sobre si los jóvenes deben o no considerarse como ciudadanos hasta que obtienen la mayoría de edad, debido a que es hasta esa edad es cuando pueden emitir su voto y por tanto participar en la principal toma de decisiones como es la elección de sus representantes. Solo se está hablando de ciudadanía y no lo que implica ser ciudadano. Se hace por tanto una clara separación entre lo que implica la *ciudadanía civil, política y social*, que implica la tenencia de una serie de derechos de libertad y de justicia por ser parte del Estado, de la *ciudadanía política* que se basa en el derecho a elegir y ser elegido, la posibilidad de participar en las decisiones del poder así como también la *ciudadanía social* que conlleva tener derechos a la educación, salud, calidad de vida (Marschall, 1997).

En ese sentido, en países como Estados Unidos y Gran Bretaña se inicia la formación de los niños como futuros ciudadanos ya a partir el 6º año de primaria como iniciación en la maduración cívica (Sear & Valentino, 1997). Basándose en el hecho de que

a esa edad ya se han formado las plataformas de conocimientos y valores (Fernández, 2005). Es en la adolescencia y juventud donde se conciben y retroalimentan actitudes y conocimientos que serán relevantes en la vida adulta (CONAPO, 2011). De ahí la importancia de analizar si este grupo de individuos están conformando un cultura política bien estructurada que les permita tener las herramientas necesarias a la hora de ser participantes en el proceso de elección y selección de sus representantes. En las pasadas campañas para presidente de la república en nuestro país, cuyas elecciones tuvieron lugar el 1 de julio de 2012, los candidatos luchaban por los 8 millones de votos que representaban los jóvenes que por primera vez votarían para presidente (IFE, 2012). Ello pone de manifiesto la importancia de este grupo social de cara al desarrollo democrático del país y la necesidad de su estudio.

5.2. Participación de los jóvenes en la política.

Como se puede observar a partir de las cifras del INEGI (2010), la población juvenil representa el 36.2 % de la población en México. De ahí la importancia de analizar su comportamiento incluido el político. Las personas en esta edad se encuentran en el proceso de maduración biológica, así como en el periodo de toma de decisiones que como se mencionó anteriormente tendrán repercusiones importantes en su vida. Analizando la importancia de la presencia juvenil en México, es significativo mencionar datos ponen en evidencia que este segmento de la población está no del todo interesado en tener cierto nivel de participación en cuestiones de política, más bien están un “desencantados” con ese tema, además de no mostrar interés en informarse con respecto a este tema.

De acuerdo a la Encuesta de Cultura Política (ENCUP, 2005) que reporta datos sobre poblaciones mayores de 18 años así como también la Encuesta Nacional de Juventud (IMJ, 2005) encuentran resultados consistentes, en el que el 44.1% de la población tiene un total desinterés por la política, el 39.8% tiene poco interés con respecto a temas políticos así como también atribuyen ese poco interés a que tienen desconfianza en los políticos (38.8%). Ahora siendo más concretos, en el Estado de Nuevo

León, la participación política es vista por los jóvenes como electores (56.2%), así como también creen que la única forma de participar en cuestiones políticas es votando (43.1%) y el 50% no piensa participar en política electoral.

En la reciente publicación de los resultados de la (ENCUP, 2012), se pueden encontrar las siguientes resultados: 8 de cada 10 ciudadanos perciben a la política como un tema complicado, tienen confianza institucional en la Iglesia, maestro, Militares y Televisión, mientras que desconfían en las instituciones como los Sindicatos, diputados, Senadores, es decir, instituciones primarias, lo cual no existe en una democracia consolidada. Otro dato importante a recalcar, es que 65% de los entrevistados declararon tener poco interés en la política, dato que aumentó con respecto a la encuesta anterior.

Además se encontró evidencia de un incremento en la percepción de que la votación es la única manera de participar en política, siendo 8 de cada 10 mexicanos los que considera que solo puede formar parte del juego político por medio del voto. Este sentimiento de total desinterés en la política puede deberse en alguna medida a las percepciones que tienen los ciudadanos con respecto a la corrupción en los niveles de gobierno, ya que en este rubro son vistos en niveles muy elevados, sobre todo en el municipio. Con respecto a los sentimientos de eficacia política, cuatro de cada 10 ciudadanos piensan que no tienen ninguna posibilidad de influir en las decisiones del gobierno, aunque este resultado está por debajo de la media (ENCUP, 2012).

Por otro lado, la Encuesta Nacional de Valores 2012 (IMJ, 2012), realizada por el Instituto de la Juventud de México, pone en evidencia la falta de interés en política por parte de los jóvenes. Ello debido a que el 89.6% de los encuestados no están interesados en la política del país y reprueba a los partidos políticos y a los funcionarios. Estos resultados proceden de jóvenes que ya en su mayoría forman parte del sistema como ciudadanos al ser mayores de edad. Pero, ¿qué ocurre con aquellos más jóvenes que aún son pre-ciudadanos?, los que apenas están en el proceso de aprendizaje y entendimiento de las cuestiones relacionadas a la política. En ese sentido, los resultados de la Consulta

Infantil realizada en abril de 2012 por el Instituto Federal Electoral, pueden mostrar el panorama que están viviendo los niños de 6 a 15 años de edad.

Los principales hallazgos de esta consulta muestran que la mayor participación se da en los niños de entre 8 y 11 años, lo que representó el 50.2% del total, siendo las niñas las que más acudieron a emitir sus ideas. Con respecto a la confianza en las instituciones, la familia, los maestros y el ejército coinciden en ser los que más confianza reciben de estos niños, un resultado similar al de los jóvenes mayores de 18 años antes mencionado. Esto exemplifica cómo se presenta la confianza en las instituciones primarias, y ésta parece trasladarse de unas edades o grupos a otros. Por otro lado, y en relación a su sentimiento de eficacia política, los niños participantes en la consulta afirmaban que en su casa no tomaban en cuenta sus opiniones, una realidad que puede ayudar a que este sentimiento de ineficacia crezca con la edad de los participantes. Y es que si desde las relaciones y procesos sociales vividos en casa no se percibe esta eficacia, en cuanto que no son valoradas sus opiniones, es posible que este sentimiento se extrapole hacia las instituciones políticas del país.

En lo que respecta a los niveles de participación de los niños involucrados en la encuesta, se observa cómo el factor inseguridad era importante. En estados donde la inseguridad no es un problema diario o tan cercano ese valor estaba por arriba de la media. Es decir, en estos estados los niños sí creen que pueden elegir a sus gobernantes y que participan en la toma de decisiones. Lo que ayuda a que aumente su sentimiento de eficacia política. Por el contrario, en estados donde la inseguridad es muy fuerte, como es el caso de Nuevo León, ese dato está por debajo de la media. Es decir, los niños de estos estados tienen un sentimiento de menor eficacia política al no creer que pueden incidir en las decisiones del sistema, lo que puede derivar en un aumento de su cinismo político. Este es un resultado muy interesante, pues refleja cómo el entorno de los niños está fuertemente ligado a la percepción que tenga sobre su participación en el juego político.

Un informe reciente realizado en el 2012 por el Colegio de México (COLMEX) a nivel nacional, arrojó datos similares en una encuesta realizada a 3 mil 250 jóvenes de 18 a 29 años, en que destaca el hecho de que el 32% no cuenta con alguna ideología. Por otro lado con respecto a su participación política, el 86% considera que el voto es poco o nada efectivo para presionar a las autoridades, además de que en lo que respecta a la participación ciudadana entre el 90 y 97% jamás ha formado parte de organizaciones culturales, estudiantiles, deportivas, religiosas, de partidos políticos o sindicatos (Gómez & Aguilar, 2013).

De acuerdo a el Libro Blanco de la Comisión Europea "Un nuevo impulso para la juventud Europea" (CE, 2002), los jóvenes deben ser implicados en la vida pública. Un reto que corresponde resolver a las autoridades, reduciendo el distanciamiento entre instituciones políticas y jóvenes. Es necesario que se hagan esfuerzos por mejorar los canales de expresión de los jóvenes, así como por modificar las estructuras que se ofrecen en la sociedad para crear foros o espacios donde sean escuchados y motivados a expresarse. Así mismo, hay que analizar el hecho de lo que María Jesús Funes (Funes, 2003) denomina "Socialización sobrevenida", que surge a partir de la participación del ciudadano.

Con estos resultados queda evidenciado la apatía y la falta de interés en participar política de los miembros más jóvenes de la sociedad, incluso en algo tan sencillo como el es emitir un voto. Esto los hace auto-discriminarse, puesto que aunque están en el proceso de construir su propia identidad, de formarse una personalidad y de ser escuchados no estan haciendo nada por ser tomados en cuenta.

Según Garretón (1993), existen a lo menos tres transformaciones que están incidiendo directamente en la participación de los jóvenes al interior de la sociedad: 1) La primera se refiere a un cambio generacional; 2) la segunda alude a los cambios en la naturaleza de los procesos políticos y 3) la tercera tiene que ver con los cambios a nivel

global. Se pasa de la política como espacio de constitución / transformación de lo colectivo, a la política como espacio de transacción de intereses particulares y fragmentarios. Esta situación repercute fuertemente en el campo juvenil, puesto que la experiencia juvenil actual estaría marcada por un cierto vacío, surgiendo una serie de sustitutos del lazo social (Zarzurri & Ganter, 2002).

Ahora bien, a qué se debe el rechazo que muchas veces se observa entre la juventud para participar en política. Se han esgrimido al menos tres factores que determinan este rechazo de los jóvenes hacia el sistema y principalmente hacia los políticos: la desconfianza, la percepción del no cumplimiento de ofertas y la discriminación (Gangas, 1996). Debido a ello, los jóvenes se sienten desencantados y sin ningún interés en participar. A esto se une la situación de indefinición en la que se encuentran los jóvenes, por estar viviendo el proceso de abandonar la infancia, en el que no tienen muchas obligaciones como ciudadano para entrar a la vida adulta en la que sienten la responsabilidad de tener obligaciones para con el Estado. Algo que puede derivar en cierta apatía hacia el sistema.

En el caso de México, las últimas elecciones presidenciales de 2012 arrojaron datos interesantes con respecto a la participación de los jóvenes en la política. En concreto, fueron sorprendentes las movilizaciones sociales por algunos grupos de jóvenes que luchaban por ser escuchados y por dar a conocer su rechazo a ciertos candidatos, partidos políticos y desempeño en el poder. Tal fue el caso del movimiento #yo soy 132, lo que constituye un indicador del avivamiento que tuvieron los jóvenes en el cual se dieron cuenta de la inciencia que tienen sobre el sistema, que son parte de él y que deben participar activamente.

Con respecto a su participación de corte tradicional a través del voto, de acuerdo a cifras del Instituto Federal Electoral (IFE, 2012), casi un tercio del padrón corresponde a jóvenes de entre 18 y 29 años, lo que representa un 20.33% de la lista nominal de

electores que estaba conformada en 2012 por 79 millones 454 mil 802 ciudadanos. Es decir, 23 millones 926 mil 223 jóvenes tuvieron la oportunidad de emitir su voto el pasado primero de julio de 2012, de los cuales el 63% acudió a emitir su voto. En ese sentido, el IFE, contribuyó en promover la participación de los jóvenes a través de convocar a estos a participar como funcionarios de casilla. Con ello se favoreció el que los jóvenes conocieran más a fondo el papel de esta institución como vigilante de los procesos electorales.

Los datos anteriormente presentados muestran que los jóvenes no están interesados en querer participar con la sociedad involucrándose en la política, en la ayuda a la sociedad, son jóvenes inmersos en su diversión y satisfacción personal pero sin buscar repercutir en el engranaje sociopolítico del que son parte, se quejan de lo que sucede pero no hacen nada por mejorar la situación de su país, no se han dado cuenta de la importancia que tienen sus acciones en el juego político del país, no cumplen su rol. Su socialización se queda en eso, socialización en temas de diversión, con respecto a la política no la tienen, al carecer de esta, los niveles de cultura política no pueden considerarse los necesarios para la estabilidad democrática.

5.3. Socialización política.

La socialización política es el término que se ha empleado para indicar que un individuo está inmerso en un juego de intercambio de información, de conocimientos que le van a ayudar a formarse, a sensibilizarse y a tener conciencia de la importancia del tema política y todo lo que esto implica, tales como elecciones, participación activa de partidos políticos, o en alguna organización como la iglesia, juntas vecinales, mesa de alumnos, etc. De acuerdo al Diccionario (INEP, 2010), es por medio de la socialización política que se adquieren actitudes, creencias y conductas relativas al sistema político del cual forma parte, esto es, es la que contribuye a la formación en edades tempranas (infancia y adolescencia) de la personalidad que tendrá repercusión directa en el sistema político, esto es, una cultura política. En referencia a esto, Berger y Luckman (1983), consideran

que la socialización se da en dos momentos, una socialización primaria presente en los primeros años de vida, construida en el seno familiar y una socialización secundaria que se forma en base a la relación de los sujetos.

Esa socialización también le va a permitir al individuo aprender o modificar contenidos heredados del pasado (Almond, 1956) lo define como el “proceso por el cual la cultura política se mantiene o cambia”. Sirve para formar e instruir al individuo en cuestiones de política a la vez de que contribuye a generar o modificar opiniones y acciones que se manifiestan como actitudes que repercuten a la política y al sistema político del cual son parte. Por su parte, Greenstein (1977) define socialización como todo el aprendizaje político ya sea formal o informal, deliberado o no, que afecta el comportamiento político como por ejemplo las actitudes políticas relevantes, trasmite conocimientos que repercuten en la vida política del individuo. Así mismo, se puede definir como el conjunto de procesos en los cuales todo miembro de un sistema aprende a conocer los valores que constituyen el fundamento de su cultura política, adquiere información sobre las normas, reglas y estructuras de la autoridad, además de formar las actitudes que fundamentaran el comportamiento del individuo (Percheron, 1978). Es el proceso en el que los individuos perciben las normas, valores, actitudes y conductas del orden social existente (Seoane & Rodriguez, 1988).

El estudio de la socialización política durante los años 50's se basó en el análisis de las actitudes políticas infantiles, visualizando a los niños como participantes pasivos en el proceso político, posteriormente en los años 60's se busca observar la transición de adolescente a joven adulto, considerando de vital importancia la participación política de los jóvenes como requisito necesario para el éxito de las democracias (Flanagan & Sherrod, 1998). En los análisis realizados en niños se encuentra que es un periodo de edad importante para la formación de ciudadanos comprometidos, es una etapa en la que las lealtades se gestan debido a la idealización de las autoridades (Easton & Dennis, 1969). No están integrados en los roles de responsabilidad que tienen frente a la sociedad

(Mannheim, 1968), están en la búsqueda de dirección a su vida, viven su periodo de definición política. En ese sentido, diversas investigaciones de los años 60's sugirieron que la socialización política desarrollaba actitudes políticas adquiridas en edades tempranas que serían persistentes en la edad adulta (Easton & Dennis, 1969) (Campbell, Philip, Warren, & Stokes, 1960). Este planteamiento fue cuestionado, pues si bien fue fácil demostrar que los jóvenes de manera fácil expresaban sus ideas y opiniones, sucedía lo contrario al querer inferir que esas actitudes serías fuertes y sólidas como para prevalecer y afectar el comportamiento en su vida adulta.

Son diversos los agentes que contribuyen a la generación de este proceso de socialización política. Así, se habla de *socialización primaria* donde la familia es el agente por excelencia. La socialización se inicia desde niño formando las bases de la personalidad en donde los contenidos políticos pueden persistir hasta la edad adulta (Talcott & Bales, 1955). Por otro lado, se habla de la *socialización secundaria* en la que involucran personas ajenas a la familia, instituciones, organizaciones y los medios de comunicación (Dawson, 1977).

En lo que respecta a la familia, se encuentra evidencia de su importancia como factor de socialización primario por ser el primer grupo con el que se interrelaciona el individuo en la formación de habilidades cívicas (Andolina, Keeter, Zukin, & Jenkins, 2003). Estudios realizados en Michigan en 1965 y 1973 y en la Gran Bretaña demuestran el papel relevante de las familias en la transmisión de lealtades partidistas a los hijos en relación con los niveles de participación políticas de los padres, con lo cual, si los padres tienen elevados niveles de participación e interés por la política se manifestará en mayor participación electoral de los padres (Butler & Donald., 1974). En lo que se refiere a las lealtades partidistas se habla de la Ley de Mendel, por la continuidad ideológica heredada (Lane R. , 1959).

En lo que se refiere a la socialización secundaria, la escuela es un factor que influye de manera considerable al ser el espacio donde los individuos pasan más tiempo después del entorno familiar (Hess & Torney, 1965). Los compañeros de clase, los vecinos, los medios de comunicación entre otros, son agentes de aprendizaje político, y estos últimos un elemento que permite mediar entre las relaciones familiares, personales y del entorno escolar (Atkin & Gantz, 1978). Junto a estos factores, los medios de comunicación pueden contribuir a que la población aumente sus niveles de participación en cuestiones de política. Se ha detectado que el público que más confía en la democracia, en sus instituciones y también en sus dirigentes, es normalmente al mismo tiempo el que se expone y confía en los medios (Porath, 1995). Los medios de comunicación son considerados como un agente poderoso en la socialización política teniendo una influencia significativa en las actitudes políticas de los individuos (Chaffe, Ward, & Tipton, 1970)

Con respecto al análisis sobre influencia de los medios en las actitudes políticas se ha encontrado gran evidencia acerca de su influencia positiva respecto al aumento del interés, la participación y el compromiso político de los ciudadanos (Avery, 2009) (Capella & Jamieson, 1997) (Schereiber & García, 2003). Los medios de consideran fuente de información política (Rhee & Capella, 1997), contribuyen a aumentar el conocimiento y aprendizaje político (Cho J. , y otros, 2009). Por ello es muy importante conocer la información que se presenta y la manera en que los medios hacen un tratamiento de la misma, pero incluso más aún conocer a quién la recibe, conocer sus actitudes, creencias, percepciones, intereses, etc.

Es transcendental el caso de los jóvenes menores de 18 años, que están cercanos a ejercer el derecho a votar como medio de integración en el sistema político. Estos jóvenes cuentan con un acervo de conocimientos no maduro y en crecimiento, por lo que el consumo de medios y sus contenidos pueden afectar ese conocimiento, provocando que los jóvenes se interesen en cuestiones políticas y sean más participativos. Pero, por otro

lado, si esta información que se presenta no está bien estructurada, cumpliendo la función real de informar, puede llevar a no proporcionar a los jóvenes las herramientas necesarias para formarles un criterio en cuestiones políticas.

Siguiendo la línea de investigación del comportamiento político de los jóvenes, se analiza el impacto de los medios influenciado por factores como la conversación política relacionándose positivamente con elevados niveles de participación política (Rojas, 2006). Siendo esa conversación no solo personal sino también en línea (Lenhart, Madden, Rankin & Smith, 2007). Proveyendo a los jóvenes la oportunidad de desarrollar conocimiento y habilidades necesarias para participar en las acciones colectivas (Verba & Brady. 2009). En un estudio realizado a jóvenes de entre 12 y 17 años, futuros votantes, se encuentra que los medios de comunicación cumplen el rol de mediar en la socialización de los jóvenes con respecto a la vida política siendo el uso de estos como medio de información motivando la generación de un compromiso cívico (Lee, Shah, & McLeod, 2012). El compromiso cívico ha sido un factor de análisis para los académicos, las causas y consecuencias de la apatía hacia la vida política y cívica, poniendo atención al rol que juega la comunicación en la socialización de las personas en el proceso de convertirse ciudadanos activos (McLeod, Sheufele, & Moy, 1999)

Como se ha mencionado anteriormente, los medios de comunicación tienen una importancia fuerte con respecto a la política, ya que contribuyen a informar a los ciudadanos que de otra manera no pueden tener acceso a esos contenidos haciéndoles más fácil comprender el entorno político en el que viven. En el caso mexicano, Moreno (2008) analizó el impacto de las noticias en la confianza en cuestiones político-electorales en el caso de las elecciones de 2006. El autor encontró que las noticias en radio, televisión generaban desconfianza en los procesos electorales. Pero, ¿cómo utilizan los jóvenes los medios de comunicación?

Autores como (Nanteras, 2007)) son pioneros en el análisis de la relación de los medios en la generación de actitudes políticas en el terreno mexicano. Analizando una muestra de alumnos de los niveles de secundaria y primaria tanto de escuelas públicas como privadas en la ciudad de México. El autor encontró que la exposición a la información política transmitida en los medios es baja (49.3%), algo similar a lo encontrado en la Encuesta nacional de la juventud (2005). Además detectó que solo un 10% de los estudiantes analizados mostraban altos grados de consumo de información política, concluyendo así que el grado de interés e implicación política es más bien bajo en ese estrato de la sociedad. Junto a ello, sus datos ponen de manifiesto que el tipo de escuela y el nivel de información tienen una influencia sobre la situación política de los niños, demostrando que los que estudiaban en escuelas particulares presentaban mayores accesos a la información política que las escuelas públicas. Finalmente, también detectó que el interés hacia la política fue bajo (48%), pero no se muestra una posible relación entre consumo informativo y el interés hacia la política.

La Encuesta Nacional de Valores realizada en México en 2012 dio a conocer datos ilustrativos con respecto a la relación medios de comunicación-jóvenes (IMJ, 2012). Así, el 61.7% afirmó que se informan regularmente a través de la televisión, mientras que un 16.9% lo hace por medio del internet. Solo un 9.6% lee regularmente el periódico frente a un 39.4% que nunca lo hace, en tanto que el 62.5% dijo tener una cuenta en redes sociales para informarse. Por su parte el COLMEX encuentra evidencia de que al menos el 1 % de sus encuestados se interesa por las secciones de política en los diarios, medio de comunicación que casi no utilizan, y si lo hacen es con fines de entretenimiento ya que tres de cada 10 jóvenes solo leen la sección de deportes y solo el 7% utiliza el periódico para enterarse de cuestiones políticas, y para resumir el 49% no tiene el hábito de leer diarios, en contraste con el 95% de los jóvenes que afirmó estar pendiente de la televisión. En ese rubro, los datos muestran el hecho de que un tercio de los encuestados prefiere ver telenovelas que otro contenido televisivo, siendo las mujeres las que ven más telenovelas. Lo cual pone en evidencia la necesidad de identificar el papel real de la

comunicación en la formación de la cultura política, así como los factores que están contribuyendo a la socialización política de los jóvenes pre-ciudadanos.

CAPÍTULO VI

PRIMER ESTUDIO: APROXIMACIÓN CUANTITATIVA

En este capítulo se presentan los resultados del análisis cuantitativo realizado para la tesis doctoral. El estudio tiene como objetivo principal identificar la relación que existe entre los medios de comunicación y la conformación de la cultura política en los jóvenes en la AMM a través de su impacto en las actitudes políticas. Para ello, se realizó una encuesta con la que se buscaba identificar su dieta mediática y su asociación con las variables que explican las diferentes actitudes de los pre-ciudadanos, para de esa manera poder enlazar los posibles efectos. En primer lugar se presentarán los datos metodológicos que se utilizaron para el diseño del estudio. Posteriormente se mostrarán los análisis descriptivos de la muestra, así como una serie de regresiones lineales Jerárquicas incluyendo primero como variables dependientes las relativas a las actitudes políticas de los pre-ciudadanos con la finalidad de establecer el impacto de las variables relacionadas a la atención y exposición a medios de comunicación sobre las dependientes.

Posteriormente, y de acuerdo al modelo de mediación comunicativa, se agregan al modelo otras variables consideradas como orientaciones subsiguientes tales como las variables socio-políticas, y otras socio-demográficas tales como la edad, el nivel de ingresos, su ideología partidista así como el tipo de escuela al que asisten. Asimismo, dentro de este modelo se adicionan las variables relacionadas a la atención a contenidos de política y de entretenimiento en los medios y finalmente se agregan las variables relacionadas a los diferentes tipos de conversación tanto interpersonal como interactiva. Posteriormente se aportan los resultados de las ecuaciones estructurales realizadas para analizar la dirección y el tipo de relación entre las variables utilizadas.

Antes de pasar a explicar la metodología seguida, cabe hacer un repaso de la evidencia empírica detectada en el marco teórico. Está comprobado que el público que más confía en la democracia, en sus instituciones y también en sus dirigentes, es normalmente al mismo tiempo el que se expone y confía en los medios (Porath, 1995). En las democracias actuales, es muy difícil que los ciudadanos tengan un conocimiento o una información de primera mano de lo que ocurre en el ámbito político, es por ello que es necesario que recurran a los medios de comunicación. Rodríguez y Muñiz (2009) encuentran evidencia de que la socialización política está fuertemente influenciada por el consumo mediático.

Con respecto al análisis de la relación entre medios de comunicación y sus efectos con respecto a actitudes hacia la política existe la teoría del malestar mediático que tiene sus orígenes en los trabajos de (Kurt & Lang, 1966), quienes fueron los primeros en sugerir la conexión entre el incremento de los canales informativos y la extensión de los sentimientos de desconexión con la política, la denominada desafección política (Schereiber & García, 2003). Considerando que la televisión es la que más contribuye en la gestación de esos sentimientos (Putnam, 2000) aunado al ataque de los periodistas (Blumer & Gurevich, 1995; Fallows, 1997). Además no solo es el tipo de medio, sino también el tipo de contenido, en ese sentido Holtz-Bacha (1990) encuentra que una elevado nivel de atención a contenidos de entretenimiento genera bajos niveles de participación política, conocimiento político, la participación cívica así como el sentimiento de eficacia política (Shah, McLeod, & Yoo, 2001).

Por otro lado la atención a contenidos políticos relacionados al marketing político conlleva a la generación de sentimientos como el cinismo y la falta de compromiso (Capella & Jamieson, 1997; Maiers, 2000). Y este fenómeno no sucedía al consumir medios impresos (Newton, 1999). Sin embargo, desde las teorías de la movilización se plantea la existencia de un círculo virtuoso (Norris, 2000), que establece que el

conocimiento político y la participación política son el resultado del uso de medios de comunicación (Holtz-Bacha, 1990), repercutiendo de manera positiva en el comportamiento político de los individuos (Dalton, 2000). El estar expuestos a noticias genera ciudadanos más informados en temas políticos, lo cual los conlleva a ser ciudadanos más participativos, acrecentando su interés político y la discusión política (García Luengo, 2002).

Sin embargo, no es tanto la exposición genérica a los medios como la exposición particular a sus contenidos lo que genera este efecto. Así, ciertos contenidos como los enfocados en política o los de entretenimiento, ya sean impresos o electrónicos, generan diferentes tipos de efectos. Esto es, que el tipo de medio y de contenido influye para que se den tal o cual efecto, normalmente positivo la atención a política y negativo la atención a entretenimiento. Por otro lado, Rojas (2006) agrega la comunicación interpersonal de los individuos sobre temas políticos. Encontrando que sí impacta de manera positiva, esto es, la atención a ciertos contenidos, al ciertos tipos de medios y la conversación sobre política aumenta la probabilidad de que un individuo participe en actividades relacionadas con la política (Newton, 2006; Schimitt-Beck & Mckenrodt, 2010). La revisión bibliográfica anterior permite plantear las hipótesis de investigación de esta tesis doctoral:

- H11: Elevados niveles de exposición a televisión genera bajos niveles de compromiso político en los pre-ciudadanos, reforzando el cinismo político, mientras que la exposición a medios impresos hace aumentar la participación.*
- H12: La atención a contenidos de entretenimiento contribuye a la generación del cinismo político.*
- H13: Los sentimientos de eficacia interna y externa son elevados cuando existe un elevado consumo de medios.*
- H14: La atención de contenidos centrados en política motiva la generación del sentimiento de eficacia tanto interna como externa.*

- H15: *El conocimiento político se ve deteriorado por elevados consumos de contenidos de entretenimiento, aumentando ante la atención a contenidos mediáticos sobre política.*
- H16: *El interés en la política se ve reducido a elevados niveles de exposición de contenidos de entretenimiento en los medios y aumenta ante la atención a contenidos de política.*
- H17: *La conversación política, tanto interactiva como cara a cara, contribuye en el aumento de actitudes políticas como el conocimiento, interés, eficacia política, la participación política.*
- H18: *Bajos niveles de conversación política contribuyen al aumento de cinismo político.*

6.1. Diseño de la Encuesta.

Para la realización del estudio se desarrolló una encuesta representativa de la población de alumnos de preparatoria del AMM. La encuesta fue realizada en el marco del proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Educación Pública (PROMEP), como Apoyo a la Incorporación de Nuevos profesores de tiempo completo (PTC) y por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

6.1.1. Muestra.

El estudio se realizó seleccionando una muestra representativa de los jóvenes que se encuentren en el nivel de preparatoria en la zona metropolitana de Monterrey. Para ello se necesitó conocer los datos correspondientes al número jóvenes inscritos en el periodo escolar 2010-2011. Nuevo León contaba por ese momento con 278 preparatorias entre públicas y privadas de acuerdo al Gobierno Estatal; teniendo una población objeto de estudio de 28,785 alumnos de acuerdo a cifras de la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2010) se encontraban inscritos en el último año escolar de la preparatoria, siendo en

este año en el que se encuentra el objeto de estudio de esta investigación. Es decir, estudiantes en su mayoría menores de 18 años pero próximos para poder votar en las pasadas elecciones del 1 de julio de 2012.

La muestra inicial estaba conformada por 1030 estudiantes, con un nivel de confianza del 95% y un error máximo del 3.2%. Para realizar la selección de la muestra, en primer lugar se seleccionó de manera aleatoria las preparatorias separando en públicas y privadas así como de la misma manera se escogió a los grupos de último semestre en donde se aplicó el instrumento de medición. Las fechas de aplicación se dieron entre enero y febrero de 2011. Se aplicó en 11 preparatorias públicas y 12 privadas. Al finalizar la encuesta y analizar los datos recolectados se eliminaron 194 cuestionarios debido a que no correspondían a los objetivos de la investigación, ejemplo de ello fue que se encontraron jóvenes de mayor edad a la que se tiene como objeto de investigación (personas con 41 años de edad), por lo tanto la muestra final quedó conformada por 836 cuestionarios.

6.2. Instrumento.

Para obtener los datos, se utilizó como herramienta un cuestionario (ver anexo 1) en el que se buscó medir variables tales como el consumo de medio que engloba la prensa escrita, radio, televisión, internet así como su conocimiento político, su nivel de participación en cuestiones políticas, su interés en la política, entre otras variables, además de variables socio-demográficas.

6.2.1. Variables Independientes.

Exposición a medios: Escala de Likert con la que se buscaba medir e identificar el grado de exposición o tiempo que dedican a los medios de comunicación (Schereiber & García, 2003). Se les preguntó por el tiempo que dedicaban a ver televisión, leer prensa

escrita, leer prensa por internet, escuchar la radio, leer revistas de información y navegar por internet. Los valores de la escala oscilaban entre (1) nada, (2) poco, (3) algo, (4) mucho y (5) bastante.

Atención a programas de política: Se elaboró una escala a fin de evaluar el grado de atención prestada a programas relacionados con la política en los diferentes medios de comunicación, teniendo como respuesta una escala tipo Likert desde nada (1) hasta bastante (5). La escala estaba conformada por preguntas como atiendes a las noticias de política internacional, nacional o local en la televisión y la prensa. Además se les cuestionó su grado de atención a programas de política tradicionales poniendo como ejemplo el programa televisivo *Tercer Grado*, en el cual participan diversos periodistas y debaten sobre temas políticos. Y la contraparte, programas de sátira política como lo es el programa *El mañanero*. Con respecto al uso del internet también se les preguntó si navegaban en webs de política y si escuchaban por la radio programas relacionados a la política.

Atención a programas de entretenimiento: Para su medición se elaboró una escala conformada por de ítems que intentaban mediar el grado de consumo de programas de entretenimiento. Se utilizaron escalas de Likert con el cuestionamiento como ¿cuánta atención prestas a programas de entretenimiento en la televisión, como *realities*, programas de humor, telenovelas en televisión, series de televisión, películas? Además se les preguntó también con respecto a otros medios de comunicación como su grado de audición de programas de radio comercial basados en consumo de música. También se les cuestionó sobre su consumo de entretenimiento por internet tales como chatear, descargar música, etc. Todas las preguntas tenían como posibles respuestas (1) nada, (2) poco, (3) algo, (4) mucho y (5) bastante.

Conversación política interpersonal: Utilizando también una escala de Likert de 5 puntos, se buscó medir el grado de conversación sobre política de forma personal que

tienen los jóvenes con diferentes grupos de la población, tales como los amigos, familia, compañeros de trabajo y/o clase, profesores y maestros, sacerdotes o líderes espirituales además de con sus vecinos u otras personas de la calle. Para la elaboración de esta escala se tomó como referencia la utilizada en la (ENCUP, 2008) y se agregaron dos ítems utilizados por (Shah *et all* 2007). Esto para medir el grado de diálogo que tienen sobre política los pre-ciudadanos con personas con las que comparten ideas políticas y con los que difieren de sus mismas ideas.

Conversación política virtual o interactiva: Se buscó medir la frecuencia con que se utilizaba internet para ver eventos o noticias de política y si participan en algún chat o foro en línea sobre política, esto para determinar el grado de conversación sobre política mantenida por los encuestados a través del internet. Esto a través de una escala Likert que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). En concreto se les cuestionó sobre que tanto usaban el correo electrónico para organizar actividades comunitarias o sociales, discutían o conversaban sobre política o noticias que habían visto a través del correo electrónico, enviaban correos a políticos o editores de medios para dar sus opiniones, expresaban sus opiniones políticas a través de internet, participaban en chats, fórmulas, blogs o cualquier espacio sobre política en internet (Shah *et all* 2007). Además se agregó un ítem preguntando si los participantes escribían sus opiniones políticas en el espacio de comentarios de noticias en periódicos digitales (Muñiz *et all* 2012)

6.2.2. Variables Dependientes.

Interés en la política: Se pregunta sobre su interés general en la política, siguiendo el modelo utilizado en la ENCUP (ENCUP, 2008). Se evalúo en una escala de Likert que oscilaba de (1) nada a (5) bastante sobre las siguientes cuestiones: 1) Interés en la política local; 2) Interés en la política municipal; 3) en la política a nivel estado; 4) a nivel federal y finalmente su nivel de interés en la política internacional.

Sentimiento de eficacia política: Se evalúa el grado de sentimiento de las personas sobre su impacto en la política, pudiéndose hacer una diferenciación entre *sentimiento de eficacia interna*, que es en la que se clasifican los individuos que creen que no pueden tener ningún efecto en el ámbito político, y el *sentimiento de eficacia externa*, que alude a aquellos sentimientos personales de que el sistema no responde a las acciones de los ciudadanos (Rojas, 2006; de Vreese, 2005). Se les cuestionaba con respecto al grado de acuerdo a aseveraciones como: “el voto en las elecciones es el único medio por el cual puedo influir en lo que hace el gobierno”, “las personas como yo no tienen ninguna participación o influencia en las campañas electorales”, “No creo que a los funcionarios públicos les importe mucho lo que piensa la gente como yo, sólo se interesan por conseguir votos”, “La mayoría de los políticos después de ganar las elecciones se alejan rápidamente de la gente de la calle”, “La política y los asuntos del gobierno son cuestiones tan complicadas que una persona como yo realmente no puede entenderlas”, “Realmente, da lo mismo qué partido esté en el gobierno porque todos son igual de malos”, “Sinceramente, creo que a los gobernantes no les importa nada lo que la gente como yo piense u opine”, “Las medidas de presión (como huelgas, manifestaciones, etc.) son la única manera efectiva para conseguir que cambien las actuaciones de los gobernantes”, “Pienso que estoy mejor informado que la mayoría de las personas sobre asuntos políticos”, “Considero que estoy bastante cualificado como para poder participar en política”, “Siento que tengo un muy buen conocimiento de los asuntos políticos que ocurren en el país”. En todas ellas se utilizaron escalas tipo Likert que oscilaban entre nada (1) y bastante (5).

Participación política: Tomando como base un modelo de escala dicotómica (Kim, Wyatt, & Katz., 1999), se cuestionó a los participantes sobre si habían realizado diversas actividades tales como “Has votado en las últimas elecciones (municipio, estatal, etc.)”, “Has colaborado o trabajado en alguna campaña política electoral”, “Has asistido a alguna reunión o mitin político”, “Has contactado o hablado con funcionarios elegidos”, “Has colocado alguna manta, cartel o fotografía de protesta”, “Has votado en las últimas

elecciones para la mesa directiva”, “Has asistido a alguna manifestación o concentración”, “Asistes a reuniones de algún club o agrupación social”, “Realizas o has realizado algún tipo de trabajo voluntario”, “Has trabajado en algún proyecto comunitario”, “Has trabajado en apoyo de alguna causa o grupo social”, “Has asistido a alguna junta de vecinos”. Las opciones de respuestas eran No (0) y Sí (1).

Cinismo político: Se utilizó una escala conformada por diferentes afirmaciones sobre las que se preguntó el grado de acuerdo de los participantes. En concreto, se plantearon las siguientes aseveraciones: “Las propuestas políticas sólo dependen de qué tan bien le vaya al partido en los sondeos”, “Los políticos están únicamente preocupados en ganar las elecciones y mantener su popularidad”, “Los políticos no se ocupan de los problemas de sus áreas políticas y administrativas”, “Los políticos nunca cuenta la verdad acerca de sus metas y objetivos”, “Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas”, “Nunca se sabe en qué están pensando realmente los políticos cuando hablan o actúan”, “No se puede confiar en que los políticos hagan las cosas de forma correcta”, “Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen” (Capella & Jamieson, 1997). En todas ellas se utilizaron escalas tipo Likert que oscilaban entre nada (1) y bastante (5).

Conocimiento Político: Escala diseñada para medir el grado de conocimiento político tomando como referencia el estudio de (de Vreese & Elenbaas, 2008). Para ello, se evaluaron 18 cuestionamientos en los que se verificaba si contestaba de forma acertada (1) o de forma incorrecta (0). Se incluyeron las siguientes preguntas: ¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República? (PAN), ¿A qué partido político pertenece Humberto Moreira?, ¿Qué partido tiene mayoría en la Cámara de Diputados?, Podrías señalarnos ¿quién es el actual Secretario de Gobernación?, Podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México?, A qué partido político pertenece Manlio Fabio Beltrones?, ¿Cuántos años dura el mandato de un Gobernador?, Y el mandato de los alcaldes, ¿Cuáles son los poderes de la Nación?, Y, ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?, A qué partido

político pertenece Marcelo Ebrad, ¿ quién es el gobernador de Nuevo León?, ¿Y el alcalde de monterrey?, ¿Quién es el alcalde de San Nicolás?, ¿ Quién es el Presidente del PRI en NL?. Con el objetivo de unificar todas las escalas de Likert en escala de 5 puntos se procedió a adaptar la escala obtenida multiplicándola por 4 y sumándoles 1.

6.2.3. Variables de Control.

Aspectos socio-demográficos: Se busca conocer el sexo al que pertenece el participante (1 = hombre y 2 = mujer) y la edad del participante.

Nivel de educación de los padres: Se preguntó por el máximo grado escolar que han cursado los padres de los entrevistados. Para ello se asignó un número a cada nivel: (1) no tiene, (2) preescolar, (3) primaria, (4) Secundaria, (5) preparatoria, (6) Profesional, (7) posgrado.

Confianza en las noticias: Tomando como referencia la escala de Miller y Krosnick (2000) de confianza en los medios, se preguntó a los sujetos acerca de su grado de acuerdo con las siguientes cuestiones: “Las noticias a menudo cuentan los hechos de forma inexacta e incorrecta”, “Los medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte en sus noticias, no transmiten información contextualizada” y “Los medios suelen informar en sus noticias más bien de temas sin trascendencia, en vez de centrarse en los asuntos de verdadera importancia del día”. Se midieron utilizando una escala de Likert de (1) nada a (5) bastante.

6.3. Procedimiento.

En primer lugar se realizó una prueba piloto en una de las preparatorias seleccionadas, para revisar que el cuestionario fuera entendible y sencillo de responder por parte de los jóvenes. De esta manera se pudo confirmar que los participantes

entendieron lo que se les preguntaba. Una vez confirmado que el cuestionario era adecuado, se procedió a aplicarlo en las preparatorias seleccionadas. El cuestionario fue de tipo auto-aplicado, por lo que el investigador sólo dio indicaciones técnicas a los jóvenes acerca de no dejar ninguna respuesta en blanco y que no era un examen, que lo contestaran sin temor a ser juzgados, no existían respuestas malas o buenas, simplemente se tenía la intención de conocer lo que pensaban. De esta manera se buscaba hacerlos sentir en confianza y que contestaran de la manera más clara y con eso minimizar sesgos o errores que afectaran el desarrollo de la investigación. Para el análisis de los datos se hizo uso del programa IBM Statistical Package for the Social Sciences SPSS versión 21.

6.4. Análisis de Resultados.

6.4.1. Validación de Escalas e Indicadores.

Con la finalidad de validar los indicadores que se utilizaron en el estudio, se procedió a realizar un análisis de fiabilidad de las escalas, esto para determinar si estaban bien construidas y si estaban explicando bien el constructo que se deseaba medir. En cuanto a la escala de *exposición a medios*, en primer lugar se calculó su unidimensionalidad mediante un análisis factorial que arrojó un valor en la prueba Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de .65 ($p < .001$), una prueba que permite evaluar la idoneidad de los elementos para la realización de un análisis factorial con ellos. El factor consiguió explicar el 49% de la varianza. Sin embargo, se obtuvo un valor de Alfa de Cronbach de $\alpha = .53$, lo que no permite confirmar la existencia de consistencia interna, lo que parece intuir que existen patrones diferenciados de exposición a medios que impiden generar una única escala. En cuanto a la escala de *Atención a contenidos de política*, se procedió de igual manera calculando en primer lugar el valor del KMO, obteniendo como resultado un valor de .82 ($p < .001$), para un factor que explicaba un 53% de la varianza, lo que indica que los factores son los adecuados. Así mismo, la escala presentó unidimensionalidad ($\alpha = .84$), valor muy alto para reforzar el que la escala está bien construida.

En cuanto a la escala de *atención a contenidos de entretenimiento*, existe evidencia estadística de la buena conformación de la escala al arrojar la prueba de análisis factorial un valor KMO de .83 ($p < .001$), explicando el factor 42% de la varianza y contando con consistencia interna ($\alpha = .74$). También se verificó la confianza que tenían en los medios de comunicación, medida a través de la escala *credibilidad de los medios* que mostró idoneidad de los elementos KMO = .70 ($p < .001$), con un 58% de varianza explicada y un $\alpha = .80$. Posteriormente a las variables de consumo mediático se verificó la escala de *conversación personal sobre política*. Las pruebas estadísticas arrojaron valores favorables (KMO= .84 $p < .001$), logrando que el factor explicara el 48% de la varianza, con un valor de alfa de $\alpha = .84$. Lo cual nos permite hacer uso de esa escala por ser la idónea para medir ese constructo. En ese sentido también se comprobó el buen diseño de la escala de *conversación política interactiva*, con un $\alpha = .81$ y un KMO = .87 ($p < .001$) que explica 56% de la varianza.

Entrando en las variables de corte político, se procedió a verificar la validez de la escala que medía el *interés en la política*, para lo que se calculó el valor de la prueba Kaiser-Meyer-Olsen (KMO) que fue de .84 ($p < .001$), lo cual lo indica que los reactivos utilizados son muy adecuados para realizar la prueba estadística. Es decir, todas las variables relacionadas para medir el interés en la política son aceptables y se asocian en un único factor que explica el 69% de la varianza del interés. Para evaluar qué tanto la escala obtenida tiene consistencia interna, se procedió a calcular el estadístico Alfa de Cronbach. El valor obtenido ($\alpha = .84$) indica la unidimensionalidad del indicador, lo que implica que los ítems se unían efectivamente para medir el interés en la política. De igual manera se hizo con respecto a la escala que midió el *conocimiento político*, teniendo como valor $\alpha = .67$, además de un valor de KMO = .74 ($p < .001$), asegurándonos de esa manera que los ítems son los adecuados para el constructo que explicó un 54% de la varianza.

Por otro lado, se encontró que la escala de *cinismo político* cumplió con los requisitos estadísticos necesarios para considerarla bien elaborada, al arrojar la prueba un

valor de KMO = .92 ($p < .001$) que explica 67% de la varianza y un $\alpha = .93$. Otro indicador que fue necesario validar es el de *sentimiento de eficacia política*, en el cual el análisis de fiabilidad arrojó un valor KMO= .859, explicando el 37.17% ($p < .001$) de la varianza, así como una consistencia interna adecuada para ser utilizada en el estudio ($\alpha = .93$). Finalmente, el constructo referente a la *participación política* también quedó bien conformado ya que su valor de KMO= .77 ($p < .001$), explicando un 25.14% de la varianza, así como un valor $\alpha = .72$.

Tabla 6.1. Datos Sociodemográficos.

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sexo		
Mujer	34	58
Hombre	45	42
Escuela		
Pública	23	58. 6
Privada	67	41.4
Edad		
16	361	43.2
17	386	46.2
18	80	43.2

Nota: N: 836 casos

6.4.2. Análisis Descriptivo de la muestra.

Del total de los 836 jóvenes encuestados, la mayoría pertenecen al sexo femenino, ya que un 58% de la muestra son mujeres (482), mientras que el 42% eran hombres (354), y hubo 7 casos perdidos, en los que el encuestado no contestó esa pregunta (Ver Tabla 6.1). Analizando el tipo de escuela al que acudían, es decir, si asistían a una escuela pública o privada en su mayoría la muestra pertenecía a una escuela pública con 490

jóvenes que corresponde al 58.6%, mientras que el 41. 4% (346 casos) cursaba en escuela privada. Con respecto a la edad, se obtuvo en promedio una $M = 16.64$ ($DE = 0.67$), por lo que en su mayoría los participantes tienen 17 años (46.2%). Ello es un indicador de que en las pasadas elecciones del 1 de julio estos jóvenes tenían la edad para participar por primera vez, ya que esta encuesta se aplicó en el 2011. Le seguían los de 16 años con un 43.2% que representaban 361 participantes en la encuesta, mientras que los de 18 y 15 años tenían el 9.6% y 1.1% de presencia respectivamente (Ver tabla 6.1).

Posteriormente se procedió a analizar el entorno familiar de los participantes. En ese sentido, en el cuestionario se contemplaron preguntas relacionadas al nivel educativo de sus padres así como su nivel de ingresos. En la muestra se observa que la categoría ningún grado escolar en los padres representa un 4. 3% de la muestra ($n = 36$), mientras que en profesional se detectó un 32.9% (275 casos) y en posgrado 19.6% (89 casos). Con respecto a las madres, se pueden ver que las frecuencias más altas y consistentes, se encuentran en los niveles de secundaria con un 27. 8 % y preparatoria con un 27. 2 %, así como en el nivel profesional (27.2 %), es decir, no presentan ninguna variación considerable desde las categorías de preparatoria a profesional (Ver Tabla 6.2).

Tabla 6.2. Nivel de estudios de los padres.

Nivel Escolar	Padre	Madre
No tiene	4.3%	2.8%
Preescolar	0.1%	0%
Primaria	5%	7.4%
Secundaria	22.2%	27.8%
Preparatoria	24.8%	27.2%
Profesional	32.9 %	27.2 %
Posgrado	10.6%	7.8%

Nota: N: 836 casos

En lo que se refiere al nivel de ingreso, también se incluyó una pregunta con los niveles de ingreso presentados en forma de rangos para facilitar la posibilidad de respuesta (Ver tabla 6.3). Como se puede observar, el nivel de ingresos que mayor presencia tuvo es el del rango de entre 6,001- 10,000 pesos al mes, con un 37 %, seguido por el de menos de 6,000 con un 28. 3% de la muestra y con un 25. 8% que ganaban entre 10,001 y 30,001 pesos mensualmente. Se puede decir que solo una pequeña proporción percibía más de 30,001 pesos al mes (8.5%).

Tabla 6.3. Nivel de Ingresos familiar.

Nivel de ingresos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 6,000	203	28.3
6,001-10,000	269	37.5
10,001-30,000	185	25.8
Más de 30,001	61	8.5

Nota: N: 836 casos

Por otro lado, para analizar la relación de los jóvenes pre-ciudadanos con los medios de comunicación se procedió a determinar el tiempo que estaban expuestos a cada medio de comunicación (Ver Tabla 6.4). Se encuentra evidencia de que los medios que más consumen los jóvenes el internet ($M = 4.35$ y $DE = .98$) en el que 497 respondieron que consumen bastante internet, seguido por la televisión ($M = 3.91$ y $DE = 1.04$), 296 jóvenes declararon consumir bastante televisión. Por otro lado, la prensa digital ($M = 2.75$ y $DE = 1.4$), la radio ($M = 2.89$ y $DE = 1.12$) y las revistas informativas ($M = 2.57$ y $DE = 1.0$) tuvieron poca presencia como medios utilizados por los jóvenes encuestados. Finalmente el medio que menos presencia tuvo fue la prensa escrita ($M = 2.49$ y $DE = .96$), en el que solo 139 casos expresaron consumirla de forma fuerte.

Como se puede observar, los jóvenes presentan el internet como el medio de comunicación más utilizado en su vida diaria, manteniendo el gusto por la televisión pero desplazando otros medios de comunicación más tradicionales como la prensa escrita. Después de analizar el tiempo que le dedican a cada medio, es importante conocer el tipo de contenidos que demandan, por lo que se hizo una segmentación en la atención a contenidos sobre política y otro sobre la atención a contenidos con fines de entretenimiento que quedan resumidos en las tablas 6.5 y 6.6. Se puede observar en los resultados cómo los jóvenes no prestan en general mucha atención a temas de política. Con respecto al consumo de los contenidos sobre este tema en internet, el 59.4% afirmó no navegar en contenidos de política de la web ($M = 1.69$, $DE = 1.03$). Así como tampoco atendían los programas donde se presente sátira con respecto a la política ($M = 1.69$, $DE = 1.05$).

Tabla 6.4. Consumo de Medios.

Medio	Min.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Televisión	1	5	3.91	1.04	35.4
Prensa escrita	1	5	2.49	0.96	1.8
Prensa digital	1	5	2.75	1.4	12.6
Radio	1	5	2.89	1.12	9.9
Revista Informativa	1	5	2.57	1.00	4.8
Internet	1	5	4.35	.98	59.4

Nota: N = 834. Todas las variables se midieron con una escala con un rango teórico de variación de 1 (nada) a 5 (bastante).

Con respecto a los contenidos en la televisión, el 63.9% de los jóvenes respondió que no atendían a los contenidos sobre política en las televisoras nacionales ($M = 1.53$, $DE = .86$), así como al 29.2% tampoco consumía estos contenidos en las televisoras

extranjeras ($M = 2.08$, $DE = 1.12$). En lo que se refiere a la radio, se encontró que el 56.5% no escuchaba por programas relacionados con la política ($M = 1.65$, $DE = 0.90$). Se vuelve a detectar, por tanto, que el fuerte consumo del internet no es, sin embargo, de carácter político.

Tabla 6. 5. Atención a contenidos de política.

Programa o contenido	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Noticias en periódicos nacionales	1	5	2.39	1.04	36.1
Noticias en periódicos extranjeros	1	5	1.67	0.87	55
Noticias en periódicos locales o estatales	1	5	2.65	1.14	33
Información en radio sobre política	1	5	1.65	0.90	56.5
Ver programas de política	1	5	1.53	0.86	63.9
Ver noticias de televisoras nacionales	1	5	2.70	1.21	29.9
Ver noticias de televisoras extranjeras	1	5	2.08	1.12	39.6
Ver noticias de televisoras locales	1	5	3.05	1.24	29.2
Navegar por web con contenidos políticos	1	5	1.69	1.03	59.4
Ver programas de sátira política	1	5	1.69	1.05	61.2

Nota: $N = 834$. Con respecto a los porcentajes, se presenta el valor obtenido en la respuesta que corresponde a nada. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

Frente a la atención a contenidos de política, también se preguntó acerca de la atención a contenidos de entretenimiento en los medios. El estudio mostró que los jóvenes tienen como mayor consumo el de navegar por internet para chatear, bajar música etc. ($M = 4.43$, $DE = 0.93$). Además, también suelen ver bastante las series de televisión ($M = 3.82$, $DE = 1.120$) y películas ($M = 3.74$, $DE = 1.12$). También fue significativo el consumo de programas de música en la radio ($M = 3.24$, $DE = 1.34$) y de programas de entretenimiento por televisión tales como programas de revista o de humor ($M = 3.07$, $DE = 1.10$). Finalmente, el consumo más bajo se dio con respecto a las

telenovelas ($M = 2.80$, $DE = 1.47$) y del que menos consumo tienen es el de leer deportes en periódicos ($M = 2.77$, $DE = 1.43$) (Ver datos en la Tabla 6.6).

Tabla 6.6. Atención a programas de entretenimiento.

Programa o contenido	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Telenovelas	1	5	2.80	1.47	20
Series de televisión	1	5	3.82	1.12	35
Películas	1	5	3.74	1.12	31.2
Prensa deportiva	1	5	2.77	1.43	17.5
Programas de música en la radio	1	5	3.24	1.34	23
Navegar: chat, bajar música	1	5	4.43	0.93	64.6
Programas de entretenimiento TV	1	5	3.07	1.10	36.2

Nota: $N = 834$. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

Es importante tomar en cuenta cual podría ser el motivo por el cual los jóvenes consumen en mayor medida los programas de los medios dirigidos al entretenimiento y menos de política. En ese sentido, el cuestionario presentó una pregunta en la que se les cuestionó sobre su credibilidad en las noticias de los medios de comunicación, a través de varias afirmaciones. Así, en cuanto a la relativa a que “*las noticias a menudo cuentan los hechos en forma inexacta o incorrecta*” se detectó una confianza intermedia ($M = 3.00$, $DE = 1.14$). En un nivel similar se situó la valoración sobre que “*los medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte de sus noticias, no transmiten información contextualizada*” ($M = 3.06$, $DE = 0.15$). Finalmente, en relación a la afirmación sobre si “*los medios suelen informar en sus noticias de temas sin trascendencia, en lugar de centrarse en asuntos verdaderamente importantes*”, la valoración fue más baja ($M = 2.88$, $DE = 1.21$) (Tabla 6.7).

Tabla 6.7. Credibilidad de las noticias.

Programa o contenido	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Las noticias a menudo cuentan los hechos en forma inexacta o incorrecta	1	5	3.00	1.14	12.1
Las medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte de sus noticias	1	5	3.06	0.15	12.8
Los medios suelen informar en sus noticias de temas sin trascendencia, en lugar de centrarse en asuntos verdaderamente importante	1	5	2.88	1.21	12.4

Nota: $N = 834$. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

Como se puede ver, los jóvenes no presentan mucha atención a contenidos sobre política, sino que más bien están interesados en actividades mediáticas tendientes a la diversión, a escuchar música, por lo que no están socializándose políticamente a través de los medios de comunicación. Ahora bien, si no tienen contacto con estos temas, es importante conocer qué otras fuentes de información política a las que están expuestos. Para ello se les cuestionó sobre con ¿quiénes hablaban de política? (Ver Tabla 6.8). Como se puede observar, las personas con las que más hablaban de política era con los familiares ($M = 2.61$, $DE = 1.09$), seguido de profesores y maestros ($M = 2.37$, $DE = 1.07$), compañeros de clase ($M = 2.00$, $DE = 0.98$) y amigos ($M = 1.95$, $DE = 1.04$).

Es decir, se habla con el círculo cercano, con el que conviven día a día, pero no con otras personas como vecinos ($M = 1.66$, $DE = 0.89$) o sacerdotes y líderes espirituales ($M = 1.30$, $DE = 0.64$). Finalmente, es bajo el nivel de conversación con personas con ideas distintas a las suyas ($M = 1.92$, $DE = 1.07$), pero también con personas que tienen ideas similares ($M = 1.92$, $DE = 1.04$), lo que confirma el bajo nivel de debate político mantenido.

Tabla 6.8. Personas con las que hablas de política.

Posibles interlocutores	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Amigos	1	5	1.95	1.04	44.4
Familiares	1	5	2.61	1.09	34.1
Compañeros de clase	1	5	2.00	0.98	37.4
Profesores, maestros	1	5	2.37	1.07	30.9
Sacerdotes, líderes espirituales	1	5	1.30	0.64	77.6
Vecinos, otras personas	1	5	1.66	0.89	55.9
Personas con mismas ideas	1	5	1.92	1.04	45.5
Personas con ideas distintas	1	5	1.92	1.07	45.6

Nota: $N = 834$. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

Ahora bien, también es importante de que temas hablan los jóvenes, ¿qué les está preocupando? (Ver Tabla 6.9). Se puede observar que el tema del que más hablaban está relacionado con situaciones de diversión y entretenimiento, pues afirmaron hablaban bastante de lo que ocurren el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine ($M = 3.93$, $DE = 1.20$). Otro tema que también llama a su atención para conversar es la situación del crimen y violencia en la sociedad ($M = 3.80$, $DE = 1.21$), esto posiblemente debido a los altos niveles de inseguridad que se vivió en el Estado durante el periodo de aplicación del cuestionario.

Siguiendo por orden de importancia se encontró que en tercer nivel dejaban las conversaciones relacionadas a su vida personal y privada ($M = 3.34$, $DE = 1.30$), seguido de sus diálogos con respecto a la evolución de la escuela y la educación ($M = 2.97$, $DE = 1.15$). En quinto lugar de temas sobre los que conversan se encuentran los relacionados a la espiritualidad, en ese sentido conversar sobre la religión y sobre las creencias afirmaron que lo hacían poco ($M = 2.44$, $DE = 1.20$). Entre los temas sobre los que menos dialogan en sus reuniones se encuentran la evolución de la economía mexicana ($M = 2.42$, $DE = 1.14$),

seguido de la situación de los países extranjeros ($M = 2.31$, $DE = 1.12$), tema respecto del cual la respuesta que más presencia tuvo entre los encuestados fue la de “nada”.

Tabla 6.9. Temas de Conversación.

Tema	Min.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Lo que el Presidente , GF o Congreso hace	1	5	2.19	1.05	2.9
Lo que el Gobernador del Edo. está haciendo	1	5	2.44	1.12	6.0
Lo que ocurre en países extranjeros	1	5	2.31	1.12	3.9
La evolución de la economía mexicana	1	5	2.42	1.14	4.4
La situación de crimen y violencia en la sociedad	1	5	3.80	1.21	34.9
Sobre tu vida personal y familiar	1	5	3.34	1.30	22.2
La evolución de la escuela y la educación	1	5	2.97	1.15	9.9
La religión y tus creencias religiosas	1	5	2.44	1.20	7.7
Lo que ocurre en el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine	1	5	3.93	1.20	41.5

Nota: $N = 834$. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

Con respecto a las variables relacionadas a las actitudes políticas, se procedió a generar indicadores que midieran el interés en la política, el conocimiento político, la participación tanto política como cívica, el sentimiento de eficacia interna y externa así como también el cinismo político. Posteriormente se procedió a realizar el análisis descriptivo de los componentes. Se puede observar en la tabla 6.10, que con respecto al interés en la política se encontraron niveles elevados aunque no se superó la media teórica ($M= 2.73$, $DE= .87$). En lo que se refiere al conocimiento político también presentó niveles altos, tampoco supera la media teórica pero no se puede decir que sea bajo el nivel de conocimiento de los jóvenes participantes en el estudio ($M= 2.67$, $DE= .63$). Por otro lado la participación política también presentó niveles altos ($M= 1.32$, $DE= .566$), aunque en menor cantidad de jóvenes (16%), mientras que la participación cívica tampoco

superá la media teórica ($M= 2.06$, $DE= 1.29$), si tuvo mayor presencia que la participación política al tener un 19 % de jóvenes involucrados en actividades con compromiso cívico. Con respecto a la eficacia interna se presentaron bajos niveles de percepción de tener la capacidad de participar en el sistema ($M= 2.12$, $DE= .90$), esto es, solo el 21. 8 % de los jóvenes encuestados reconoce este hecho, por otro lado en lo que se refiere a la eficacia política externa los valores estuvieron cercanos a la media teórica ($M= 2.82$, $DE= .566$) y el 40 % de los encuestados consideró que los gobernantes si los toman en cuenta. En referencia al cinismo político, se encuentra un sentimiento de desafecto respecto a lo referente a la política ($M= 3.55$, $DE= 1.01$), única actitudes que se encuentra por encima de la media teórica (3), así como que el 75. 5 % de los participantes en el estudio presentan cinismo político, lo contradictorio es encontrar que presentan también un interés en la política y cierto grado de conocimiento del tema.

Tabla 6.10. Actitudes hacia la política.

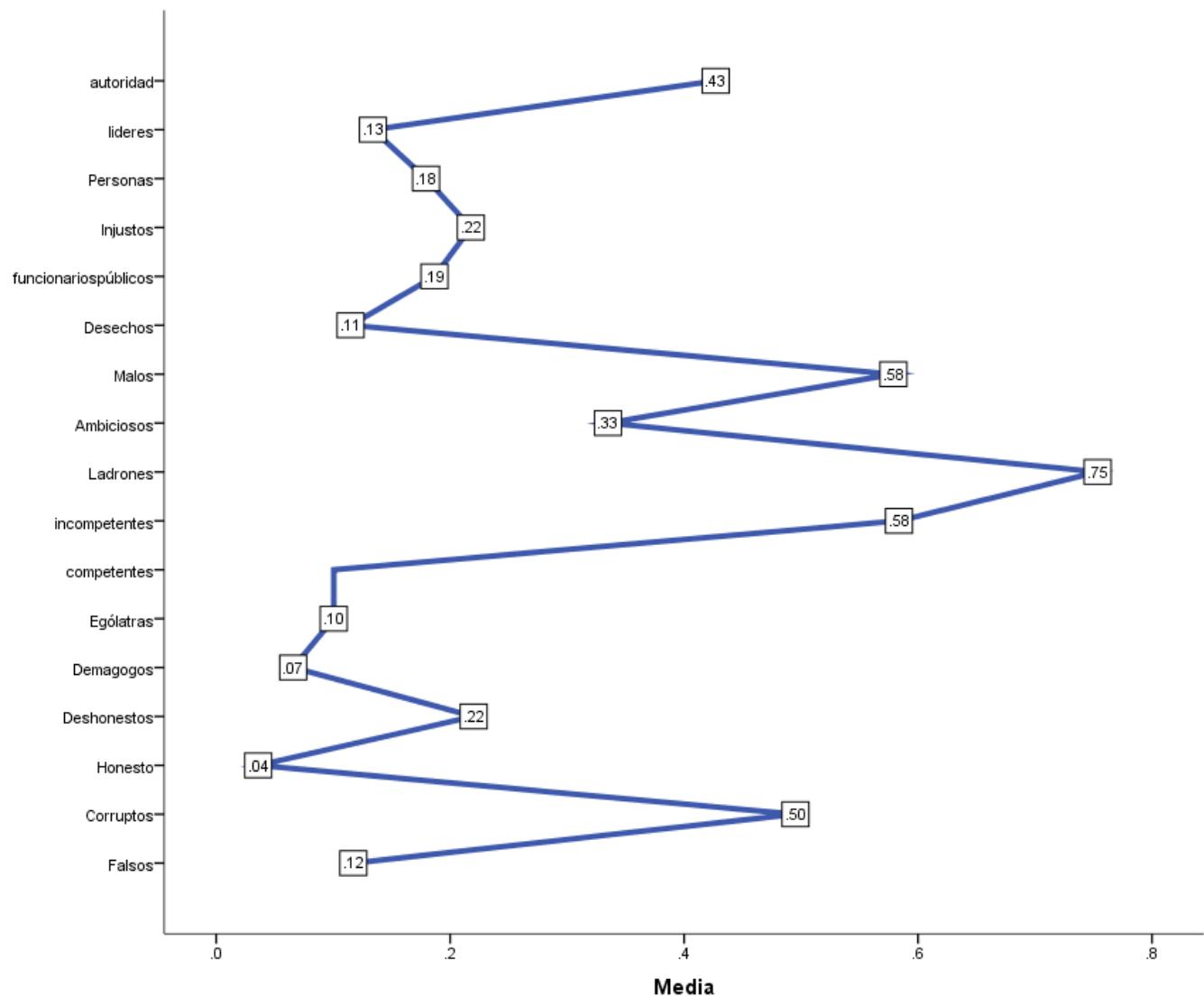
	Mín.	Máx.	<i>M</i>	<i>DE</i>	%
Interés hacia la política	1	4.78	2.73	.87	46.8
Conocimiento Político	1	5	2.67	0.64	35.8
Participación Política	1	3.86	1.32	.566	16
Participación Cívica	1	5	2.06	1.29	19
Eficacia Interna	1	5	2.12	.90	21.8
Eficacia Externa	1	5	2.82	.90	42
Cinismo Político	1	5	3.55	1.01	75.5

Nota: $N = 834$. Los valores incluidos en la columna del porcentaje representa el tamaño del grupo que se sitúa por encima de la media teórica (3).

Otro punto a considerar es la imagen que tienen sobre los políticos, en ese sentido, en el cuestionario se agregó una pregunta referente al concepto que tienen sobre los políticos (Ver Figura 6.1). Se puede constatar cómo la forma en que perciben los jóvenes pre-ciudadanos a los políticos está perfilada por rasgos como ser un ladrón ($M = .75$, $DE =$

2.94), alguien malo ($M = .58$, $DE = 2.46$) e incompetente ($M = .58$, $DE = 2.08$), así como también corrupto ($M = .50$, $DE = .86$). Todo esto aunado a que lo ven como alguien con autoridad ($M = .43$, $DE = 2.66$). Esto pone en evidencia la falta de confianza que existe en los políticos y una percepción negativa del sistema y sus representantes.

Figura 6.1. Conceptualización de los políticos.



6.4.3. Relaciones entre las variables del estudio.

En la segunda parte del estudio se procedió a analizar la relación o covarianza existente entre las variables utilizando la prueba r de Pearson para cada una de las variables constitutivas de la cultura política. En referencia a la variable dependiente interés en la política (Ver tabla 6.11), ésta se correlacionó con la exposición a medios ($r = .211, p < .01$), con la atención centrada en contenidos de política ($r = .431, p < .01$), y en la misma intensidad con los tipos de conversación, tanto interpersonal ($r = .418, p < .01$), como interactiva ($r = .256, p < .01$). Es importante recalcar que la atención centrada en contenidos de entretenimiento no está correlacionándose con el interés en la política. De esta manera se puede ver como la actitud de interesarse en temas relacionados a la política se relaciona con la dieta mediática tanto la relacionada al entretenimiento como a la política, así como la gran exposición a los diversos medios, todo esto asociado también a la conversación que realizan sobre el tema.

Tabla 6.11. Correlaciones entre Interés en Política, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554 **	.430 **	.268 **	.282 **	.211 **
Atención Entretenimiento		-	.236 **	.049	.089 **	.049
Atención Política			-	.553 **	.454 **	.431 **
Conversación Interpersonal				-	.506 **	.418 **
Conversación Interactiva					-	.256 **
Interés en Política						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Con respecto al indicador del conocimiento político (Ver tabla 6.12), también se encuentra correlación con la exposición a medios ($r = .189, p < .01$), al igual que la atención a contenidos de política ($r = .322, p < .01$). También se asocian las variables

relacionadas a la conversación interpersonal ($r = .214, p < .01$), y la interactiva ($r = .100, p < .01$). Además se descubre correlación con la atención a contenidos de entretenimiento ($r = .149, p < .01$). Lo cual pone en evidencia que existe una correlación entre las variables que indica que el conocimiento político está asociado a la exposición de los diversos medios de comunicación a través de contenidos no solo de política, sino también los relacionados al entretenimiento, así como también a la acción de hablar sobre política tanto de manera personal como interactiva.

Tabla 6.12. Correlaciones entre Conocimiento Político, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554 **	.430 **	.268 **	.282 **	.189 **
Atención Entretenimiento		-	.236 **	.049	.089 **	.149 **
Atención Política			-	.553 **	.454 **	.322 **
Conversación Interpersonal				-	.506 **	.214 **
Conversación Interactiva					-	.100 **
Conocimiento Político						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

Al hacer el análisis correlacional de la variable dependiente *sentimiento de eficacia interna* (Ver Tabla 6.13), se encuentra que ésta se asocia con la exposición a medios ($r = .193, p < .01$). En lo que se refiere a los contenidos que consumen en los medios de comunicación se encuentra que los contenidos relacionados a la política ($r = .403, p < .01$) están correlacionando positivamente al igual que los centrados en entretenimiento ($r = .073, p < .01$). Ahora bien, analizando las variables relacionadas a los niveles de conversación, se correlaciona con la conversación interpersonal ($r = .384, p < .01$) y la conversación en línea o interactiva ($r = .358, p < .01$) de manera positiva.

Tabla 6.13. Correlaciones entre Eficacia Interna, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554**	.430**	.268**	.282**	.193**
Atención Entretenimiento		-	.236**	.049	.089**	.073*
Atención Política			-	.553**	.454**	.403**
Conversación Interpersonal				-	.506**	.384**
Conversación Interactiva					-	.358**
Eficacia Interna						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

En cuanto a las asociaciones con respecto al *sentimiento de eficacia externa* (Ver Tabla 6.14), se encuentra una correlación negativa con la exposición a medios ($r = -.127, p < .01$), lo que indica que elevados consumos de medios están asociados a bajos niveles de sentimiento de eficacia externa por parte de los jóvenes, o lo que es lo mismo, una menor exposición a los diferentes medios de comunicación eleva el sentimiento de eficacia externa. Lo mismo se detecta con la atención de contenidos centrados en política ($r = -.075, p < .01$) que se asocia de manera negativa. Esto es, los participantes que menos contenidos de política consumen son los que más eficacia externa experimentan. Otra variable que se correlaciona de manera negativa era la conversación interpersonal ($r = -.127, p < .01$). Por otro lado, se detectó una correlación positiva con la atención a entretenimiento ($r = .193, p < .01$) y la conversación interactiva ($r = .079, p < .01$).

Tabla 6.14. Correlaciones entre Eficacia Externa, Exposición a Medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554**	.430**	.268**	.282**	-.127**
Atención Entretenimiento		-	.554**	.430**	.268**	.282**
Atención Política			-	.553**	.454**	-.075*
Conversación Interpersonal				-	.506**	-.127**
Conversación Interactiva					-	-.079*
Eficacia Externa						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

Posteriormente se verificaron las correlaciones de las variables de comunicación con la relativa a la *participación política* (Ver Tabla 6.15). Se encontró que la atención a contenidos de entretenimiento no presentaba ninguna asociación con la participación política. Por otro lado, se pueden observar que fuertes niveles de exposición a medios están asociados positivamente con un aumento de la participación política ($r = .145, p < .01$). Lo mismo se detectó con respecto a la atención a contenidos de política ($r = .223, p < .01$), la conversación interpersonal ($r = .317, p < .01$) y la conversación interactiva ($r = .295, p < .01$), pues todos ellos se relacionaban con un aumento de los niveles de participación política de los ciudadanos. Ello indica que existe una asociación positiva entre los jóvenes que presentan elevados niveles de consumo de medios, que consumen contenidos centrados en política y que conversan tanto de manera interpersonal como interactiva sobre política con sus elevados niveles de participación política.

Tabla 6.15. Correlaciones entre Participación Política, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554**	.430**	.268**	.282**	.145**
Atención Entretenimiento		-	.236**	.049	.089**	.005
Atención Política			-	.553**	.454**	.223**
Conversación Interpersonal				-	.506**	.317**
Conversación Interactiva					-	.295**
Participación Política						-

Nota: N = 836 casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

Con respecto a la variable dependiente *participación cívica*, se encuentran resultados similares a los de la participación política (Ver Tabla 6.16). Así, la atención a contenidos de entretenimiento no está correlacionándose con este tipo de participación. En referencia a la exposición a medios, se encuentra una asociación positiva ($r = .177, p < .01$). De igual manera la atención a contenidos de política ($r = .230, p < .01$), la conversación interpersonal ($r = .318 p < .01$) y la conversación interactiva ($r = .281, p < .01$). Se puede decir por tanto que en los jóvenes que presentan elevados niveles de participación de tipo cívica, tales como pertenecer a algún club o realizar trabajo voluntario, su comportamiento está asociado al consumo de una cantidad considerable de contenidos políticos, además de a elevados niveles de exposición a medios de comunicación y de conversación sobre temas de política con otras personas, tanto de manera presencial como virtual o interactiva.

Tabla 6.16. Correlaciones entre Participación Cívica, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554**	.430**	.268**	.282**	.177**
Atención Entretenimiento		-	.236**	.049	.089**	.054
Atención Política			-	.553**	.454**	.230**
Conversación Interpersonal				-	.506**	.318**
Conversación Interactiva					-	.281**
Participación Cívica						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

Por último, en el análisis de asociaciones del Cinismo Político se detectó que la conversación interactiva no se está asociando a la variable dependiente, al igual que la atención a contenidos de política (Ver Tabla 6.17). Mientras que si hay una correlación positiva con la exposición a medios ($r = .094 p < .01$), la conversación interpersonal ($r = .111 p < .01$) y la atención a contenidos de entretenimiento ($r = .102 p < .01$). Así como también se presenta asociación con la atención a contenidos de entretenimiento ($r = .102 p < .01$). Esto es, se encuentra asociación entre los elevados tiempos de exposición a medios, el tiempo de conversación interpersonal sobre política, además de la atención a contenidos de entretenimiento con la generación de sentimientos como el que los políticos no dicen la verdad, que no cumplen sus promesas que las olvidan y que no se pueden confiar en ellos relativas al cinismo político.

Tabla 6.17. Correlaciones entre Cinismo Político, exposición a medios y tipos de conversación.

Variables	1	2	3	4	5	6
Exposición a medios	-	.554**	.430**	.268**	.282**	.094**
Atención Entretenimiento		-	.236**	.049	.089**	.102**
Atención Política			-	.553**	.454**	.062
Conversación Interpersonal				-	.506**	.111**
Conversación Interactiva					-	.048
Cinismo Político						-

Nota: $N = 836$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de $p < .05$;

** $p < .01$; *** $p < .001$

6.4.4. Variables Explicativas de las Actitudes Políticas.

En la siguiente fase del estudio se buscó determinar qué variables explicaban los diferentes componentes de las actitudes políticas de los participantes contempladas en el estudio. Se realizaron diferentes análisis de regresión lineal múltiple jerárquica, en la opción de pasos sucesivos, para cada una de las variables dependientes contempladas. En el primer bloque se utilizaron las variables de control relacionadas a los aspectos socio-demográficos tales como el sexo del encuestado, la edad, el nivel de ingresos de la familiar, su posición política, así como el tipo de escuela al que pertenecen (modelo 1).

En el modelo dos se agregaron las variables relacionadas a su exposición los diferentes medios de comunicación como la televisión, la prensa escrita, la prensa digital, la radio, las revistas de información así como el internet. En el siguiente paso se agregaron los niveles de atención a los diversos contenidos consumidos en los medios ya sean atención a contenidos de política así como los de entretenimiento (modelo 3). Finalmente el modelo 4 son añadidas las variables de conversación política interpersonal e interactiva. En todos los casos se verificó que las variables cumplieran el supuesto de independencia

con respecto a la variable dependiente. Para ello se utiliza la prueba de Durbin-Watson que indica que su valor debe de estar entre el límite mínimo 1.5 y el límite máximo 2.5.

Tabla 6.18. Variables explicativas del Interés Político.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.091*	-.080*	.012	-.008
Edad del encuestado	-.031	-.024	-.022	-.028
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.012	-.002	-.024	-.031
Tipo de Escuela	-.076*	-.093*	-.101**	-.101**
Exposición Mediática				
Televisión		-.051	-.051	-.028
Prensa escrita		.160***	.052	.034
Prensa digital por internet		.077	.004	-.022
Radio		.027	-.007	-.008
Revistas de información		.187***	.107**	.104**
Internet		.056	.088**	.082
Atención a Contenidos				
Atención política			.422***	.300***
Atención entretenimiento			-.080	-.059
Conversación Política				
Conversación Personal				.231***
Conversación interactiva				-.005
ΔR^2	.019	.105	.116	.034
R^2	.019	.125	.241	.275

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se realizó el mismo procedimiento, constituyendo en este caso el valor 1 pertenecer a la escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$;

** $p < .01$, *** $p < .001$

Con respecto a las variables explicativas del *interés en la política* (Ver Tabla 6.18), se obtuvo un valor de Durbin-Watson de 1.92, lo cual confirma la independencia respecto a la variable dependiente. En el primer modelo, que incluía las variables correspondientes a variables socio-políticas, se consiguió explicar el 1.9% de la varianza. La variable sexo explicaba la formación de interés en la política ($\beta = -.091, p < .05$). Lo cual nos indica que el ser hombre explicaba el aumento del interés en este paso, siendo las mujeres las que menos interés tienen en estos temas. Así como también la pertenencia a escuela pública ($\beta = -.076, p < .05$), siendo los jóvenes que estudiaban en escuela privada los que presentan mayores niveles de interés.

Al agregar las variables relacionadas a la exposición a los diferentes medios (modelo 2) se generó un 10.5% de aumento en la varianza explicada ($R^2 = .125$). Esto principalmente a la contribución de la prensa escrita ($\beta = .160, p < .001$) y a las revistas de información política ($\beta = .187, p < .001$). Por tanto, en el modelo dos, el interés en la política es explicado por contenidos encontrados en medios de comunicación escritos en papel y los centrados en contenidos relacionados a política. Este modelo se modificó al introducir a la ecuación las variables relacionadas a la atención a contenidos centrados en política y en entretenimiento (modelo 3). Estas variables lograron aumentar la varianza explicada 11.60% ($R^2 = .241$). Además, en referencia a la atención a contenidos de política está explicando el interés en la política ($\beta = .422, p < .001$), así como también el internet como medio de comunicación ($\beta = .088, p < .001$) y desparece la prensa escrita como variable explicativa. En ese sentido, los jóvenes pre-ciudadanos que tienen interés en la política centran su atención en contenidos relacionados a este tema usando como medio de información el internet.

Finalmente, en el modelo 4 se agregaron las variables relacionadas a los niveles de conversación interpersonal e interactiva con respecto a la política, con lo que bajó el valor de la varianza al explicar 3.4% ($R^2 = .275$). En lo que respecta a las variables relacionadas a

la conversación política, solamente la interpersonal explicó el interés ($\beta = .231, p < .001$) y desaparece el internet y el sexo.

Tabla 6.19. Variables explicativas del Conocimiento Político.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.107**	-.095**	-.048	-.050
Edad del encuestado	-.029	-.027	-.023	-.022
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.098**	.098**	.075*	.076*
Tipo de Escuela	-.125**	-.139***	-.146***	-.147***
Exposición Mediática				
Televisión		.016	-.060	-.059
Prensa escrita		.208***	.134**	.134**
Prensa digital por internet		.001	-.050	-.047
Radio		.068	.015	.013
Revistas de información		.025	-.032	-.027
Internet		.029	.023	.022
Atención a Contenidos				
Atención política			.256***	.257***
Atención entretenimiento			.116*	.116*
Conversación Política				
Conversación Personal				.032
Conversación interactiva				-.046
ΔR^2	.046	.061	.056	.002
R^2	.046	.107	.164	.165

Nota: $N = 834$. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$.

En cuanto al modelo explicativo del *conocimiento político* (Ver Tabla 6.19), en el análisis se obtuvo un valor Durbin-Watson de 1.88 lo que refleja que se cumple con el principio de independencia. Con respecto al primer modelo, se observó al igual que en el interés que las variables socio-políticas que explican son el sexo ($\beta = -.107, p < .01$), con lo cual es ser hombre explica el tener un menor conocimiento político, el nivel de ingresos ($\beta = -.98, p < .01$), en este caso un menor ingreso menor conocimiento político, y el tipo de escuela ($\beta = -.125, p < .01$). Estas variables en conjunto explicaron un 4. 6% de la varianza.

En el siguiente paso se incluyeron las variables relacionadas a la exposición a medios, haciendo que el valor de la varianza en el modelo 2 se incrementara un 6.1% ($R^2 = .107$). A las variables socio-demográficas se les adiciona la exposición a prensa escrita ($\beta = -.208, p < .001$).

Posteriormente se procedió a agregar las variables relacionadas a la atención a contenidos en específico (modelo 3). En ese modelo la variable sexo dejó de explicar el conocimiento, pero el tipo de escuela sigue explicando, así como el consumo de prensa. Se agregan a la ecuación la atención a contenidos de política ($\beta = .256, p < .001$), así como también de los contenidos relacionados al entretenimiento ($\beta = -.116, p < .001$), unas variables que explicaron el 5. 6% de la varianza del modelo ($R^2 = .164$).

Finalmente, en el modelo 4 se incorporaron las variables de conversación que sólo explicaron el 0.02% de la varianza ($R^2 = .165$). En este modelo se mantienen constantes la relativa al consumo de prensa escrita, la atención a contenidos centrados en política y a los centrados en entretenimiento, al igual que en el modelo 3. Una evidencia importante a considerar es que los niveles de conversación tanto interpersonales como en línea no están contribuyendo a la generación de conocimiento político por lo que ese factor de socialización política no está impactando en la comprensión política de los jóvenes.

Tabla 6.20. Variables Explicativas del Sentimiento de Eficacia Política Interna.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.187***	-.176**	-.105**	-.128***
Edad del encuestado	.019	.024	.029	.020
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.123**	.113**	.090*	.078**
Tipo de Escuela	.010	.003	-.004	-.003
Exposición Mediática				
Televisión		-.033	-.069	-.048
Prensa escrita		.113**	.019	-.006
Prensa digital por internet		.143***	.079**	.038
Radio		.016	-.026	-.015
Revistas de información		.158***	.087**	.069
Internet		-.059	-.043	-.045
Atención a Contenidos				
Atención política			.346***	.191***
Atención entretenimiento			.009	.036
Conversación Política				
Conversación Personal				.193***
Conversación interactiva				.125**
ΔR^2	.055	.084	.080	.046
R^2	.055	.139	.219	.265

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$

En lo que se refiere al *sentimiento de eficacia política interna*, se obtuvo un valor Durbin-Watson de 1.87, valor dentro de los parámetros permitidos para esta prueba (Ver

Tabla 6.20). La variable sexo, en este caso ser hombre, explicaba el sentimiento de eficacia interna ($\beta = -.187, p < .001$), así como el ingreso mensual ($\beta = -.123, p < .01$), lo cual es un indicio de que a un menor salario, sin embargo es mayor el sentimiento de eficacia política. Estas variables explicaron el 5.5% de la varianza.

En el modelo 2 se introdujeron las variables relacionadas a la exposición a medios, arrojando la ecuación el resultado de que el consumo de los únicos medios que explicaban esta actitud eran la prensa escrita ($\beta = .113, p < .01$), la prensa digital por internet ($\beta = .143, p < .001$), y las revistas informativas ($\beta = .158, p < .001$). Este modelo presenta un aumento considerable en la varianza al explicar el 8. 4% ($R^2 = .139$).

En el siguiente modelo se introdujeron las variables de atención a contenidos específicos de los medios. Sólo impactó positivamente la atención a contenidos centrados en política de los medios ($\beta = .346, p < .001$), que consiguió explicar en conjunto el 8% de varianza explicada ($R^2 = .219$). En el modelo 4 se añadieron las variables de conversación, las cuales lograron explicar el 4. 6% de la varianza ($R^2 = .265$). En ese modelo los dos tipos de conversación, tanto interpersonal ($\beta = .193, p < .001$) como la interactiva explican a la eficacia política ($\beta = .125 p < .01$). Así, los jóvenes que más conversación sobre política tienen en los dos planos inter-personal y en línea son los que mayores niveles de eficacia política tienen.

En lo que se refiere al *sentimiento de eficacia política externa*, el análisis de regresión lineal realizado aportó un valor Durbin-Watson de 1.91, lo cual indica independencia entre la variable dependiente y las explicativas (Ver Tabla 6.21). En el modelo 1, donde se presentaban las variables de control o socio-demográficas, la posición política consiguió explicar de forma negativa el sentimiento de eficacia política externa ($\beta = -.090, p < .05$). De esta manera, los participantes que en mayor medida indicaban ser de izquierdas eran los que presentaban un mayor sentimiento de eficacia política externa. Este modelo explicaba el 1.6% de la varianza.

Tabla 6.21. Variables Explicativas del Sentimiento de Eficacia Política Externa.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	.018	.011	.006	.021
Edad del encuestado	-.036	-.038	-.039	-.036
nivel de ingresos mensual de tu familia:	-.062	-.058	-.047	-.040
Tipo de Escuela	-.044	-.037	-.034	-.034
Exposición Mediática				
Televisión	.007	.082	-.043	
Prensa escrita	-.079	-.057	.069	
Prensa digital por internet	.035	.051	.019	
Radio	-.015	.022	.021	
Revistas de información	.042	.060	.063	
Internet	-.098*	-.076	-.073	
Atención a Contenidos				
Atención política		-.054	.029	
Atención entretenimiento		-.151**	-.167**	
Conversación Política				
Conversación Personal			.149**	
Conversación interactiva			-.009	
ΔR^2	.016	.014	.017	.015
R^2	.016	.030	.047	.061

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$

Al introducir las variables relacionadas a la exposición mediática en el modelo 2, la ecuación resultante sufrió variaciones aumentando en un 1.4% la varianza explicada ($R^2 = .030$). En esta ecuación resultante, el consumo de internet conseguía explicar el

sentimiento de eficacia política externa, si bien de forma negativa ($\beta = -.098, p < .01$). Esto quiere decir que el aumento en el consumo de internet disminuye el sentimiento de eficacia política externa de los jóvenes participantes en la encuesta.

En un paso posterior se incluyeron las variables de atención a contenidos en los medios. En este tercer modelo, la atención centrada en los contenidos de entretenimiento de los medios consiguió explicar la variable dependiente de manera negativa ($\beta = -.151, p < .01$). Esto evidencia que a menores consumos de contenidos de entretenimiento, mayores niveles de eficacia política externa se perciben en los sujetos participantes en el estudio. Este modelo explicaba el 1.7% de la varianza ($R^2 = .047$). Finalmente, el cuarto modelo se generó después de adicionar las variables relacionadas a los niveles de conversación, mismo que explicaba el 1.5% de la varianza ($R^2 = .061$). En este sentido, la conversación política interpersonal explicaba de manera negativa el sentimiento de eficacia política externa ($\beta = -.149, p < .01$), manteniéndose el impacto de la atención a contenidos ($\beta = -.149, p < .01$). En todos modelos siempre se hizo presente la posición ideológica impactando de manera negativa al sentimiento de eficacia externa.

Al hacer el análisis de las variables explicativas de la variable dependiente constituida por la *participación política*, se observó que ninguna de las variables socio-políticas explicaba este tipo de participación (Ver Tabla 6.22). El primer modelo tan solo se explica el 0.9% de la varianza, aunque como se ha indicado ninguna variable logró impactar en la participación política de los participantes.

Al incorporar las variables relacionadas a los medios de comunicación en el modelo segundo, se detectó que el consumo de los contenidos en medios escritos constituyó la variable que más se relacionaba con el conocimiento político; tanto la exposición a prensa escrita ($\beta = .097, p < .001$) a prensa digital ($\beta = .106, p < .05$), como a las revistas de información ($\beta = .116, p < .05$) explicaban la participación política. La varianza explicada en este segundo modelo fue del 5.2% ($R^2 = .060$).

6.22. Variables Explicativas de la Participación Política.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	.004	.018	.018	.042
Edad del encuestado	.045	.053	.053	.048
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.080	.066	.066	.046
Tipo de Escuela	-.009	-.016	-.016	-.017
Exposición Mediática				
Televisión		-.053	-.053	.018
Prensa escrita		.097*	.097*	.033
Prensa digital por internet		.106*	.106*	-.042
Radio		-.048	-.048	.057
Revistas de información		.116*	.116*	.018
Internet		.030	.030	.051
Atención a Contenidos				
Atención política			.211***	.054
Atención entretenimiento			-.091	-.064
Conversación Política				
Conversación Personal				.188***
Conversación interactiva				.135**
ΔR^2	.009	.052	.031	.047
R^2	.009	.060	.092	.138

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$

En el siguiente paso, constitutivo del modelo tercero, se adicionan las variables relacionadas a la atención a contenidos. En la ecuación obtenida se observó que, si bien la exposición a medios escritos influían en la participación política, los contenidos de los medios de comunicación que influían eran centrados en temas de política ($\beta = .211, p < .001$). Este modelo tercero calculado logró explicar el 3.15% del total de la varianza ($R^2 = .092$).

Finalmente, en el último paso o modelo generado se introdujeron las variables sobre conversación. Se observó en la ecuación resultante que todas las anteriores variables que explicaban el modelo desaparecían de la ecuación, manteniéndose únicamente como variables explicativas la conversación política interpersonal ($\beta = .188, p < .001$) y la conversación política interactiva ($\beta = .135 p < .01$). En este modelo se consiguió explicar el 4.7% de la varianza ($R^2 = .138$). El análisis de la ecuación explicativa de la variable dependiente *participación cívica*, arrojó cambios claros con respecto a la participación política de los mismos participantes (Ver Tabla 6.23). En ese sentido, las variables socio-políticas consiguieron explicar en el primer modelo, llegando a suponer un 4% de la varianza total explicada. Se observa que el sexo ($\beta = .120, p < .05$) y el ingreso familiar ($\beta = .150, p < .001$) explicaban la participación cívica de los encuestados. Por lo que el ser mujer con un nivel de ingresos alto, explicaba el hecho de que los participantes estuvieran más involucrados en acciones tales como apoyo a la comunidad, o asistir a juntas de vecinos.

En el segundo modelo, al añadir las variables de exposición mediática la ecuación lograba explicar el 5.8% de la varianza ($R^2 = .097$). En concreto explicó la variable consumo o exposición a televisión ($\beta = -.112, p < .01$), pero en sentido negativo, esto es, un menor consumo de televisión generaba mayores niveles de participación cívica. Además, también se detectó que explicaba la participación cívica la exposición o consumo de la prensa escrita ($\beta = .126, p < .01$), de las revista de información ($\beta = .088, p < .05$) y navegar asiduamente por el internet ($\beta = .111, p < .01$), en sentido positivo, es decir, cuanta más

exposición se daba a estos medios de comunicación, mayores eran los niveles de participación cívica encontrados en los jóvenes.

Tabla 6.23. Variables Explicativas de la Participación Cívica.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	.120*	.132***	.184***	.164***
Edad del encuestado	.002	.008	.009	.002
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.150***	.129**	.117**	.105**
Tipo de Escuela	.057	.049	.044	.047
Exposición Mediática				
Televisión		-.112**	-.107*	-.086*
Prensa escrita		.126**	.065	.040
Prensa digital por internet		.028	-.014	-.052
Radio		.049	.032	.046
Revistas de información		.088*	.042	.020
Internet		.111**	.132**	.129**
Atención a Contenidos				
Atención política			.239***	.093
Atención entretenimiento			-.055	-.033
Conversación Política				
Conversación Personal				.145**
Conversación interactiva				.164***
ΔR^2	.040	.058	.038	.043
R^2	.040	.097	135	178

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de *p < .05; **p < .01, ***p < .001

En el siguiente paso se agregaron las variables referentes a la atención a contenidos de los medios de comunicación. En este modelo la exposición a la prensa escrita y navegar por el internet dejaron de explicar en la ecuación, pero se incorporó como variable explicativa la atención a contenidos de política en los medios ($\beta = .239$, $p < .001$). Esta variable logró aportar 3.8% de la varianza ($R^2 = .135$). Finalmente, en el cuarto modelo la conversación política interpersonal ($\beta = .145$, $p < .01$) y la conversación interactiva ($\beta = .164$, $p < .001$) también lograron explicar la participación cívica. Además, al introducirse estas variables la atención a contenidos de política dejó de aportar a la participación cívica. Este modelo logra explicar el 4.3% ($R^2 = .178$).

Finalmente, se generó un análisis de regresión lineal múltiple para estudiar las variables explicativas del nivel de *cinismo político* presentado por los participantes (Ver Tabla 6.24). El primer modelo o bloque constituido por las variables socio-demográficas consiguió explicar el 1.9 % de la varianza. Al respecto, la variable relativa al nivel de ingresos fue estadísticamente significativa ($\beta = .159$, $p < .001$), por lo que un nivel de ingresos elevado explicaba el aumento en el cinismo político. Al introducir al modelo las variables de exposición mediática (modelo 2), se generó una explicación del 4.9% de la varianza ($R^2 = .105$). En este modelo comenzó a explicar el sexo del encuestado ($\beta = .079$, $p < .05$) y se mantuvo la explicación del nivel de ingresos ($\beta = .157$, $p < .001$). Además, apareció el impacto que tiene el consumo de la prensa escrita ($\beta = .29$, $p < .01$). Esto es, ser mujer con un nivel elevado de ingresos y consumir prensa escrita son factores que contribuyen a generar cinismo político.

En el tercer modelo, se incorporaron las variables acerca de la atención a contenidos de política y de entretenimiento en los medios de comunicación. La varianza mostró un cambio, aumentando en un 5.8 el porcentaje explicado ($R^2 = .116$). En este modelo seguían explicando el sexo ($\beta = .084$, $p < .05$), el nivel de ingresos ($\beta = .153$, $p < .001$) y el consumo de prensa escrita ($\beta = .118$, $p < .01$). Sin embargo, ni la atención a

contenidos de política en medios ni a programas de entretenimiento consiguieron explicar el cinismo político de los participantes en el estudio.

Tabla 6.24. Variables Explicativas del Cinismo Político.

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	.071	.079*	.084*	.074
Edad del encuestado	.008	.012	.013	.010
nivel de ingresos mensual de tu familia:	.159***	.157***	.153***	.150
Tipo de Escuela	.007	-.001	-.002	-.002
Exposición Mediática				
Televisión		-.005	-.026	-.014
Prensa escrita		.129**	.118**	.109*
Prensa digital por internet		-.070	-.077	.089*
Radio		-.022	-.034	-.035
Revistas de información		-.010	-.019	-.018
Internet		.078	.074	.071
Atención a Contenidos				
Atención política			.032	-.029
Atención entretenimiento			.038	.049
Conversación Política				
Conversación Personal				.127*
Conversación interactiva				-.017
ΔR^2	.019	.125	.241	.275
R^2	.019	.105	.116	.034

Nota: N = 834. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significa ser mujer. Con respecto a la escuela se hizo lo mismo donde 1 significaba escuela privada. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$, *** $p < .001$

Finalmente, en el cuarto modelo explicativo del cinismo político, las variables sexo y nivel de ingresos dejaron de explicar. Siguió impactando en el cinismo el consumo de prensa escrita ($\beta = .109, p < .05$), a la que se unió además el consumo de prensa digital ($\beta = .089, p < .05$). En cuanto a la conversación sobre política, cuyas variables fueron incorporadas en este modelo, sólo logró impactar la interpersonal ($\beta = .127, p < .05$). Este modelo logra explicar el 5.8% ($R^2 = .034$).

6.4.5. Análisis con Ecuaciones Estructurales.

En la última fase de análisis de los datos de la encuesta, se hizo uso de la modelación de ecuaciones estructurales, un análisis también conocido como análisis estructural de covarianza o simple modelo causal (Arbuckle, 1997; Byrne, 2010). Estos modelos fueron introducidos en los 80's, para superar las limitaciones que se presentan al utilizar únicamente regresiones múltiples. Con ello se quería romper las correlaciones observadas en un sistema de ecuaciones que matemáticamente describen hipótesis respecto a las relaciones causales, y se analizan representando un *path diagram* (Wright, 1934). El diseño permite establecer un análisis de las relaciones causales entre datos directamente observados suponiendo que existe una relación lineal además de que permite apreciar el grado en que los datos empíricos sustentan a las hipótesis descritas.

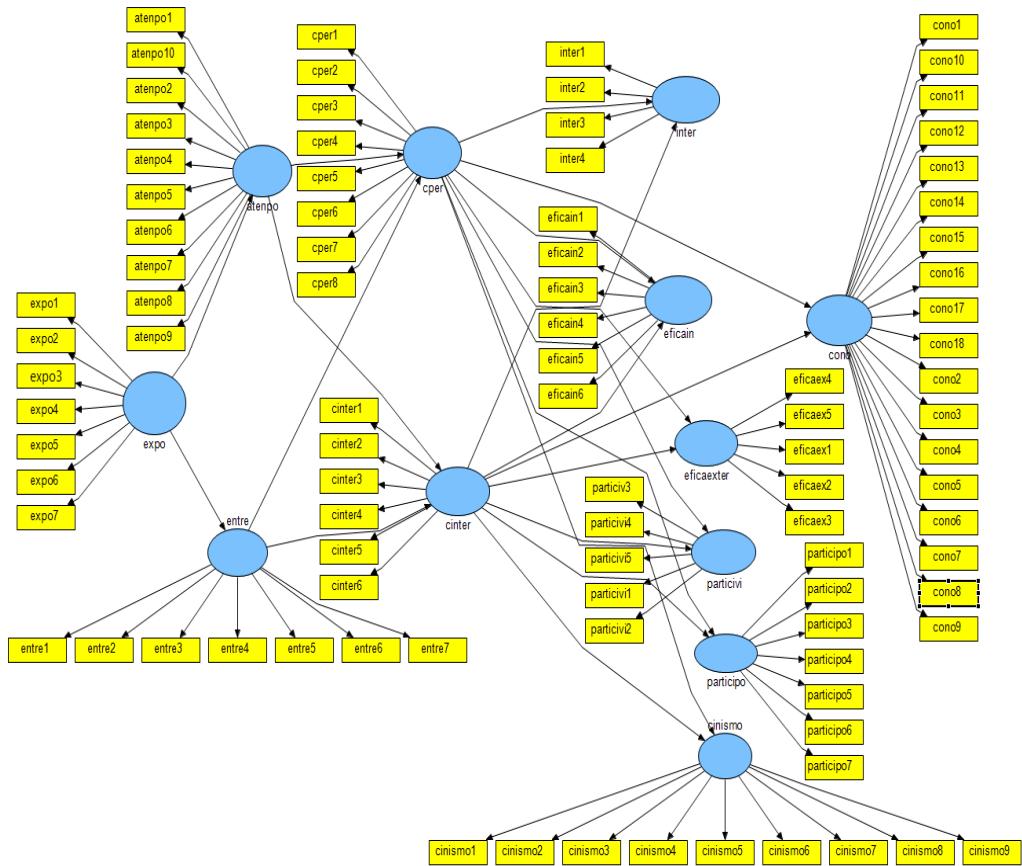
La importancia en la utilización de este método consiste en que es un método multivariable que permite que se hagan observaciones de las relaciones entre variables de manera simultánea, permitiendo de esta manera analizar las relaciones causales y no causales. Este tipo de modelado asume que hay un mecanismo en el que la existencia de correlación entre dos variables no involucra que exista una relación causal entre ambas, pero, una relación causal si implica la existencia de correlación (Batista & Coenders, 2000). El modelo de ecuaciones estructurales explora de manera simultánea las relaciones de dependencia entre variables. Esto es, una variable dependiente puede convertirse en independiente en ulteriores relaciones de dependencia (Luque, 2000) (Hair, Anderson,

Thatham, & Black, 1995). Es decir, las variables pueden desempeñar varias funciones, primero pueden tener una relación de dependientes y en otra ser totalmente independientes.

Es importante considerar las ventajas que proporciona la utilización de este tipo de modelado (Batista & Coenders, 2000): 1) la primera es que facilita la representación gráfica de las relaciones, lo que permite visualizar de mejor manera los nexos existentes entre variables; 2) la posibilidad de analizar los efectos causales entre variables y 3) posibilita verificar si existen relaciones recíprocas entre ellas, incluyendo la capacidad de modelar a múltiples dependientes así como a múltiples independientes sin requerir un tamaño de muestra grande (Chin & Newted, 1999; Fornerll, 1982).

La modelización de las ecuaciones estructurales presenta las siguientes etapas: especificación, identificación, estimación de parámetros, evaluación del ajuste, reespecificación del modelo e interpretación de resultados (Batista & Coenders, 2000) (Luque 2000). La especificación del modelo en esta tesis busca evidenciar las relaciones de causalidad existentes entre las variables de exposición a medios, los contenidos de la dieta mediática, sus niveles de conversación política así como la influencia de esto en las diversas actitudes políticas que reflejan la cultura política de los pre-ciudadanos de AMM. Esto siguiendo el modelo de O-S-O-R descrito en el marco teórico que especifica que el comportamiento de los individuos es motivado por sus conocimientos y creencias previas sumando el efecto que puedan tener el consumo de los contenidos de los medios de comunicación, además de los niveles de conversación sobre política que tengan los individuos (Markus & Zanjoc, 1985; McLeod, Sheufele & Moy, 1999) (Ver figura 6.2).

Figura 6.2. Especificación de modelo de entrada en el programa SmartPLS (Modelo 1).



Nota: Ver en el anexo 2 el listado de constructos y de cada uno de los ítems así como la abreviatura utilizada en el programa SmartPLS.

En el modelo teórico diseñado se muestra el conjunto sistemático de relaciones entre variables que aportan una explicación del fenómeno que se pretende estudiar. En el Anexo 2 se puede comprobar el listado de nombres de los factores de cada constructo y su abreviatura para facilitar la identificación. En un momento posterior al diseño del *path diagram*, se procede a realizar la estimación del modelo. En este paso es necesario demostrar que las mediciones utilizadas son válidas y que se están reflejando bien los constructos que se van a utilizar. En la validez convergente se indica el grado en el cual los ítems de la escala que de acuerdo a lo revisado en la teoría están relacionados, esto es, qué tan fuerte es esa relación. Para esto se hace uso de la varianza promedio extraída

(AVE, por sus siglas en inglés). Estos valores deben ser mayores de .50, lo que indica que el constructo contabiliza el 50% de la varianza del error de medición (Chin & Newsted, 1999; Fornell & Larcker, 1981) (Ver Tabla 6.25).

Tabla 6.25. Criterios de aceptación para realizar análisis.

Prueba	Criterio
Fiabilidad individual del ítem	$> 0,7$
Fiabilidad del constructo	$\alpha > 0,7$
Validez convergente	$AVE > 0,5$
Validez discriminante	$\sqrt{AVE} > \text{correlacion}$

En la tabla 6.26 se pueden observar los valores obtenidos de AVE en el modelo de medición en la investigación, detectándose que no en todos los casos se puede asumir que lo observado se identifica con lo establecido a nivel teórico. En ese sentido, los únicos indicadores que cumplen son el cinismo político, la conversación política interactiva, el sentimiento de eficacia política externa, el interés hacia la política y los dos tipos de participación, mientras que los constructos que miden la atención a los contenidos de política, la conversación interpersonal, el sentimiento de eficacia política interna, la atención a contenidos entretenimiento y la exposición genérica a medios de comunicación no están cumpliendo con esta validación.

Posteriormente se procedió a realizar las pruebas de validez discriminante (divergente) a nivel de ítem, a fin de evaluar si los ítems sólo se relacionan con el constructo al que teóricamente debían pertenecer o están relacionados a otros constructos. Para realizar esa revisión se hizo uso de las cargas cruzadas, revisando que todos los indicadores presentaran las cargas más elevadas en su respectivo constructo (Ver Anexo 3). Los resultados obtenidos destacan que algunos de los constructos no cumplen con el supuesto referente a que las cargas que obtiene cada ítem deben ser mayores en donde se intersectan celda con casilla. Esto es, existen ítems que están

cargando valores elevados en otros constructos, indicando que están compartiendo más varianza con estos en el modelo (Barclay, Thompson, & Higgins, 1995). En ese caso el único constructo que no cumple con esta prueba es el conocimiento político. Para verificar si esta se produjo, se calculó la raíz cuadrada del AVE requiriendo que su valor sea mayor que las correlaciones entre el constructo y el resto de los utilizados en el estudio (Chin, 1998; Fornell & Larcker, 1981) (Ver Anexo 4). Se puede apreciar en la tabla la raíz cuadrada del AVE en negritas, con lo cual se demuestra que ese valor es mayor que la correlación del constructo con el resto.

Tabla 6.26. Varianza Promedio Extraída del modelo de medición AVE.

Constructo	AVE
Atención Política (atenpo)	0.405589
Cinismo (cinismo)	0.626771
Conversación Interactiva (cinter)	0.557957
Conocimiento Político (cono)	0.158548
Conversación Interpersonal (cper)	0.458176
Eficacia Externa (eficaexter)	0.611747
Eficacia Interna(eficain)	0.359538
Atención entretenimiento (entre)	0.420019
Exposición a medios (expo)	0.288554
Interés en la Política (inter)	0.704869
Participación Política (participo)	0.616087
Participación Cívica (particivi)	0.578339

Posteriormente se procedió a evaluar la confiabilidad del modelo, es decir, verificar los ítems que están explicando al constructo para afirmar que están midiendo efectivamente lo que se esperaba medir (Hulland, 1999). Para medir esa confiabilidad se utiliza la *Composite Reliability* o confiabilidad compuesta (CR) que arroja el valor de la consistencia interna de los ítems que debe de ser de al menos .70 (Fornell & Larcker, 1981; Chin 1998) (Ver valores en la Tabla 6.27). Únicamente un constructo no cumplió la

regla, en concreto el relativo al sentimiento de eficacia política interna, mismo que tampoco cumplió con la regla del AVE. Ver tabla no. 6.27.

Tabla 6.27. Análisis del Composite Reliability.

Constructo	CR
Atención Política (atenpo)	0.871320
Cinismo (cinismo)	0.937593
Conversación Interactiva (cinter)	0.882205
Conocimiento Político (cono)	0.746115
Conversación Interpersonal (cper)	0.868349
Eficacia Externa (eficaexter)	0.885953
Eficacia Interna(eficain)	0.397185
Atención entretenimiento (entre)	0.831375
Exposición a medios (expo)	0.737058
Interés en la Política (inter)	0.904762
Participación Política (participo)	0.918120
Participación Cívica (particivi)	0.871143

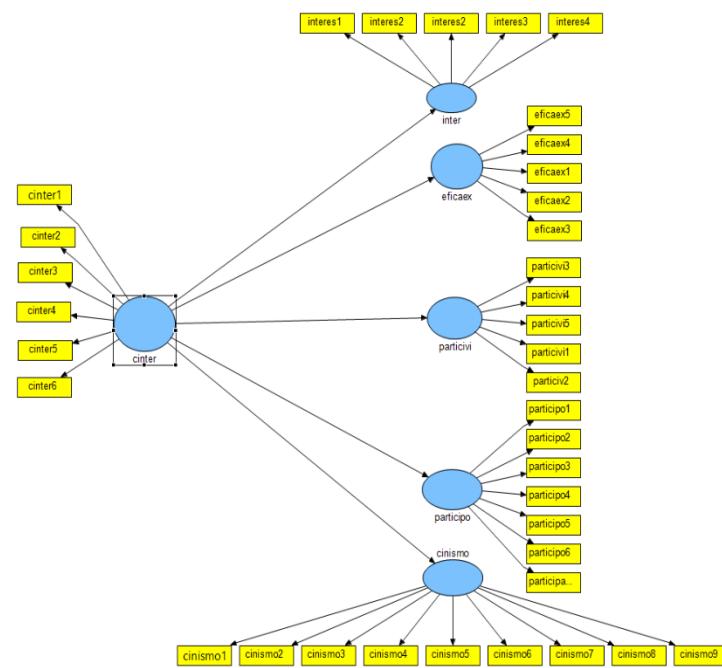
Las pruebas realizadas ayudan a verificar la validez de los datos para posteriormente poder hacer el análisis de ecuaciones estructurales. Por ello, el siguiente paso es determinar si se cumplen con ciertas reglas para poder aceptar o rechazar las hipótesis formuladas (Ver Tabla 6.28). Si se cumplen estos valores se puede aceptar o rechazar las hipótesis propuestas en la investigación. En el anterior modelo teórico se procedió estimar los parámetros y como se pudo ver no se encuentra la evidencia necesaria para poder utilizar este modelo por no cumplir con los supuestos básicos del valor de AVE y del CR, por lo que se procede a modificar el modelo de acuerdo a la tabla 6.26, probando un nuevo modelo (Ver anexo 5).

Tabla 6.28. Parámetros de aceptación o rechazo de hipótesis.

PRUEBA	CRITERIO
R^2	> 0,1
β	> 0.2
t student	t (95%) = 1.6479
	t (99%) = 2.3338
	t (99.9%) = 3.1060

En el modelo 2 se eliminaron los constructos de exposición a medios, los tipos de atención a contenidos tanto los centrados en política como a los de entretenimiento, el conocimiento político, así como la conversación interpersonal y el sentimiento de eficacia política interna (Ver Figura 6.3).

Figura 6.3. Re-especificación del modelo de entrada (Modelo 2).



Nota: Ver en el anexo 2 el listado de constructos y de cada uno de los ítems así como la abreviatura utilizada en el programa SmartPLS

En este siguiente modelo se procedió a realizar la verificación del AVE, en la que se encuentra que efectivamente se cumple con el criterio de que todos los valores sean mayores a .50, lo que indica que el constructo contabiliza el 50% de la varianza del error de medición. (Ver tabla 6.29).

Tabla 6.29. Varianza Promedio Extraída del modelo 2 de medición AVE.

Constructo	AVE
Cinismo (cinismo)	0.569716
Conversación Interactiva (cinter)	0.553455
Eficacia Externa (eficaexter)	0.593387
Interés en la Política (inter)	0.705022
Participación Política (participo)	0.614709
Participación Cívica (particivi)	0.575000

Tabla 6.30. Análisis del Composite Reliability. Modelo 2.

Constructo	CR
Cinismo (cinismo)	0.922457
Conversación Interactiva (cinter)	0.880840
Eficacia Externa (eficaexter)	0.879152
Interés en la Política (inter)	0.904821
Participación Política (participo)	0.917534
Participación Cívica (particivi)	0.869630

Posteriormente, se procedió a hacer la verificación de la validez discriminante evidenciándose que se cumple este criterio (Ver anexo no. 6). El siguiente paso fue evaluar demostrar que los constructos comparten más varianza con sus medidas que la que comparten con otros constructos del modelo (Barclay, Thompson & Higgins, 1995). Por lo que es necesario verificar que la raíz cuadrada del AVE sea más grande que las correlaciones entre él y los otros constructos. Ver Anexo 6. Continuando con la

verificación de criterios se debe analizar el *Composite Reliability* (CR), la cual también cumple con el supuesto de tener valores mayores a .70, por lo que el modelo 2 puede ser utilizado para el análisis. (Ver tabla6.30). Como se puede constatar los valores de la CR, cumplen el supuesto de tener valores mayores a .70. Por lo que el modelo de ecuaciones estructurales se puede utilizar. Se procede a analizar el modelo estructural o modelo interior (modelo 2). Ver figura 6.4.

Figura 6.4. Salida del modelo 2, mostrando los coeficientes de correlación y los coeficientes de determinación.



Nota: Ver en el anexo 2 el listado de constructos y de cada uno de los ítems así como la abreviatura utilizada en el programa SmartPLS

Se procede a verificar el valor de R^2 para el constructo dependiente, tamaño, verificar la prueba t y el nivel de significancia de los coeficientes de trayectoria estructurales. Para analizar la estadística t el paso a seguir es usar el re-muestro *bootstrap*. Los resultados significativos del modelo se pueden encontrar en el anexo 7. El siguiente paso es mostrar los resultados del contraste de cada una de las hipótesis planteadas para la investigación con el análisis de los datos obtenidos al utilizar el modelo de ecuaciones estructurales.

6.4.5.1. Generación de Cinismo.

Una de las actitudes políticas planteadas es el cinismo político, en este constructo se puede encontrar que el factor cinismo 1 (Las propuestas políticas sólo dependen de qué tan bien le vaya al partido en los sondeos), es el que más peso le da a las observaciones en la encuesta con una media de 14%, por otro lado el orden de importancia le sigue el ítem cinismo 5 (Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas) mientras que la que menos peso tuvo fue el factor cinismo 8 (Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen), con una media del 9.8 %. Estos datos dejan evidenciado. Esto nos indica que efectivamente el sentimiento de que los políticos no están haciendo su trabajo, que solo lo hacen en busca de sus intereses personales ya que prometen en campaña pero llegando al poder no recuerdan sus propuestas defraudando a los votantes se está viendo reflejado en el constructo del cinismo (Ver Tabla 6.31).

Tabla 6.31. Generación de Cinismo.

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
cinismo1 <- cinismo	0.139542	0.331148
cinismo2 <- cinismo	0.106756	0.184505
cinismo3 <- cinismo	0.112843	0.184882
cinismo4 <- cinismo	0.114854	0.218371
cinismo5 <- cinismo	0.136353	0.151872
cinismo6 <- cinismo	0.100727	0.183150
cinismo7 <- cinismo	0.098882	0.180202
cinismo8 <- cinismo	0.098614	0.212299

6.4.5.2. Generación de la conversación interactiva.

En este constructo se puede encontrar que el factor cinter 4 (Expresas tus opiniones políticas a través de internet), es el que más peso le da a las observaciones en la encuesta con una media de 27.58%, mientras que la que menos peso tuvo fue el factor cinter 2 (Enviar correos a políticos o editores de medios de comunicación para dar tus opiniones), con una media del 15.47 %. En este constructo se puede apreciar que si bien los jóvenes expresan sus ideas a través de foros en línea estos no son para hacer llegar sus opiniones a los políticos, más bien es con fines de diversión al explicar el cinter3 (Usas el correo electrónico para organizarte en actividades comunitarias o sociales) un 25.29 % de la varianza (Ver Tabla 6.32).

Tabla 6.32. Generación de la Conversación Interactiva.

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
cinter1 <- cinter	0.258019	0.230553
cinter2 <- cinter	0.154747	0.177463
cinter3 <- cinter	0.252922	0.226871
cinter4 <- cinter	0.275814	0.252968
cinter5 <- cinter	0.218952	0.243145
cinter6 <- cinter	0.192533	0.207462

6.4.5.3. Generación de la Eficacia Externa.

Con respecto a este constructo el factor eficaext 4 (Sinceramente, creo que a los gobernantes no les importa nada lo que la gente como yo piense u opine) explica el 24.29 % de la varianza, mientras que el que menos aporta al constructo es el eficaext1 (No creo que a los funcionarios públicos les importe mucho lo que piensa la gente como yo, sólo se interesan por conseguir votos) 18.33 %. En lo que se refiere a la medición de la Eficacia Externa se puede ver que hay un total desencanto sobre el actuar de los políticos, considerando que para los políticos los ciudadanos no son importantes (Ver Tabla 6.33).

Tabla 6.33. Generación de la Eficacia Externa.

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
eficaext1 <- eficaext	0.179246	0.300708
eficaext2 <- eficaext	0.183375	0.283803
eficaext3 <- eficaext	0.223259	0.254435
eficaext4 <- eficaext	0.242931	0.367596
eficaext5 <- eficaext	0.227378	0.311685

6.4.5.4. Generación del interés en la política.

En la conformación del constructo que mide el interés en la política, el ítem que más aporta a la escala es el de interes2 (La política a nivel del Estado) que explica el 30. 20 % de la varianza, por otro lado, el que menos aporta es el de interes4 (La política internacional), explicando un 26. 06 % de la varianza. En el interés por la política se puede encontrar un interés por los temas de política relacionados al Estado en el que viven los encuestados, teniendo menos importancia lo que sucede en el extranjero (Ver Tabla 6.34).

Tabla 6.34. Generación de Interés en la política

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
interes1 <- interes	0.296752	0.144532
interes2 <- interes	0.302002	0.147157
interes3 <- interes	0.294505	0.109492
interes4 <- interes	0.260622	0.159765

6.4.5.5. Generación de la Participación Política.

Para la medición de los niveles de participación política de los encuestados, el factor que más impacta al constructo es el correspondiente al participo 3 (Has asistido a alguna reunión o mitin político) explicando un 26.24 % de la varianza, mientras que el que menos impacto al constructo generó fue el de participo6 (Has votado en las últimas elecciones para la mesa directiva) con un 12 % de la varianza explicada. En el constructo de la participación política se puede observar que los participantes en el estudio si han asistido a un mitin y pegado pancartas (19.96 % de la varianza) pero no han ejercido el hecho de participar votando en mesas directivas (Ver tabla 6.35).

Tabla 6.35. Generación de la Participación Política.

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
participo2 <- participo	0.098151	0.278385
participo1 <- participo	0.080715	0.292166
participo3 <- participo	0.262426	0.273616
participo4 <- participo	0.183765	0.298294
participo5 <- participo	0.199617	0.234824
participo6 <- participo	0.125869	0.258776
participo7 <- participo	0.199639	0.311897

6.4.5.6. Generación de la Participación Cívica.

Con respecto a la Participación Cívica el ítem que más aporta al constructo es el de particivi1 (Asistes a reuniones de algún club o agrupación social) explicando un 30.28 % de la varianza, mientras que el que menos varianza explica es el de particivi5 (Has asistido a alguna junta de vecinos) con un 19.59 %. En la conformación del constructo de participación cívica, el hecho de ser jóvenes es lo que lleva a que el ítem que se refiere a pertenecer a agrupaciones sociales sea el que mayor presencia (Ver Tabla 6.36).

Tabla 6.36. Generación de la Participación Cívica

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)
particivi1 <- particivi	0.302809	0.221832
particivi2 <- particivi	0.214098	0.172001
particivi3 <- particivi	0.313775	0.179087
particivi4 <- particivi	0.238152	0.166284
particivi5 <- particivi	0.195904	0.201805

6.5. Evaluación de las hipótesis.

De acuerdo a (Cashin W. E., 1988) los coeficientes de correlación en Ciencias Sociales deben de tener valores superiores al .20 para considerarse con utilidad, valores por debajo de eso no tienen relevancia ni practicidad para establecer las causalidades entre variables. En lo que respecta al modelo de estudio de esta tesis doctoral, se pudo observar que el modelo teórico no puede ser probando, lo que la teoría nos dice no puede ser aplicado en los datos observados en la encuesta utilizada con la finalidad del estudio. Por tanto se procedió a eliminar los constructos que no aportaban, probándose un segundo modelo, mismo que cumplió con los requisitos para poder hacer uso de ecuaciones estructurales en el programa Smart PLS.

Al hacer el análisis y de acuerdo a lo mencionado con respecto a los coeficientes de correlación se encuentra evidencia de que ninguna de las hipótesis se puede probar

debido a que de acuerdo a los resultados, ni los medios de comunicación ni la atención a contenidos centrados en temas en específico como el entretenimiento y la política están afectando a la generación de actitudes políticas (Ver Tabla 6.37). Con respecto a los niveles de conversación se encuentra que sólo la conversación interactiva tiene impacto en las actitudes pero nada más en el Interés en la Política y en la Participación Cívica.

Tabla 6.37. Resultados del modelo estructural o modelo interior (modelo 2).

	Coeficiente De trayectoria (β)	T Statistics observada	Nivel de Significancia
cinter -> cinismo	.083039	0.446304	-----
cinter -> eficaext	-.078686	0.439117	-----
cinter -> interes	.270769*	2.347470	<.025
cinter -> participo	.111664	0.515004	-----
cinter -> participivi	.188117*	1.463536	<.025

Nota: De acuerdo a la Public Agency of Canadá (2004) cuando los coeficientes de correlación son < .20 puede considerarse una relación débil, y de .21 a .39, relación moderada.

Se puede concluir que la conversación política interactiva sí tiene una relación causal con el interés en la política de manera moderada, esto es, los jóvenes a través de la conversación en línea tales como los *chats*, *blogs* y foros abiertos están alimentando su interés en la política, o recurren a ellos cuando quieren saber algo al respecto, así mismo, esas mismas relaciones en línea indican que los participantes en el estudio están movilizando en actividades cívicas tales como organizaciones no lucrativas, de entretenimiento, de ayuda social, y en menor medida la participación política. Recordando el movimiento #yosoy132, muchas de sus marchas si no es que la mayoría se organizaron a través de *twitters* y canales de información en línea.

6.6. Discusión Particular.

Como se pudo ver, en los resultados obtenidos en el estudio cuantitativo se puede observar que la mayoría de los jóvenes participantes pertenecían a la escuela pública (41.4%), siendo los hombres los que mayor presencia tuvieron (45 %). Se pudo observar que los jóvenes tienen elevados niveles de consumo y exposición a medios de comunicación encontrándose evidencia de que los medios a los que más se exponen son el Internet y la televisión, teniendo muy poca influencia de la prensa escrita ($M = 3.00$, $DE = 0.96$). Con respecto a la atención a los contenidos, se encontró que los jóvenes no están interesados en contenidos de política, el 63.9% de los encuestados no veían ningún programa de política en la televisión mientras que el 59% afirmó no navegar en ningún blog o página que contuviera contenidos políticos. Los utilizan con fines de diversión, para lo que más usan el internet es para navegar, bajar música y chatear ($M = 4.43$, $DE = 1.12$), mientras que la televisión la utilizan para ver series de televisión ($M = 3.82$, $DE = 0.93$).

En ese sentido, si los jóvenes no están interesados en contenidos de política en los medios de comunicación, en los contenidos en televisión, en los de internet, en los blogs de política, es donde surge la interrogante *¿Con quién hablan de política los jóvenes?* Los participantes en el estudio afirmaron que no hablan de política con personas de sus mismas ideas ($M = 1.92$, $DE = 1.04$), pero tampoco con personas de diferentes ideas ($M = 1.92$, $DE = 1.07$), lo cual muestra que no están confrontando sus ideas con respecto a la política con nadie. Esto es, no buscan hablar del tema con personas que tengan una ideología u opinión similar, pero tampoco lo hacen con los que difieren de ellos, lo cual genera que no estén enriqueciendo su conocimiento, el debatir sobre lo que se piensa permite generar cambios en las opiniones o hacerlas más fuertes.

Algo sorprendente fue detectar que siguen viendo a la familia y a los profesores como personas de confianza y de autoridad para hablar de estos temas ya que la mayoría afirmó hablar de política con sus familiares ($M = 2.61$, $DE = 1.09$), y con los profesores ($M = 2.37$, $DE = 1.08$), lo cual nos habla de una democracia inmadura que no ha evolucionado y

sigue viendo como autoridades educativas estos dos grupos de población. Al hacer el análisis de las correlaciones entre los medios de comunicación, los tipos de conversación interpersonal e interactiva se encuentra que en lo que respecta al *interés en la política, la participación política y la participación cívica* se encuentran asociaciones con los medios de comunicación, con la atención a contenidos de política y con los tipos de conversación política no así con los contenidos centrados en entretenimiento.

Por el contrario, el *conocimiento político, el sentimiento de eficacia política interna y externa* si se están asociando con el consumo de contenidos de entretenimiento. El caso del *cínismo político*, está asociándose con la exposición a medios, con la atención a contenidos de entretenimiento y la conversación interpersonal, pero la atención a contenidos de política y la conversación interactiva no presentan ninguna asociación con esta actitud.

Con respecto a las variables que explican a las actitudes política se encontró que el *interés en la política* lo está explicando el tipo de escuela al que pertenecen los jóvenes ($\beta=-101$ ** $p< .01$), presentándose elevados niveles de interés en la política en jóvenes de escuela pública, además del consumo de revistas de información ($\beta=.104$ ** $p< .01$) y una atención a contenidos centrados en política ($\beta=.300$ *** $p< .001$) así como una conversación personal ($\beta=.231$ *** $p< .001$). Lo cual nos indica que ciertamente si los jóvenes tienen el interés o inquietud en conocer del tema, van a recurrir a contenidos específicos de política para informarse y por tanto van a hablar al respecto.

Al analizar el *conocimiento político* se encuentra evidencia que el tipo de escuela ($\beta=-.147$ *** $p< 0.01$), la prensa escrita ($\beta=.134$ ** $p< .001$) así como la atención a contenidos de política ($\beta=.257$ *** $p< .001$), lo están explicando, lo importante recalcar es, que los contenidos de entretenimiento ($\beta=.116$ *** $p< .05$) también están contribuyendo a la generación conocimiento político. Lo cual es un poco contradictorio, esto es,

programación de tipo cómico y de sátira política podrían estar generar conocimiento político.

En lo que se refiere al *sentimiento de eficacia política interna*, los hombres son los que mayores niveles presentan ($\beta=-.128 ***p< .001$), así como el consumir contenidos centrados en política ($\beta=.191 ***p< .001$), así como la conversación sobre política tanto cara a cara ($\beta=.193***p< 0.01$) como en línea ($\beta=.125 ***p< .01$). Por otro lado, el *sentimiento de eficacia política interna*, puede verse un impacto negativo por parte de elevados niveles de atención a contenidos de entretenimiento ($\beta=-.167***p< .01$) y de conversación política personal ($\beta=.149 ***p< .01$), lo cual nos indica, que a menor consumo de entretenimiento y menor platica sobre política mayores niveles de sentimiento de eficacia política externa se tienen.

Verificando cómo se explica la *participación política*, se puede ver que al analizar todas la variables en conjunto, lo que está condicionando la participación son los niveles de conversación política interpersonal ($\beta=.188 ***p< .001$) y la interactiva ($\beta=.135 **p< .01$), mientras que en la *participación cívica* las mujeres son las que tienden más a participar ($\beta=.164 ***p< .001$), con un nivel de ingresos elevado ($\beta=.105 ***p< .01$), que utilizan como fuente de información el internet ($\beta=.129 **p< .01$) manejando elevados niveles de conversación política tanto cara a cara ($\beta=.145 **p< .01$) como en línea ($\beta=.164 ***p< .001$ además de consumir poca televisión ($\beta=-.086 *p< .05$). Finalmente, el *cinismo político*, se encuentra que el hecho de consumir prensa escrita ($\beta=.300 *p< .05$) así como el tener elevados niveles de conversación política interpersonal están fomentando el nacimiento de esa actitud ($\beta=.127 *p< .05$).

En un paso posterior se procedió a identificar causalidad, para lo que se utilizó ecuaciones estructurales. En este análisis se encuentra la mayor aportación de esta tesis doctoral, si bien, se propone un modelo basado en la bibliografía realizada, en el contexto mexicano ese modelo no se puede aplicar, por lo que se procedió a re-especificar, al

hacerlo, las variables relacionadas a la exposición de medios y las relacionadas a la atención a contenidos centrados en política y en entretenimiento no estaban generando causalidad en las actitudes políticas. Por otro lado, la conversación política interpersonal tampoco tiene relación con éstas. Al re-especificar el modelo la única relación causal que se puede observar es el de la conversación interactiva con la generación de un interés en la política así como en la participación cívica.

CAPÍTULO VII

SEGUNDO ESTUDIO: APROXIMACIÓN CUALITATIVA

En este capítulo se presentan los resultados del análisis cualitativo realizado para el desarrollo de la tesis doctoral, consistente en cuatro grupos de discusión. El *Focus Group* es una herramienta efectiva para capturar la información sobre conductas sociales, tales como actitudes y percepciones (Macia, Woodsong, Mc Queen, Quest & Namey, 2005). Esta técnica permite la interacción entre los integrantes del grupo, lo que posibilita conocer los puntos de vista y por ende los resultados necesarios del investigador a través de una entrevista colectiva. Además, al ser ideado por el investigador, permite captar mejor las percepciones de los participantes. Es por tanto un medio para recopilar rápidamente la información. Es por ello que es importante utilizarla con jóvenes menores de 18 años, pues permitirá conocer acerca de sus percepciones sobre política, participación política y consumo de medios, categorías importantes para la tesis doctoral.

Con su desarrollo se pretendía identificar y capturar las percepciones que tienen los jóvenes menores de 18 años con respecto a la participación política, qué los motiva a participar políticamente, de dónde obtienen información política y cuáles son sus hábitos de consumo de medios. Todo esto a fin de identificar patrones de conducta política en este segmento de la población, así como identificar su percepción en el proceso electoral que se vivió en el periodo de marzo-julio de 2012, que abarca la campaña electoral, los debates electorales, su percepción del actuar de los candidatos y finalmente su proceso de toma de decisión en la elección presidencial. Algo además de trascendencia al ser su

primera participación en unas elecciones vez como votantes, por lo que fue de interés saber también cómo vivieron este proceso electoral.

Al respecto de la investigación, y teniendo en cuenta la evidencia empírica descrita en el marco teórico, se plantearon las preguntas de investigación:

- PI1: ¿Cuáles son las actitudes que conforman la cultura política de los jóvenes votaron por primera vez en las elecciones de 2012 en México?*
- PI2: ¿Cómo se conforma y qué tanto conocimiento político tienen?*
- PI3: ¿Cuál es la influencia de los medios de comunicación en su vida política?*
- PI4: ¿Es la conversación sobre política un hábito de su vida diaria?*

Además, como la investigación se realizó en dos períodos, antes y después de las elecciones presidenciales de 2012, fue importante formular algunas preguntas con respecto a la percepción de estas elecciones en los grupos de discusión:

- PI5: ¿Cómo se gestó la decisión electoral de los pre-ciudadanos?*
- PI6: ¿Qué tanto confían los pre-ciudadanos en los resultados de las elecciones?*

7.1. Método.

7.1.1. Participantes.

Fueron invitados a participar en el *focus group* jóvenes que iban a votar por primera vez el 1 de Julio de 2012. Para ello, se contó con la participación de jóvenes de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública así como también jóvenes de la Facultad de Mecánica Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Ambos grupos de estudiantes se dividieron a su vez en dos subgrupos, jóvenes de alta sofisticación política y jóvenes con baja sofisticación política. Cada grupo quedó conformado por 6 jóvenes. Para generar estos grupos, se aplicó previamente a la

realización de los grupos focales un pequeño cuestionario (Ver Anexo 5) que contenía preguntas sobre interés hacia la política y conocimiento, a fin de generar un indicador de alta y baja sofisticación y poder dividir a los participantes en grupos.

En los grupos realizados Facultad de Ciencias Políticas, el relativo a alta sofisticación política estaba conformado por 5 mujeres y un hombre (G1 FACPYAP), sus edades oscilaban de 18 a 20 años y todos votarían por primera vez en las elecciones presidenciales. El grupo de baja sofisticación política estaba conformado por 6 hombres y también sus edades estaban de los 18 a 20 años (G2 FACPYAP). El grupo creado en la Facultad de Mecánica Eléctrica con alta sofisticación estaba conformado por 5 hombres de entre 19 y 20 años (G1 FIME) mientras que el de baja sofisticación estuvo conformado por 6 hombres de 18 y 19 años (G2 FIME).

7.1.2. Procedimiento.

En primer lugar se proporcionó a los jóvenes un pequeño cuestionario (ver anexo 2) con el cual se conformarían los grupos, asignando a los participantes a diferentes grupos en función de si tenían alta o baja sofisticación política. Para ello, se les hicieron preguntas como ¿estás interesado en la política local? o ¿Conoces qué partido tiene mayoría en la cámara de diputados? Esto con la finalidad de hacer una selección de los jóvenes entre los que tuvieran mayor conocimiento con respecto a cuestiones de elecciones y política y los que no, para de esta manera establecer un perfil de participantes que permitiera unificar a los mismos y de esa manera propiciar la discusión y participación dentro del grupo focal.

Junto a ello, se les informó que su participación consistiría en dos sesiones, una previa a las elecciones y otra posterior a las elecciones para conocer como percibieron todo este proceso. Para la realización de los grupos focales fue necesaria la elaboración de

un guión¹ a seguir en el cual se pudieran hacer preguntas que reflejaran categorías tales como conocimiento político, participación política, cultura política, consumo de medios, contenido político que consumen, interés en la política (ver anexo 6). El trabajo de campo se realizó en dos etapas, una el 26 de junio de 2012 (previo a las elecciones) y el posterior a las elecciones se realizó entre el 20 y 27 de julio de 2012.

7.2. Análisis de los resultados.

7.2.1. Situación previa a las elecciones.

Los resultados presentados en este apartado reflejan los sentimientos y percepciones que tienen los jóvenes respecto de su primer acercamiento con la política, sus ideas acerca de cuándo supieron lo que eran unas elecciones. Es decir, qué pensaron cuando se dieron cuenta que existía la política y que tenían que participar en ella, a fin de conocer cuál fue el primer ladrillo que pusieron o recibieron en la construcción de su cultura política.

Los participantes afirman que los primeros recuerdos que tuvieron se referían a estar acompañando a sus padres a las casillas a votar, además de tener siempre presente los comerciales que se presentan en las diversas campañas políticas. Los cuales muestra ciertos elementos de socialización política primaria en la que la familia sigue siendo la primera fuente de la información sumado a la importancia de los medios de comunicación como fuente de difusión de información política.

*“....Recuerdo acompañar a mi papá a las elecciones, así como los comerciales de la TV...”.***H1-G2 FIME.**

*“..Recuerdo que los acompañaba a votar....a mis papás...”***H2-G2 FIME.**

¹ Para la elaboración del Guión se contó con la asesoría de la Dra. Victoria Isabela Cordenau, a quien se agradece por su apoyo.

*“....toda mi familia iba a votar y al final nos reuníamos para ver quien ganaba...”***H4-G2 FIME.**

“....asociaba con algo malo, mi mamá era representante de colonia y todos los representantes de partidos querían jalarla a su lado ofreciéndole despensas, o sea, cosas malas.....” **H3-G1 FIME.**

“...Recuerdo propagandas, campañas, anuncios en la tele...” **H3-G1 FACPYAP.**

“....me viene a la mente el que mis papás hablaban de política y cómo los políticos había devaluado el peso..” **H1-G2 FACPYAP.**

Un concepto muy ligado a la cultura política es el de conocimiento político, ya que forma parte de esa cultura en formación, y entre mayor conocimiento, mayor cultura se tendrá. Puede definirse como el conjunto de conocimientos que se puedan verificar objetivamente frente a las opiniones subjetivas, (Althaus, 2003) (Delli & Keeter, 1996) (Fraile, 2007). Para Delli Carpini y Keeter (1996), es la gama de información objetiva acerca de la política que se almacena en la memoria a largo plazo. Es decir, es la compilación de información útil que se basa en la experiencia personal y la información que reciben los individuos a través de su historia personal, esto es se genera conocimiento como resultado de la relación entre lo sucedido y vivido con las consecuencias. Y en ese historial de lo vivido, es importante conocer para ellos que es política primero que nada. Al pedir que la definieran, los jóvenes principalmente expusieron que ellos consideraban que era reunir a las personas para tomar la decisión de elegir a alguien, ven el significado como el hecho de elegir poniéndose de acuerdo.

“...reunir personas y esas personas tenían que elegir a alguien...” **H1-G2 FIME.**

“... para mí política era hablar del presidente, que era el mandatario, el que mandaba a todos.....poder....” **H1-G2 FACPYAP**

También se les preguntó si conocían las instituciones políticas, y en ese cuestionamiento llama la atención que algunos jóvenes consideran institución al edificio

no lo que en sí representa, comentando que sabían dónde estaban ubicados, su dirección física. Pero otros jóvenes, sobre todo los de altos niveles de participación política si las podían mencionar.

“...yo pienso en los partidos políticos, o en el INEGI, IFE, pero realmente no se...”

H3-G1 FIME.

“....conozco el PRI de San Nicolás...” **H6-G2 FIME.**

“...El PRI y el PAN, pero no recuerdo otra...” **H6-G2 FIME**

“....de instituciones conozco, el CEE, el tribunal, la FEPADE, el IFE,” **H4-G1**

FACPYAP.

“... me acuerdo de los comerciales del IFE, eso me hace sentir que la conozco..” **H2-**

G2 FACPYAP.

Además de conocer lo que para ellos significa o es la política y las instituciones, se les cuestionó respecto a su conocimiento sobre los candidatos de la campaña electoral de 2012 y los principales representantes tales como alcaldes, diputados. Se les cuestionó si estaban informados de quiénes eran, si los conocían. La mayoría respondió de forma negativa, puesto que en normalmente sólo conocían o sólo les interesaban los candidatos del municipio donde vivían. Mientras que en los grupos de la Facultad de Mecánica Eléctrica se presentó este hecho, los participantes en los de la Facultad de Ciencias Políticas sí estaban informados sobre los alcaldes de los municipios más importantes de Nuevo León y de algunos a nivel nacional.

“.... Si pero no a todos, solo los que tienen difusión pero más por el nombre no tanto por la publicidad y así...” **H4-G1 FIME.**

“...yo conozco los de mi territorio porque no me interesa el de Escobedo, porque no me influye, conozco los políticos que llevan muchos años metidos es la política...” **H5-G2 FIME.**

“....yo si me acuerdo de los de aquí de nuevo león, son los de mi estado, por lo menos esos...” H3-G1 FACPYAP.

“...me sé algunos a nivel nacional, y los de mi municipio....” H5-G2 FACPYAP.

Si no hay una atención a la política, el ciudadano no es capaz de saber si ésta le afecta no, además de no contar con la información adecuada sobre la misma y no será capaz de transmitir sus demandas al sistema político. El interés por la política es una de las actitudes que más influyen en la participación política (Verba, Schlozman, & Brady, 1995). De acuerdo a Arnoletto (2011), el interés es el indicador utilizado para medir la implicación psicológica de los ciudadanos en la política, que también se conoce como interés político subjetivo.

Con respecto al interés mostrado en cuestiones de política por parte de los jóvenes participantes en los grupos de discusión, se encontró que se mostraron interesados en conocer lo relacionado con respecto al proceso electoral que estaban viviendo, las elecciones presidenciales y que representaban la primer vez que sería jugadores activos. En ese sentido se mostraron interesados en buscar información para tomar la decisión, analizando la trayectoria de los políticos, sus propuestas.

“.....búsqueda de información de cada uno de los políticos antes de votar...” H4-G1 FIME.

“...en el 2006 tenía 12 años, pero ya desde entonces me informaba de los candidatos....”H2-G1 FIME.

“...uno checa las fuentes de los candidatos...”H3-G1 FIME.

“...informarse de los candidatos, sus propuestas, el historia de su partido.....” H3-G1 FACPYAP.

“....Yo checo en tiempo real la información en el face, sobre todo en redes sociales...” H1-G2 FACPYAP.

La participación política puede definirse como toda actividad de los ciudadanos dirigida a intervenir en la elección de sus gobernantes, en influir en la formación de la política (Conway, 1986). Eva Anduiza y Agustí Bosch (2004), consideran que es la acción de los ciudadanos en influir también en los resultados de los procesos políticos tales como elecciones a cargos públicos, aplicación y formulación de políticas públicas, manifestaciones, asociaciones de carácter político. Sin la participación de los ciudadanos en el proceso político la democracia carece de sentido y de legitimidad.

Cuando se les cuestionó a los jóvenes sobre su participación en temas y acciones relacionadas a la política, expresaron que consideraban que participar era únicamente efectuar su voto, pero también creían que para poder votar necesitan estar informados. Junto a ello, expusieron que ellos como jóvenes votantes no tenían lugares donde expresarse e intercambiar ideas para analizar las propuestas y de esa manera poder tomar una decisión.

“...efectuando mi voto y tomar una decisión, yo creo que es lo mejor...” H4-G1 FIME.

“...a mí me molesta que mucho que no tengamos un lugar donde estudiar las propuestas...” H2-G2 FIME.

“...me informo para votar, saber en qué han trabajado...” H5-G1 FACPYAP

“...checo redes sociales e internet cuando quiero saber algo...” H2-G2 FACPYAP

Participar no implica únicamente emitir el voto en las elecciones, sino ser parte de diferentes expresiones de apoyo o rechazo a medidas políticas, candidatos, etc. En ese sentido, en las pasadas elecciones de 2012 emergió un movimiento estudiantil, # yo soy 132, como expresión de descontento y rechazo. En referencia a éste, los jóvenes participantes en los grupos focales mencionaron que si bien lo habían escuchado, pero que no tienen conocimiento a fondo de lo que buscaba este movimiento. Junto a ello, plantearon que era mejor ocuparse en hacer sus cosas personales que perder el tiempo en ese tipo de movimientos, mostrando cierta indiferencia hacia este tipo de expresión. Si

bien, afirmaban que lo conocían y que estaban de acuerdo, no mostraron ningún interés en hacerse de tiempo para asistir a alguna marcha.

"....no estoy muy informado, pero es un movimiento que está en contra de Enrique Peña Nieto y que lo forman Universidades..." H3-G2 FIME.

"... yo sé que se llama así por el debate de la ibero..." H4-G2 FIME.

"....hay que concentrarse en lo que uno hace, te puedo asegurar de que muchas personas que están ahí tienen materias en 4tas, así primero has tu jale, ya si te sobra tiempo, vete a quejar..." H4-G1 FIME.

".. ir a las marchas, por ejemplo aquí en Nuevo León no se da mucho...." H5-G2 FIME.

".. Conozco el movimiento, pero no conozco a nadie que pertenezca.." H3-G1 FACPYAP

"...es una pérdida de tiempo..." H4- G1 FACPYAP

"... debería de ir pero no tengo oportunidad.. " H2- G2 FACPYAP

Con respecto al modo más común de participación, la expresión del voto, este representa finalmente el resultado del éxito de la campaña de un candidato, debido a que representa el apoyo o rechazo generado de la fuerte labor de convencimiento que se estuvo realizando durante las contiendas electorales. Es el instante donde el votante decide quiénes serán sus gobernantes (Eskibel, 2010). Los jóvenes ven como un hecho importante el emitir su voto, pero también expresaron su opinión con respecto a las personas que no piensan ir a votar, en lo que concuerdan en que es algo que se tienen que hacer, que eres libre de hacerlo o no, pero si no ejerces es derecho, los ciudadanos que no lo hacen no tienen derecho a quejarse o a exigir resultados por parte de los candidatos electos.

“... el punto en estas elecciones no es ayudar a tu candidato, sino ayudar al que le hace contrapeso, para mí esa es la idea...” **H2 -G1 FIME**

“...algo bueno que haya una mujer candidata, también hay tensión de que pase un fraude...” **H3 -G2 FIME.**

“...Tengo que votar, es algo que hay que hacer...” **H1-G1 FACPYAP.**

“.. Es una responsabilidad..” **H3-G1 FACPYAP.**

“... Hay que hacerlo...” **H4 -G2 FACPYAP**

“...yo creo que ir a votar es una obligación de todos los ciudadanos, entonces pues no es tan válido el argumento de irte a quejar...” **H1- G1 FIME**

“...es mejor votar, que no votar...creo que votará la mayoría..” **H1- G2 FIME**

“.... La idea de no votar, no sirve, mejor le das tu voto a un candidato que te convenza y así marcar tu granito de participación....” **H6- G2 FIME**

“.. Sino voto como quiero pedir algo...” **H3 -G1 FACPYAP**

“... Los que no quieran votar están en su derecho..” **H4 -G2 FACPYAP.**

Los medios de comunicación contribuyen en la formación de las cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información que les permite influir de manera directa en la población formando corrientes de opinión (Abundis, 2007). Son espacios donde los públicos se hacen transparentes y donde los ciudadanos aprenden los hechos elementales de la cultura, incluida la cultura política (Pérez, 1997). Es decir, los medios al llegar a casi toda la población pueden influir y determinar sobre los diferentes temas y pueden generar ciertas modas o ideologías. De ahí la importancia de los medios de comunicación, pues contribuyen a promover la participación política del individuo tal como el ir a votar (Peschad, 2000).

Las campañas políticas hacen uso de los medios masivos de comunicación para dar a conocer sus propuestas, pero es importante conocer la percepción que tienen los jóvenes sobre estos canales de difusión utilizados. Por ello en los grupos se cuestionó a los

participantes acerca de la forma en que recibían información para poder tomar la decisión de participar, ir a emitir su voto y de brindar su apoyo a cierto candidato o partido político. Al respecto los participantes expresaron cuestiones como las siguientes:

“....Hay mucha información que anda viajando y tú solo la escuchas, la vez, la juzgas....” H4-G1 FIME.

“...leo resúmenes de periódicos en yahoo....creo más en lo que lo que mis amigos opinan.....sabes que ellos no te van a mentir y escuchas otro punto de vista, no solo el de la TV...” H5 G2 FIME.

“...me informo a través de periódicos, tele e internet y platico con mis amigos..” H2-G1 FACPYAP.

“... Veo las noticias y ahí me entero...”H1-G2 FACPYAP.

Con respecto a la búsqueda de información para tomar la decisión de votar o no votar en periodos de elecciones, como lo fue el evento del pasado julio de 2012, los jóvenes consideraban que no se deben dejar guiar nada más por lo que se cuenta. Así, tenían muy claro que deben evaluar las fuentes de la información y lo que les presentan, ya no se creen todo lo que ven en los medios de comunicación. Tienen la inquietud y la capacidad de contrastar fuentes y formular sus propias conclusiones, además de mencionar como principal fuente el internet. Hicieron énfasis en que los contenidos sobre política eran escasos en los medios de televisión abierta, que se necesitaban más espacios que presenten estos contenidos.

“...medios periodísticos en el Internet a los que le tienes más confianza...redes sociales...” H4 -G1 FIME.

“...el internet es muy buen medio de comunicación para conocer y saber de otros periódicos de otros países...tomo la perspectiva de consultar las fuentes..” H1 -G1 FIME.

“...mi favorito el internet... H1-G2 FIME

“...yo uso internet porque los noticieros locales mienten... “ H2- G2 FIME

“.... El internet te presenta la realidad, en la tv la información es manipulada...” H5-

G1 FACPYAP

“...Internet herramienta que me ayuda a visualizar a los candidatos ya sus propuestas....” H4- G2 FACPYAP.

Las campañas electorales son procesos en los cuales los partidos políticos y los candidatos, a través de una serie de mecanismos, buscan hacer llegar a la mayor parte de la población sus propuestas y sus metas de trabajo, para de esa forma lograr convencer a los ciudadanos de brindarle su apoyo. Por ello, es importante estudiar la percepción que se tenga de éstas, sobre todo por parte de grupos que se están iniciando en los procesos de toma de decisiones políticas. En ese sentido, los jóvenes participantes en los grupos focales concluyen que no confían en las campañas electorales, esto es que las consideran no reales, que solo son aparatos utilizados para burlarse de los ciudadanos al prometer y no cumplir lo que ahí se propone.

“...Yo no creo en las campañas, yo sé que los políticos siempre prometen cosas y nunca las cumplen, eso es la idea principal de las campañas, que son mentira, el segundo problema son los excesos de los políticos, gastan mucho dinero en ellos cuando hay gente que se muere de hambre haya afuera.....” H2 -G1 FIME.

“....Los partidos se la pasan pensando en atacar al otro en lugar de defender sus ideas...” H4- G1 FIME

“...Que no se ataquen, si lo que quieren es mejorar al país...” H2 G2 FACPYAP.

“.....Pura Guerra sucia, como ya hay redes sociales, es pura guerra sucia, mejor proponer y que se callen” H3-G2 FIME.

“.....mentiras, decepcionan a la gente...” H3- G1 FACPYAP.

“..No nos parece que regalen cosas, se preocupan por ellos mismos..” H5-G1 FACPYAP.

Además consideran que las campañas electorales solo son una herramienta excesivamente cara, de la guerra política pero vista de la manera más sucia. Esto es, que ven mal que los candidatos en lugar de presentar propuestas, de hacer conocer sus objetivos de campaña en miras de logros al llegar al gobierno, pierdan su tiempo y dinero de campaña en procesos de desprecio del candidato o candidatos opuestos, hacen mucha mención a la “guerra sucia”. Se sienten por tanto desencantados debido a experiencias previas en las que ven que los candidatos ofrecen un sin número de propuestas y de objetivos pero ya estando en el poder no lo cumplen. Los votantes primerizos consideran que solo se muestran de cierta manera a los partidos y a los candidatos en campaña para atraer los votos sin importar el cumplimiento de las promesas. Consideran como negativo el utilizar como estrategia de campaña el desprecio y ataque a los partidos y candidatos contrarios, generando una rechazo de empatía hacia la campaña electoral y al partido aunque en ocasiones no al candidato.

“...A mí se me hace muy interesante, toda la campaña pues lo que quieren es comprar a la gente, lo que ellos quieren es llegar al poder, pero de otra manera darle algo de lo que la gente pide, y de esa manera sacar más votos, como dicen los compañeros los candidatos se la pasan atacándose entre ellos, y dan sus propuestas pero no dicen como lo van a hacer...” H1- G1 FIME.

“...deberían de preocuparse más por sus propuestas en lugar de estar tirándole tierra a los demás, han perdido mucho tiempo televisivo, millones de pesos, solo en ver qué cosa hizo mal el otro...” H3- G1 FIME.

“.....no cumplen sus promesas de campaña...” H2- G1 FACPYAP.

“.....son políticos por dinero, no por ayudar al gobierno...” H4-G2 FACPYAP.

7.2.2. Situación posterior a las elecciones.

Varios días posteriores a las elecciones presidenciales del 1 de julio de 2012 se volvieron a reunir a los mismos jóvenes participantes en los primeros grupos focales, ahora con la finalidad de captar sus percepciones y actitudes generadas durante el

proceso electoral que acaban de vivir por primera vez y la opinión de los resultados obtenidos. Los jóvenes compartieron la experiencia que vivieron por primera vez de seleccionar su opción de candidato en unas elecciones. Comentaron que se basaron principalmente en la trayectoria y por supuesto en el partido político, al cual considera pieza importante en este proceso. Fue una decisión tomada a conciencia, analizando los pros y contras de los candidatos, aunque también condenaron como un error el no votar en las elecciones y no seguir la información que se presentaba de las mismas, buscaban informarse.

“...yo me guíe más por el partido, no por el candidato..” H3-G1 FIME.

“...Yo por la persona, sus pros y sus contras..escoger al menor peor..” H2-G1 FIME

“...Me basé más en sus propuestas....” H2-G1 FIME.

“...Pensé en lo que han hecho, en su historia, en lo que proponía...” H5-G2 FIME

“...El que fuera menor peor, el que menos hiciera daño si ganaba...” H6-G2 FIME

“ ...para que seguir si de por si va a ganar Peña nieto, por eso no vote... “ H2-G2-FACPYAP

“... Imagínate todos los votos que se pierden por la gente que no votó ” H1-G1-FACPYAP

“ ... si no me representa seguridad porque voy a votar por una persona así ..” H4-G2-FACPYAP

“... Nosotros hemos estudiado hemos visto toda la historia del PRI... a lo mejor no lo hemos vivido pero hemos visto las consecuencias ...” H3-G1-FACPYAP

Todos ellos aseguraron haber votado en las elecciones aseguraron, una acción que todos realizaron con plena conciencia de que era un deber y obligación que como ciudadanos recién reconocidos al tener la mayoría de edad. Con respecto a los resultados se mostraron un poco sorprendidos pero confiados. Manifestaron sentir un poco de decepción por parte de los ciudadanos que por mayoría eligieron al ganador, mostraron

desconfianza en el resultado, sobre todo en el desarrollo del proceso, en el manejo del conteo de votos, en el ojo vigilante del IFE.

“...me sorprendió la decisión, o sea, el resultado, si uno ve la estadística en el IFE, uno se da cuenta que fue un resultado democrático..” H2-G1 FIME.

“....Creo que no son reales...” H3-G1 FIME.

“...sí es el resultado, de la mayoría sí, pero hubo una parte que si usaron para comprar el voto, pero sí fue el resultado real, el de los votos, si se vio más democracia...” H3-G2 FIME.

“..Yo creo que si fue la mayoría a que eligió al candidato vencedor...” H4-G2 FIME.

“A mí me tocó estar en casilla... si se vio muchas irregularidades ... los resultados no fueron los mismos ... fue algo incongruente...” H2-G2-FACPYAP.

“ a la hora de vaciar los votos tu puedes poner lo que sea ... si te falta algo tu puedes alterar ...” H4-G1-FACPYAP.

“... ponen a personas pocos serias ... fáciles de sobornar ...” H3-G2-FACPYAP.

Como se mencionó anteriormente, los medios de comunicación juegan un papel importante en los procesos de campañas, selección de candidatos y cobertura en los procesos electorales. Esto es, en el minuto a minuto del día de la elección y claro está, en la presentación de los resultados. En las pasadas elecciones presidenciales en México de julio de 2012, los jóvenes percibieron a los medios con una cobertura que siempre quiso mostrar preferencia por un candidato en especial, favoreciéndolo en mostrar resultados que siempre lo ubicaban en el puntero de preferencias. Además de considerar que los medios locales se olvidaron de la cobertura local, enfocándose solo a lo nacional en especial a lo que sucedía en el centro de la república mexicana, sintiéndose desinformados en los resultados de manera local.

“.....Se desvivieron por mostrártelo, todo giraba en torno a las elecciones...” H2-G1 FIME

“...En TV, siempre daban ventaja a EPN, decían que estaba arriba 19 pts.. Y la diferencia fue de 6 pts. obvio siempre estuvieron de su lado...” H3-G1 FIME.

“..Mala, a mí me interesaba la cobertura en NL y nunca lo vi, sólo noticias del centro del país...” H2-G2 FIME.

“... Ni siquiera se cerraban las casillas y Peña nieto ya se estaba dando como ganador “H1-G1-FACPYAP

“... cuando Andrés Manuel iba a hablar siempre había fallas o lo cortaban o le quitaban tiempo ...” H5-G2-FACPYAP

“...las personas empezaron a informarse por internet y dejaron de un lado la televisión...” H2-G2-FACPYAP

“...me mandaba links para informarme “ H2-G1-FACPYAP

Al ser estas sus primeras votaciones, fue importante conocer la percepción que tuvieron de ese proceso. Al respecto consideraron que estas elecciones eran el más importante punto de evaluación para demostrar que México es una sociedad democrática que busca acude a participar emitiendo su voto, quiere ser partícipe de ese juego político, eso es lo que más les gustó, no es sí el resultado. También mostraron un gran agrado y aprobación por el cómo se organizaron las casillas y el trato de la gente que apoyó en la organización y atención de estas, lo cual les dejó una agradable experiencia vivida.

“...me gustó participar, no resultó como esperaba, pero me gustó, porque nunca me había interesado en la política...” H1-G1 FIME.

“.... Me gustó votar, fue eficiente en la casilla, rápido y proactivo...” H1-G2 FIME

“..Eficiencia al ir a votar...” H4-G2 FIME.

“.. Nadie tomo en cuenta el factor sorpresa de los jóvenes .. los jóvenes hoy en día nos informamos, no tomamos decisiones así ...” H3-G2-FACPYAP.

“...es tu responsabilidad informarte, involucrarte y no estarte nada más quejando...” H5-G1-FACPYAP.

“señores que votaron también porque es lo que les dice la televisión que hagan ...” H1-G2-FACPYAP.

“...como quiera nos impusieron al presidente...” H3-G1-FACPYAP.

“... nos quieren seguir teniendo sometidos como siempre...” H1-G1-FACPYAP.

7.3. Descripción de los Grupos Focales.

Al ver los resultados encontrados en los grupos focales surge la inquietud de analizarlos de manera individual para identificar las percepciones de cada uno de ellos de acuerdo al entorno en el que se relacionan, esto es, ver las diferencias significativas entre los participantes de cada facultad. Para esto se hace uso del paquete Nvivo 10, con el cual se procedió a realizar la nube de palabras para identificar cuáles fueron las palabras más y menos mencionadas en cada uno de los grupos focales.

7.3.1. Grupos Focales de FIME con altos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012.

Como se puede observar en la figura 7.1, los jóvenes del grupo focal de FIME con altos niveles de sofisticación política utilizaron más la palabra *fraude* en sus declaraciones, seguida de *creo, candidatos y campañas*, con lo cual podría decirse que no confían en el proceso electoral ni en los candidatos. Con respecto a la *información* se puede observar que aparece en un tamaño muy reducido, lo cual indica que casi no hablaron con respecto a la búsqueda de información sobre política. Continuando con el análisis, se puede observar que sólo aparecieron en la nube tres candidatos: *Enrique Peña Nieto (EPN)*, el cual fue mencionado en mayor número de veces, seguido de *Josefina Vázquez Mota (JVM)* y finalmente *Andrés Manuel López Obrador (AMLO)*, lo cual indica lo involucrados que los participantes estuvieron en el proceso electoral que estaban viviendo. Se puede observar

que con respecto al candidato *Gabriel Quadri (QUADRI)* no se hizo mención alguna. Un dato importante es que la palabra partidos políticos no tuvo ninguna presencia, solo se habló de candidatos, elecciones y voto. Así mismo el medio de comunicación que más presencia tuvo fue el internet.

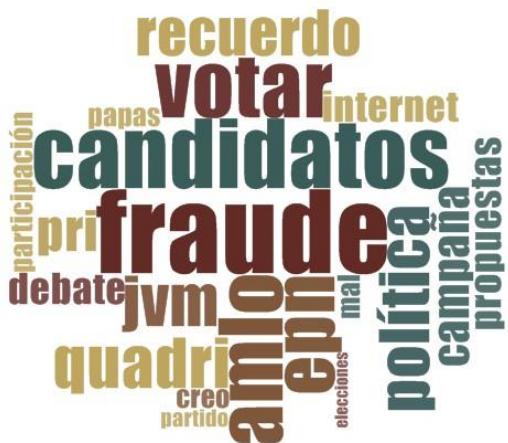
Figura 7.1. Nube FIME alta sofisticación previo a las elecciones 2012.



7.3.2. Grupo Focal de FIME con bajos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012.

En el grupo de jóvenes con niveles bajos de sofisticación y compromiso cívico se encuentra evidencia de que al igual que el grupo de alta sofisticación la palabra que mayor presencia tuvo en las discusiones fue la de *fraude*, seguido de la de *candidato*. Además, la palabra *votar* también se perfiló con varias menciones. Es importante recalcar que en estos grupos *AMLO*, *EPN*, *JVM* y *Quadri* fueron mencionados. Con respecto a los partidos políticos el único que tuvo presencia fue el *PRI*. Vuelve a aparecer el *internet* como medio de comunicación más mencionado. Por otra parte, este grupo mostró hablar varias veces de la *política*, las *campañas* y las *propuestas*. Por ello, si bien es un grupo con bajos niveles de sofisticación, aún así hablaron sobre propuestas. Además mencionaron mucho la palabra *participación*, lo cual no sucedió en los grupos de altos niveles de sofisticación.

Figura 7.2. Nube FIME baja sofisticación previo a las elecciones 2012.



7.3.3. Grupo Focal de la FACPYAP con altos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012.

Como se puede observar en la figura 7.3, en el grupo focal con altos niveles de sofisticación realizado previamente a las elecciones en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública se encuentra que la palabra que más veces es mencionada es, al igual que en los grupos de FIME, la de *fraude*, seguida de la de *creo*. Con respecto a la palabra *votar* también tuvo fuerte presencia. Estos jóvenes tuvieron muy presentes las *campañas*, *los candidatos* y *la política*. Con respecto a los candidatos el que mayor menciones tuvo fue *EPN*, mientras que *AMLO* tuvo muy poca presencia en las discusiones. Algo importante a mencionar es que hablaron de *información*, al igual que los grupos de FIME comentaron sobre el *internet*, así como también se hizo mucha referencia a la *honestidad*. Si bien, tuvo poca presencia, si estuvo presente en estas discusiones.

Figura 7.3. Nube FACPYAP alta sofisticación previo a las elecciones 2012.



7.3.4. Grupo Focal de FACPYAP con bajos niveles de sofisticación previo a las elecciones 2012.

Como se puede observar en la figura 7.4, en el grupo focal con bajo nivel de sofisticación de FACPYAP no aparece la palabra *fraude* como en los anteriores grupos. En este grupo, sin embargo, destaca el hecho de que a pesar de tener bajos niveles de sofisticación se hicieron muchas referencias a los candidatos, sobresaliendo *EPN* y *QUADRI*, así como al *PRI*. Mencionaron en varias ocasiones el *internet* como fuente de información. Tienen presencia también la palabra *participación*, *campañas* y *propuestas*, pero en un lugar poco destacado aparece *elecciones*.

Figura 7.4. Nube FACPYAP baja sofisticación previo a las elecciones 2012.



7.3.5. Grupo Focal de FIME con altos niveles de sofisticación Posterior a las elecciones 2012.

Como se recordará, en el grupo de altos niveles de sofisticación de FIME previo a las elecciones la palabra que más mencionaron fue la de *fraude*. Como se puede apreciar en la figura 7.5, en la sesión posterior a las elecciones ya no hicieron mención al fraude, sino que ahora la palabra que más presencia tuvo fue la de *creo*, seguida de la de *votar* y de *resultados*. Otra palabra que también tuvo mucha presencia fue la del *IFE*. Algo que llama la atención es que mencionan los *costos*, palabra que no tuvo menciones en los grupos previos. Con respecto a los candidatos, el único que tuvo presencia fue *EPN*, sigue apareciendo el *internet*, pero hacen mención a los *medios* de manera general.

Figura 7.5. Nube FIME alta sofisticación posterior a las elecciones 2012.



7.3.6. Grupo Focal de FIME con bajos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012.

En la figura 7.6 se puede apreciar que en la nube del grupo de FIME de baja sofisticación política posterior a las elecciones resalta la palabra *votar*, seguida de la de *elecciones* y *proceso*. Esto muestra que los jóvenes vivieron muy de cerca el proceso que lo tienen muy presente que al ser sus primeras elecciones ha marcado sus conversaciones.

La palabra *candidato* y *resultado*, también tiene mucha presencia en las discusiones, también la de *tendencias*, esto tal vez, por la inquietud de conocer los resultados del proceso. El *PRI* como partido sigue teniendo presencia. Al igual que en el grupo de alta sofisticación mencionaron muchas veces la palabra *creo* lo cual puede ser indicio de que no desconfiaron de las elecciones. Al igual que el grupo anterior hablaron sobre *costo* y algo importante a mencionar es que hicieron mención al *beneficio*.

Figura 7.6. Nube de FIME de baja sofisticación posterior a las elecciones 2012.



7.3.7. Grupo Focal de FACPYAP con altos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012.

En la figura 7.7 se puede apreciar que para los jóvenes del grupo focal de alta sofisticación la percepción de las elecciones le lleva a mencionar en varias ocasiones la palabra *creo*, seguida de la de *votar* y del *IFE*. Esto representa un cambio significativo, ya que como se recordará los participantes de la sesión previa (Ver figura 7.3) tenían una percepción de fraude con respecto a las elecciones, pero vivir el proceso parece que cambió su opinión. Utilizaron mucho la palabra *votar*, hacen muy poca mención de *EPN*. Vuelve a surgir la palabra *costo* y por primera vez en los grupos aparece la palabra

beneficio. Hace referencia a las *campañas* y a los *resultados*, esto tal vez motivado por la incertidumbre de los resultados de las elecciones.

Figura 7.7. Nube de FACPYAP de alta sofisticación posterior a las elecciones 2012.



7.3.8. Grupo Focal de FACPYAP con bajos niveles de sofisticación posterior a las elecciones 2012.

En la figura 7.8 se puede observar cómo la palabra *elecciones* resalta como la que mayor mención tuvo en este grupo focal de FACPYAP con bajos niveles de sofisticación realizado con posteridad a las elecciones. Le siguieron como palabras más destacadas las de *candidato*, *partido*, por lo que se puede ver que seguían con la influencia del proceso electoral que experimentaron. Este grupo también hace mención del *costo* y de los *beneficios*. Por ser grupos que vivieron sus primeras elecciones no es raro que hagan referencia al *proceso*, a la *experiencia*. Se pude ver que sí recibieron cierta influencia de los medios ya que hacen mención a la *cobertura* y a los *spots*. Algo importante que recalcar es que hicieron varias menciones de la palabra *seguridad*.

Figura 7.8. Nube de FACPYAP de baja sofisticación posterior a las elecciones 2012.



7.4. Discusión particular.

Como se puede ver y de acuerdo a las aseveraciones realizadas por los jóvenes participantes en los grupos focales respecto de su primer acercamiento a cuestiones sobre política, podría decirse su primer aprendizaje se dio con sus familias. Ello habla de una democracia primaria, debido a que se da desde el seno familiar y se ve influida a lo largo de su vida como ciudadano. Con respecto a la participación política, se pudo constatar que siguen viendo el voto como una obligación y como la única manera en la que pueden participar y expresar sus opiniones, rechazando totalmente el hecho de no votar considerándolo como una apatía total, ninguno mostró interés en querer ser miembros de movimientos de protesta, al considerar que lo más importante es enfocarse en sus actividades personales.

En referencia al interés en la política, los jóvenes se mostraron entusiasmados con el hecho de participar en las elecciones presidenciales, por lo que buscaban información sobre los candidatos, sus propuestas y sus antecedentes. Ello demuestra que se tomaron en serio la acción de conocer sus candidatos, informarse no solo mediante la televisión

sino contrastar fuentes lo que indica un cierto nivel de raciocinio para la toma de decisión sobre a quién su apoyo. Dentro de los medios de comunicación, se habló de la necesidad de verificar las fuentes y lo que se presenta en los medios, teniendo el internet una gran aceptación como fuente de información, debido a que consideraban que la información era en tiempo real y no había la posibilidad de que lo editara o cambiaron como sucede en los contenidos en la televisión.

Con respecto a las campañas, lo jóvenes se mostraron interesados en mejorar el formato en que se realizan, en el sentido de censurar la “guerra sucia” que se presenta mediante la publicidad negativa que predomina entre candidatos y partidos. Consideran importante el que se recalquen las propuestas de campaña y no solo los defectos de los oponentes. Algo importante es que se mostraba interesados en vivir su primer experiencia como votantes, se preocuparon por informarse, buscaron características en los candidatos que los representaran tales como honestidad, seguridad, así como la trayectoria de cada uno de los candidatos. De acuerdo con lo expuesto previamente por los jóvenes, las instituciones que participaron en las elecciones carecen de total credibilidad. Esto obedece a que consideran que las personas que las conforman son altamente corrompibles y poco honestas.

En otro orden de ideas, todos los jóvenes involucrados en el estudio, afirmaron que votaron en las pasadas elecciones, considerando que es un ejercicio de vital importancia para la democracia en México. Una de las frases que más se repitieron a lo largo de las sesiones de grupo fue: “*si no votas no tienes derecho a quejarte*”. Esta frase más que exponer un punto de vista particular, debido a que estuvo presente en la mayoría de los grupos y apoyada por los demás miembros, tiene implicaciones sobre su opinión respecto a una actividad de cumplimiento cívico.

Finalmente, se puede concluir que los jóvenes resultaron efectivamente y como ellos mismos lo denominaron “un factor sorpresa” dentro de las elecciones.

Representaron a un grupo interesado en informarse y capaz de analizar su toma de decisión contraponiendo varias fuentes, rompiendo el esquema de informarse exclusivamente en los medios de comunicación convencionales. Cuestionando duramente las instituciones políticas partícipes en los procesos de elección de gobernantes y haciendo frente de manera literal a los políticos con cuyas ideas no estaban de acuerdo. Teniendo como única forma de participación política el voto.

CAPÍTULO VIII

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES GENERALES

El trabajo doctoral aquí presentado estuvo orientado a detectar y analizar el impacto que tiene la exposición a los diferentes medios de comunicación, la atención a sus contenidos sobre política y entretenimiento y el desarrollo de prácticas tendientes a la conversación política a nivel interpersonal e interactivo entre los jóvenes pre-ciudadanos del Área Metropolitana de Monterrey (AMM) en el crecimiento o deterioro de su cultura política de los pre-ciudadanos; a través del impacto en diferentes elementos constitutivos de esta cultura, tales como el conocimiento político, el interés por la política, el sentimiento de eficacia política, el cinismo político o la participación ciudadana de manera política.

En este capítulo se discutirán de manera general los principales hallazgos realizados en la investigación dentro de una línea de investigación amplia como es la comunicación política, en la cual se han venido realizando diversos estudios sobre la influencia de los medios en el comportamiento y actitudes políticas de los individuos. Sin embargo, esta tesis doctoral realiza como aporte innovador el haberse centrado en el análisis de los pre-ciudadanos. Asimismo, también es destacable el hecho de que no solo buscó asociaciones entre variables, sino que va a un análisis más profundo al detectar la explicación y entablar la causalidad de las actitudes y comportamiento político con el uso y consumo de medios de comunicación.

En los primeros 5 capítulos se realizó una revisión teórica que permite explicar la relevancia de la conformación de una cultura política sólida en beneficio de la democracia,

así como la importancia e influencia en ésta de los medios de comunicación. Por su parte, los resultados de los estudios realizados buscan responder con evidencia empírica las hipótesis y preguntas de investigación planteadas. Para ello se realizaron dos estudios, una aproximación cuantitativa (Capítulo VI) en la que a través de una encuesta se analizaron los datos por medio de correlaciones, regresiones jerárquicas múltiples y finalmente para establecer la causalidad, ecuaciones estructurales. El segundo estudio consistió en una aproximación cualitativa (Capítulo VII) haciendo uso de grupos focales, esto con la finalidad de captar las percepciones que una encuesta no logra y de esa manera enriquecer los resultados.

Los resultados obtenidos en el estudio permiten vislumbrar las condiciones en que se generan las actitudes políticas de los pre-ciudadanos del AMM. En la hipótesis *H1* se planteaba que *Elevados niveles de exposición a televisión genera bajos niveles de compromiso político en los pre-ciudadanos, reforzando el cinismo político, mientras que la exposición a medios impresos hace aumentar la participación*. Los resultados derivados de la investigación no permiten probar esta hipótesis ya que se no se encontró evidencia estadística de la trascendencia de la televisión en la gestación de esta actitud, lo cual es una gran aportación ya que contradice lo aportado por Robinson (1976) y Fallows (1997), que señalaba la influencia negativa de la televisión, así como la contribución de Newton (1999) sobre el impacto de la televisión en los sentimientos negativos hacia la política (Maiers, 2000) (Capella & Jamieson, 1997) (de Vreese, 2005). Con respecto a la *participación política*, se puede apreciar que los contenidos impresos no están influyendo en esta actitud, contradiciendo lo aportado por Norris (2000), lo que está formando ese sentimiento es la *conversación personal* ($\beta = .188, p < .001$), y la *conversación interactiva* ($\beta = .135, p < .01$), lo cual concuerda con lo evidenciado por Rojas (2006) y Newton (2006).

En referencia a la hipótesis *H2* que planteaba que *La atención a contenidos de entretenimiento contribuye a la generación del cinismo político*, tampoco se encuentra evidencia estadística de esta relación. La contribución encontrada es que en el contexto

del estudio, la *prensa escrita* ($\beta = .109, p < .05$), al igual que la prensa digital por internet ($\beta = .089, p < .05$), son las que están aportando al aumento del *cinismo político*, contradiciendo la evidencia estadística de estudios previos que afirman que la *prensa escrita* es la que influye en la formación de actitudes y sentimientos más bien positivos hacia la política (Newton K., 1999).

Por otro lado la hipótesis *H3* planteaba que *Los sentimientos de eficacia interna y externa son elevados cuando existe un elevado consumo de medios*. No se puede concluir que esta hipótesis puede ser aceptada, ya que en el análisis de los datos, no se encuentra ninguna relación entre el consumo de medios y sentimientos de eficacia interna y externa. La evidencia encontrada es que el *sentimiento de política interna* es más bien reforzado, no tanto por los medios de comunicación sino más bien por la atención a contenidos específicos de esos medios. Es decir, la *atención a contenidos de política* ($\beta = .191, p < .001$) está repercutiendo positivamente en la *eficacia política interna*.

El resultado anterior permite aceptar en parte la hipótesis *H4* que afirmaba que *La atención de contenidos centrados en política motiva la generación del sentimiento de eficacia tanto interna como externa*, ya que en lo que respecta al sentimiento de eficacia interna sí sucede esto. Por otro lado, con respecto al *sentimiento de eficacia política externa* se puede encontrar que la atención a contenidos de política presentan nula influencia. Por el contrario, el contenido que está repercutiendo y de manera negativa en esta actitud es la atención pero a *contenidos de entretenimiento* ($\beta = -.149, p < .01$). Esto es, a mayor consumo de contenidos de entretenimiento, menor *sentimiento de eficacia política interna* tendrán los jóvenes. Lo cual concuerda con lo encontrado por Rojas (2006) y (Shah, McLeod, & Yoon, 2001) que hacen referencia a la erosión en el activismo político provocado por los bajos niveles de sentimiento de eficacia política alimentados por el consumo de contenido de entretenimiento.

Por su parte, la hipótesis *H15* afirmaba que *El conocimiento político se ve deteriorado por elevados consumos de contenidos de entretenimiento, aumentando ante la atención a contenidos mediáticos sobre política.* Se encuentra evidencia de que la atención a contenidos a política sí está contribuyendo al aumento del conocimiento político ($\beta = .257$, $p < .001$), concordando con Norris (2000), Katz, Blúmer y Gurevich (1973) y (Shah, 1998). La evidencia encontrada en el estudio es que de forma contradictoria con la teoría, la atención centrada en contenidos de entretenimiento también hace aumentar los niveles de conocimiento entre los pre-ciudadanos ($\beta = .116$, $p < .05$). Ello a pesar de que estudios previos afirmaban que sucedía lo contrario, es decir, que el entretenimiento reduce el conocimiento (Bennet, Flickinger & Bemett, 1999; Gunter & McAleer, 1997).

Este hecho está relacionado con la hipótesis *H16* que planteaba que *El interés en la política se ve reducido a elevados niveles de exposición contenidos de entretenimiento en los medios y aumenta ante la atención a contenidos de política.* Se puede afirmar que no se encuentra evidencia estadística de la influencia de la atención a contenidos de entretenimiento, mientras que la atención de contenidos de los medios de comunicación centrados en política sí están contribuyendo o a la generación de interés ($\beta = .300$, $p <.001$), ello en concordancia con la teoría (Norris, 2000; Rojas, 2006; Holtz-Bacha, 1990)

Referente a la hipótesis *H17* que afirmaba que *La conversación política, tanto interactiva como cara a cara, contribuye en el aumento de actitudes políticas como el conocimiento, interés, eficacia política, etc.,* se encuentra que con respecto al conocimiento, éste no recibe ninguna influencia de los niveles de conversación de los jóvenes pre-ciudadanos. Con respecto al *interés en la política*, la conversación política es la que más influencia tiene ($\beta= .300$, $p < .001$). Con respecto al sentimiento de eficacia política interna la conversación sobre política tienen una fuerte influencia tanto la conversación cara a cara ($\beta = .193$, $p < .001$) como la interactiva ($\beta = .125$, $p < .001$), mientras que en el *sentimiento de eficacia política externa* la conversación que tiene

influencia es la cara a cara, pero ese efecto es negativo ($\beta = -.149, p < .01$). Ello indica que a mayores niveles de conversación sobre política de los jóvenes de manera interpersonal menores sentimientos de eficacia política externa tienen los pre-ciudadanos.

Con respecto a actitudes como la participación política, se encontró que los niveles de conversación cara a cara ($\beta = .188, p < .001$) y la conversación interactiva ($\beta = .135, p <.001$) impactan de manera considerable en el aumento de esta actitud, fomentando el incremento de activismo político en los jóvenes pre-ciudadanos. Así mismo, los niveles de participación cívica también son alimentados por la conversación interpersonal ($\beta = .145, p < .01$) y la conversación en línea ($\beta = .164, p < .001$). Estos resultados concuerdan con lo encontrado en el análisis del modelo O-S-O-R, en el que se analiza la influencia de los niveles de conversación en la procreación de elevados niveles de integración social y participación social y cívica, como señalan en sus trabajos (Rojas, 2006; McLeod, Sheufele & Moy, 1999).

Finalmente, en la hipótesis *H18* se planteaba que *Bajos niveles de conversación política contribuyen al aumento de cinismo político*. Sin embargo, se ha observado que la conversación política interpersonal genera un aumento de este sentimiento desafección política ($\beta = .127, p < .05$), contradiciendo la evidencia teórica previa acerca de la influencia positiva que tienen estas acciones en la generación de movilización política (McLeod, Sheufele & Moy, 1999; Lee, Shah & McLeod, 2012).

Por su parte, la comprobación de las hipótesis a través del uso de regresiones jerárquicas múltiples realizado en la tesis doctoral ha posibilitado encontrar evidencias relevantes para la explicación de la generación de actitudes políticas de los pre-ciudadanos del AMM, que claramente contradicen supuestos teóricos previos. Se evidenció que, con respecto a la exposición mediática, la televisión no está ejerciendo ninguna influencia en la generación de actitudes políticas, algo coherente con estudios previos. Sin embargo, fue contradictorio encontrar esa relación de explicación entre

actitudes de desmovilización como el cinismo político y el consumo de prensa escrita, cuando este tipo de medio está más relacionado a fomentar la movilización política. En estos resultados se puede apreciar que, más que los medios, lo que realmente está contribuyendo en la generación de actitudes políticas son los niveles de conversación política, tanto cara a cara como de forma interactiva. Este hábito refuerza las actitudes como la participación política y la participación cívica, el interés en la política. El hecho de que los niveles de conversación contribuyen a elevar los niveles de integración social y participación cívica es un resultado que cumple con lo planteado en parte dentro del modelo O-S-R-O-R (McLeod & Reeves, 1980; Gastil & Dillard, 1999; Mutz, 1999; Norris, 2000; Muñiz, 2012).

Ahora bien, como el análisis realizado a través de las regresiones no permitía establecer relaciones de causalidad y no causalidad entre las variables de forma múltiple, se procedió al análisis de ecuaciones estructurales, para clarificar este hecho. Este análisis aportó la contribución que se considera más importante en esta investigación doctoral. Se puede concluir que los medios de comunicación y la atención centrada en contenidos en específico de política no están teniendo una relación causal con las actitudes políticas. Las únicas actitudes políticas en las que se pudo establecer relación causal fueron con el interés por la política ($\beta = .270, p < .025$) y en la participación cívica ($\beta = .188, p < .025$), pero ello a través de la conversación interactiva. Esto permite concluir que los jóvenes pre-ciudadanos pueden estar desarrollando un proceso de participación en política a través de sus conversaciones en línea tales como los *blogs*, *chats* en donde este tipo de conversación está facilitando la interpretación de la información sobre política que estos reciben.

Con respecto a los resultados de la aproximación cualitativa, en la *PI1* se planteaba *¿Cuáles son las actitudes que conforman la cultura política de los jóvenes votaron por primera vez en las elecciones de 2012 en México?*. Se pudo concluir que existió un nivel considerable de *interés sobre la política*, así como que también se vió involucrado el

conocimiento político, ya que si estaban desarrollando procesos de búsqueda de información sobre los candidatos. Además, buscaban más esa información a través del uso de internet debido a la falta de confianza en la televisión. Por otro lado, se pudieron encontrar elevados niveles de *cínismo político*, por considerar que las elecciones podía ser un fraude y que estaban cansados de la guerra sucia de los candidatos, de que no cumplían las promesas de campaña, existió consenso en los grupos en lo que se refiere a la toma de la decisión con respecto al voto elegirían al que consideraran menos peor.

Con respecto a la *PI2*, se planteó *¿Cómo se conforma y qué tanto conocimiento político tienen?* Se encontró que tenían conocimiento político sobre los candidatos, y sobre la importancia y relevancia de las elecciones políticas de 2012 y de ser activos políticamente, así como que básicamente recurrían a internet para obtener la información necesaria. Ello lleva a responder la *PI3* que se preguntaba *¿Cuál es la influencia de los medios de comunicación en su vida política?*. Estos jóvenes veían el internet como su fuente de información, al considerar que en este medio, la información podía contrastarse, existiendo poca posibilidad de manipulación de información, así mismo expresaron el poco uso de la prensa.

Al hablar sobre sus niveles de conversación política, comentaron que por lo general realizaban este comportamiento con su familia, esto es, con sus padres, abuelos y en algunos casos sus tíos. Se puede concluir que la familia sigue siendo un factor de socialización importante para los pre-ciudadanos y con esto se puede dar respuesta a la *PI4* respecto de si *¿Es la conversación sobre política un hábito de su vida diaria?*. Al ser también la familia donde se da el primer acercamiento en la política, se puede hablar de la existencia de una democracia primaria.

Tomando en cuenta el contexto en el que se desarrolló el estudio, se procedió a cuestionarlos con respecto a las elecciones de 2012, elecciones que por su condición de pre-ciudadanos serían su primera experiencia en este tipo de procesos. Por ello se

formuló la *P15* respecto de *¿Cómo se gestó la decisión electoral de los pre-ciudadanos?* Las aseveraciones obtenidas indicaron que buscaron información sobre todo en internet, revisando la trayectoria de los candidatos y analizando su desempeño en otros puestos, lo cual es un indicador del interés por parte de los pre-ciudadanos en el hecho de participar y sobre todo de tomar esa decisión con un nivel de rasocinio. Por otro lado, en la *P16* también se cuestionó respecto a *¿Qué tanto confían los pre-ciudadanos en los resultados de las elecciones?*. Se puede concluir que confiaron en el resultado, si bien antes de las elecciones en algunos grupos la percepción de fraude estuvo presente esta cambió después del día de las elecciones, pues finalmente los participantes confiaron en el proceso, lo cual es un indicador de la confianza en las instituciones.

Como conclusión final se puede afirmar que los jóvenes pre-ciudadanos del AMM no están desarrollando o conformando sus actitudes políticas constitutivas de la cultura política a través de los medios de comunicación tradicionales. Éstas más bien se ven reforzadas por la información obtenida a través del internet, pero sobre todo a través de los hábitos de conversación política que estos tienen. Por ello es primordial la creación de foros en los cuales los pre-ciudadanos puedan involucrarse en la discusión y debate sobre lo relacionado a la política, a fin de que esto contribuya al crecimiento de su conocimiento político que ayude para activarlos e involucrarlos en el mundo de la política.

No en vano, la consolidación democrática en México necesita de mayor compromiso por parte de la ciudadanía para participar más activamente en sus procesos políticos y por parte de los políticos en fomentar esa participación conjuntamente con las instituciones a fin de que se generen corrientes de información que contribuyan a conformar una cultura política democrática en los individuos. De esa manera se fomentará y conseguirá la consolidación de ciudadanos democráticos, sofisticados, participativos, críticos y muy activos en el ámbito político

Finalmente es importante recalcar las limitaciones encontradas en la realización de este trabajo de investigación. En primer lugar, el hecho de que sólo se trabajó con jóvenes que en ese periodo de tiempo estaban matriculados en instituciones educativas. Ello fue debido a que este hecho facilitó el desarrollo de la investigación. Sin embargo, existe un número considerable de jóvenes que no están inscritos en una escuela y que, por tanto, quedaron fuera de la muestra a pesar de que también puede aportar a la investigación. Es algo que se deberá subsanar en futuras investigaciones. Así mismo, constituye una limitación el hecho de que el estudio quedara limitado al área metropolitana de Monterrey. Por otro lado para futuras investigaciones sería importante analizar las actitudes políticas a pre-ciudadanos más pequeños, esto es niños, los cuales también se encuentran en ese proceso de formación política. De esta manera se podría analizar aspectos como en qué momento se comienza a formar la persona como ciudadano político y detectar patrones de cambios de actitudes y comportamientos que reflejan la cultura política, o hacer contrastes con datos obtenidos de muestras de ciudadanos adultos.

REFERENCIAS

- Abramson, P. R. (1983). *Political attitudes in America*. San Francisco: Freeman and Company.
- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *AMMAI*, 13, 42-45.
- Adorno, T. (1991). The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. *Routledge*.
- Aguilera, R. (2009). *Democracia en el Estado Constitucional: Nuevos Enfoques*. Porrúa.
- Aguiló, A. (2008). Globalización, Ciudadanía y Democracia. Reflexiones Críticas desde la Teoría Política de Boaventura de Sousa Santos. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.
- Almond, & Verba. (1970). *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en 5 naciones*. Madrid: Fundación de Estudios Sociales y de Sociología aplicada.
- Almond, G. (1956). Comparative political systems. *Journal of politics*.
- Almond, G. & Powell, G. (1978). *Política Comparada*. Buenos Aires: Paidós.
- Almond, G. & Verba, S. (1963). *The Civic Culture. Political attitudes in five nations*. Newbury Park. Sage Publications.
- Althaus, S. (2003). *Collective preferences in democratic politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alvaro Moisés, J. (1991). Elecciones, Participación y Cultura Política: Cambios y continuidad. *Reis*.
- Andolina, M., Keeter, S., Zukin, C. & Jenkins, K. (2003). *Youth survey of civic engagement*. College Park.
- Anduiza, E. & Bosch, A. (2004). *Comportamiento Político y Electoral*. Barcelona: Ariel.

- Arbunkle, J. (1997). *Amos user's guide version 3.6*. Chicago: Smallwaters Corporation.
- Arnoletto, E. (3 de diciembre de 2007). *EUMED.NET*. Obtenido de <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>
- Arnoletto, E. (8 de abril de 2011). *Glosario de conceptos políticos usuales*. Obtenido de EUMEDNET: <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>
- Atkin, C. & Gantz, W. (1978). Television News ans Political socialization. *Public Opinion Quarterly*, 183-198.
- Avery, J. (2009). Videomalaise or Virtuous Circle. The influence an the new media in political trust. *International Journal of press politics*, 4(14), 410-433.
- Bachrach, P. (1973). *Crític a la Teoría Elitista de la Democracia*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Balcazar, P., López-Fuentes, N., Gurrola, M., & Moysén, A. (2005). *Investigación Cualitativa*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Barclay, D., Thompson, R. & Higgins, C. (1995). The partial least squares (PLS) approach to casual modeling: personal computer adoptions and use as an ilustration. *Technology studies special issue on research methodology*, 285-324.
- Bartle, J. En Ch. Pattie, D. Denver, J. Fisher y S. Lundlam (Eds.). (1997). *Political Awareness and Heterogeneity in Models of Voting: Some Evidence from recent British Elections studies*. London: London Frank Cass.
- Batista, F. J. & Coenders, G. (2000). *Modelo de Ecuaciones Estructurales. Cuaderno de Estadística*. Madrid: La Muralla.
- Bennet, S. E., Flickinger, R. & Benett, L. M. (1999). Videomalaise revisited. Public Trust Media and Government. *The Harvard International Journal of Press Politics*, 4(4), 8-23.
- Berelson, B. R., Lazarfeld, P. F. & Mcphee, W. N. (1954). *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berger, A. (1989). *Political Culture and Public Opinion*. New Jersey Transaction Publishers.
- Berger, P. & Luckman, T. (1983). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berger, P. & Thomas, L. (1983). *La construcción de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

- Bernstein, R. (1991). *New constellation: the ethical-political horizons of Modernity/posmodernity*. Boston: MIT University Press.
- Blumer, G. J. & Gurevich, M. (1995). *The crisis of public communication*. London: Routledge.
- Blumer, J. G. & McQuail, D. (1968). *Television in politics: Its uses and influences*. Londres: Faber & Faber.
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. (1987). *La Democracia de los Modernos: comparación con las de los antiguos y con la de los posturos*. Madrid: Trotta.
- Brussino, S., Rabbia, H. & Sorribas, P. (2009). Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes. *International Journal of Psychology*, 2(43), 279-287. Recuperado el 09 de 01 de 2014, de International Journal of Psychology: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003496902009000200009&lng=pt&tlng=es.
- Brussino, S., Sorribas, P. & Medrano, L. (2008). Características psicométricas de la medición del conocimiento político. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 179-192.
- Buendía, J. & Somuano, F. (2003). Participación Electoral en nuevas democracias: la elección presidencial en México. *Política y Gobierno*.
- Butler, D. & Donald., S. (1974). *Political change in Britain. The evolution of electoral choice*. Londres.
- Byrne, B. (2010). *Structural equation modelling with AMOS. basic concepts, applications and programming*. New York: Taylor and Francis Group.
- Camp, R. A. (1999). *La Política en México*. México: Siglo XXI.
- Campbell, A. (1964). *The Voter Decides*. Evanston: Row Peterson.
- Campebell, A., Philip, E. C., Warren, E. M., & Stokes, D. (1960). *The american voter*. New York: John Wiley.
- Capella, A. & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Carazo, M. (1997). Nuestra Identidad Nacional. *Revista Parlamentaria*, 127-131.

- Cárdenas, G. J. (2008). Tres supuestos para las reformas de las Instituciones. En Ó. Ochoa, *La reforma de Estado y la Calidad de la Democracia*. México: Porrúa.
- Cashin, W. (1988). *Students Ratings of teaching: a summary of the research*. Kansas: Kansas Universi.
- Cashin, W. E. (1988). *Students ratings of teaching: a summary of the research*. Kansas: Centre for faculty evaluation and development.
- CE. (2002). *Libro Blanco de la Comisión Europea: Un nuevo Impluso para la juventud europea*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones oficiales de las comunidades europeas.
- Cerda, A., Egaña, N., Magendza, E., Santa Cruz, E. & Varas, R. (2004). *El complejo camino de a formación ciudadana:una mirada a las prácticas docentes*. Santiago: LOM.
- Chaffe, S., Ward, S. & Tipton, L. (1970). Mass communication and political socialization. *Journalism Quaterly*.
- Chin, W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. *Modern Methods for business research*, 295-336.
- Chin, W. & Newted, P. (1999). Structural equations modeling analysis with small samples using least squares. *Statistical strategies for samll samples.*, 307-391.
- Cho, J., Shah, D. V., Mc Leod, D. M. & Gotileb, M. R. (2008). Campaigns reflections and deliberation: advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 66-88.
- Cho, J., Shah, D., McLeod, J., McLeod, D., Scholl, R., & Gotlieb, M. (2009). Campaigns, reflection, and deliberation: advanced an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 1(19), 66-88.
- Citrin, J., & Muste, C. (1993). Trust in government. En P. Shaver, & L. Wrightsman, *Measures of political attitudes* (págs. 465-531). San Diego: Academic Press.
- Coleman, K., & Davis, C. (1976). The structural context of politics and dimensions of regime performance: Their importance for the comparative study of political efficacy. *Comparative Political Studies*, 189-206.
- Colomé, G. (1994). *Políticas y medios de comunicación una aproximación teórica*. Barcelona: Working paper 91.

- CONAPO. (2010). *Proyecciones de la población 2010-2050*. México: Consejo Nacional de Población y Vivienda.
- CONAPO. (2011). *¿A qué se dedican los jóvenes en México? Análisis de la condición de actividad de la población de 14 a 29 años de edad*. México: CONAPO. Dirección de estudios sociodemográficos.
- CONAPO. (2011). *Proyecciones de Población*. México: CONAPO.
- Connell, R. W. (1971). *The child's construction of politics*. Carlton, Australia: Melbourne University Press.
- Conway, M. (1986). *La Participación Política en Estados Unidos*. México: Gernika.
- Cruz, R., & Pérez, L. M. (1997). *Cultura y Movilización en la España*. Madrid: Alianza.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). *Los medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen vale más que mil palabras*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Dahl, R. (1967). The City in the future Democracy. *American Political Science Review*, 953-970.
- Dahl, R. (1979). Procedural Democracy. En P. F. Laslett, *Philosophy, politics and society*. New Haven: Yale University Press.
- Dahl, R. (1987). *Un prefacio a la teoría democrática*. México: Ediciones Gernika.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus críticos*. Barcelona: Paidós.
- Dahl, R. (1997). Toward Democracy:a Journey, reflections: 1940-1997. *Journey Yale*, 849.
- Dahl, R. (1999). *Can International Organizations be Democratic? A Skeptic's View*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dalhgren, P. (2003). Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu'. En J. Corner, & D. Pels, *Media ans the restyling of politics*. London: Sage.
- Dalton, R. (2000). Citizens attitudes and political behavior. *Comparative Political Studies*, 6/7.
- Dawson, . R. (1977). *An analitic study of political socialization*.
- De Diego Romero, J. (2006). El concepto de Cultura Política en ciencia política y sus implicaciones para la historia. *Ayer*, 233-266.

- De la Roche, F. (2000). Aproximaciones al concepto de cultura política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 93-123.
- de Vreese, C. (2005). The spiral of cynicism reconsidered the mobilizing function news. *European Journal of communication*, 283-301.
- de Vreese, C. (2005). The spiral of cynism reconsidered: the mobilizing function or news. *European Journal of communication*, 3(20), 283-301.
- de Vreese, C., & Elenbaas, M. (2008). Media in the game of politics: effects of strategic metacoverage on political cynicism. *International Journal of Press/Politics*, 3(13), 285.
- De Vresse, C. H., & Boomgaargen, H. (2006). News, political, kwoledge and participation: the diferente effects of new media exposure on political kwoledge and participation. *Acta Política*, 317-341.
- Del Toro, B. (1999). *Comunicación, movilización social y cambios educativos*. Japón: Interamerican Development Bank.
- Delli Caprini, M., & Keeter, S. (1996). *What americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Delli, C., & Keeter, S. (1996). *What Ameicans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Dewey, J. (1992). *Democracia y educación*. Madrid: MEC.
- Dhavan, V. S., Jaeho Cho, S. N., Melissa, R. G., Hyunseo Hwang, Nam-Jin, L., Rosanne, M. S., & Douglas, M. (2007). Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model. *Journal of Communication*, 4(57), 676-703. doi:10.1111/j.14602466.2007.00363.x
- Diamond, L., & Morlino, L. (2005). *Assesing the Quality of Democracy*. Baltimore: Johns Hopkins University Press and the Eddowment for Democracy.
- Downs, A. (1957). *En Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Durand, P. V. (1993). *La ciudadanía y la Cultura Política en México*. México.
- Eagly, A., & Chaiken. (1993). *The psychology of attitudes*. Forthworth TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Easton, D., & Dennis, J. (1969). *Children in the political system*. New York: McGraw Hill.

ENCUP. (2005). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. México: Secretaría de Gobernación.

ENCUP. (2008). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas ciudadanas*. Secretaría de Gobernación: México.

ENCUP. (2012). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas ciudadanas*. México: Secretaría de Gobernación.

Eskibel, D. (23 de Julio de 2010). *Les cahiers psychologie politique*. Obtenido de <http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1696>

Eveland, W., Shah, D., & Kwak, N. (2006). Assessing causality in the cognitive mediation model: A panel study of motivations, information processing and learning during campaign 2000. *Communication Research*, 359-386.

Fagen, R. (1966). *Politics and Communication*. Boston: Little Brown.

Fallows, J. (1997). *Breaking the news: how the media undermine american democracy*. New York: Vintage.

Fernández, A. (2005). *Infancia, Adolescencia y Política en México*. Distrito Federal : Porrúa/ Instituto Electoral del Distrito Federal.

Flanagan, C., & Sherrod, L. (1998). Youth political development: an introduction. *Journal of social issues*, 54(3), 447-456.

Fornell, C. B. (1982). Two structural equation models: LISREL and PLS apiled to consumer. *Journal of marketing research*, 440-452.

Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equations model with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 34-50.

Fraile, M. (2007). La influencia del conocimiento político en la decisión del voto. *REIS (Revista española de investigaciones sociológicas)* , 41-74.

Fraile, M. (2011). La brecha de género en el conocimiento político en España: ¿diferencias reales o problemas metodológicos? Murcia, España: X Congreso Nacional AECPA.

Freinet, C. (1988). *La Pedagogia de Celestín Freinet*. Madrid: Ministerio de Educacion y Ciencia.

Fukuyama, F. (2004). *La Construcción del Estado. hacia un nuevo orden mundial en el siglo XXI*. Barcelona: Ediciones B.

- Funes, M. (2003). Socialización Política y Participación ciudadana. Jóvenes en dictadura y jóvenes en democracia. *Revista de Estudios de juventud*, 57-76.
- Fussel, E., & Grenne, M. (2002). Demographic trends affecting youth around the world. En E. Brownmn, E. Carsons, & T. Sarawathi, *The world's youth: how teenagers prepare for the world of work*. New York: Basics Book.
- Gallegos, R. (2001). *Educación Holística*. México: Paz.
- Gamson, W. (1992). The social psychology of collective. En A. D. Morris, & M. Mc Mueller, *Frontiers in social movement theory* (págs. 52-76). New Haven: Yale University Press.
- Gangas, P. (1996). *El desarrollo organizativo de los Partidos Políticos en España*. Madrid: Universidad Complutense.
- García Luengo, Ó. (2002). La (Im)pertinencia de las teorías del malestar mediatico en el caso español; una primera aproximación empírica. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 9-106.
- García, G., & Micco, S. (1997). *Hacia una Teoría del Pre-ciudadano*. Bogotá: Uriel-UNICEF.
- García-Luengo, O., & Maurer, M. (2009). A virtuous circle for all? Meida Exposure and political Trust in Europe. *CONFines*, 39-48.
- Garretón, M. (1993). Apendizaje y gobernabilidad en la redemocratización Chilena. *Nueva Sociedad*, 148-117.
- Garretón, M. A. (1993). *Los partidos y la transformación política en América Latina*. Santiago: Ediciones Flacso.
- Gastil, J., & Dillard, J. (1999). Increasing Political sophistication throught public deliberation. *Political Communication*(16), 3-23.
- Germani, S. (1966). *Estudios sobre sociología y psicología social*. Buenos Aires: Paidós.
- Goddin, R., & Klingemann, H.-D. (1996). *A new handbook of Political Science*. Oxford: Oxford University.
- Gómez, T. T., & Aguilar, L. (2013). *La cultura Política de los jóvenes en México*. México: Colegio de México.
- Greenstein, F. (1977). *Socialización, Socialización política*. Bilbao: Aguilar.

- Griggs, L. (2006). Democracia Contemporánea. El modelo procedimental de Dahl y la Crítica de Habermas. *Documento de apoyo docente 13*. Instituto de Asuntos Públicos. Departamento de Gobierno y Gestión Pública. Universidad de Chile.
- Guerrero, M. (2003). ¿ Qué es la comunicación política? *Revista Iberoamericana de Comunicación*.
- Guerrero, M. (2006). *Medios de comunicación y la función de transparencia*. México: Instituto Federal de acceso a la información. IFAI.
- Gunter, B., & McAleer, J. (1997). *Childrend and orkison*. New York: Routledge.
- Gutiérrez, R. (1996). La Cultura Política en México. En E. Krotz, *El estudio de la Ciencia Política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticas*. México: Conaculta.
- Habermas, J. (2006). Political Cmmunication in Media Society. Does Democracy still enjoy a epistemic dimension. *Journal of Communication Theory*, 411-426.
- Hagopian, F. (2007). Latin American citizenship and democratic theory. En J. Tulchin, & M. Rurhenburg, *Citizenchip in Latin America* (págs. 11-57). Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Hair, J., Anderson, R., Thatham, R., & Black, W. (1995). *Análisis Multivariante*. Prentice Hall.
- Hans, K. (1980). *Esencia y valor de la Democracia*. México: Editorial Nacional.
- Haye, A., Carvacho, H., Gonzalez, R., Manzi, J., & Segovia, C. (2009). Relación entre orientación política y condición socioeconómica en la cultura política chilena: un aproximación desde la psicología política. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 351-384.
- Hess, R., & Torney, J. (1965). *The development of basis attitudes and Values toward government and citizenship during the elementary school Years. Part I*. New York: U. S. office of Education.
- Hibbing, J. R., & Theiss-Morse, E. (1998). The media's role in public negativity toward Congress: Dstingushing emotional reactions and cognitive evaluations. *American Journal of Political Science*.
- Hobsbawm, E. (2005). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica.

- Holtz-Bacha, C. (1990). Videomalise Revisted: media exposure and political alineation in west Germany. *European Journal of Communication*.
- Huerta, W., & García, E. (2008). La formación del ciudadano: El papel de la televisión y la comunicación en la socialización política. *Comunicación y Sociedad*, 163-189.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares PLS in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic management journal*, 2(20), 195-204.
- Ibarra, A. (2003). Televisión y socialización política de escolares de la zona metropolitana de Guadalajara. *Tesis Doctoral*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Ibarra, F. C., & Moreno, V. H. (2007). Los Contratiempos de la Democracia procedural en México. *Papeles de Trabajo No. 15*.
- Ichilov, O. (1990). *Political socialization, citizenship education and democracy, Teachers College*. New York: Columbia University.
- IFE. (2002). *Programa Estratégico de Educación Cívica*. México: Instituto Federal Electoral.
- IFE. (2003). *La naturaleza del compromiso cívico*. México: Instituto Federal Electoral.
- IFE. (2012). *Procesos electorales 2012*. México: Instituto Federal Electoral.
- IMJ. (2012). *Encuesta Nacional de la Juventud*. México: Centro de Investigaciones y estudios sobre juventud.
- INEGI. (2010). *Conteo Nacional de Población y Vivienda*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEGI. (2010). *Conteo Nacional de Población y Vivienda*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INEP. (2010). *Diccionario Electoral*, A.C. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos.
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton.
- Jamieson, J., & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: the press and the public good*. New York : Oxford University Press.
- Janoski, T., & Gran, B. (2002). Political Citizenship: Foundations of rights. En F. Sin, & B. Turner, *Handbook of citizenship studies* (págs. 53-68). London: Sage Publications.

- Katz, E., & Blumer, J. (1974). Utilización of mass communication by the individual. En J. Blumer, & E. Katz, *The uses of Mass Communication* (págs. 19-32). Londres: Faber.
- Katz, E., Blumer, J., & Gurevith, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 507-523.
- Kim, R. O., Wyatt, E., & Katz. (1999). New Talk Opinion, Participation: The Part Played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 4(16), 361-385.
- Klesner, J. (2003). Political attitudes, social capital and politica participation: The United States and México compared. *Estudios Mexicanos*, 29-63.
- Kornstanje, M. E. (2007). La Democracia y sus supuestos: una perspectiva compartiva entre los conceptos de demcoracia procedural y estructural. *Estudios Socioeconómics*, 45-79.
- Krotz, E. (1996). *El estudio de la Ciencia Política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticas*. México: Conaculta.
- Kurt, L., & Lang, G. (1966). The mass media and voting. En B. Berelson, & Janowitz, *Reader in Public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: Free Press.
- Kurt, L., & Lang, G. (1996). The mass media and voting. En B. Berelson, & J. Morris, *Reader in Public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: Free Press.
- Lane, R. (1959). Fathers and sons. The foundation of political beliefs. *American Sociological Review*, 502-511.
- Lane, R. (1992). Political Culture or General Theory. *Comparative political studies*, 362-387.
- Lang, K., & G., L. (1966). The mass media and voting. En B. Berelson, & M. Janowitz, *Reader in public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: New Yor Free Press.
- Lazarfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people choice*. New York: Sloan and Pearce.
- Lazarsfeld, P. (1968). *The people choice*. New York: Columbia University Press.
- Lee, N.-J., Shah, D. V., & McLeod, M. J. (2012). Processes of Political Socialization: A communication Mediation approach to youth civic engagement. *Communication Research*, 1-29.

- Leis, R. (2006). *Cultura Política democrática y educación ciudadana*. Panamá: TE publicaciones.
- Levi, G., & Schmitt, J. C. (1996). *Historia de los jóvenes I. De la antig[uedad a la edad moderna]*. Madrid: Taurus.
- Lijphart, A. (1999). *Patterns of Democracy; Government forms and performance in thirty six countries*. New Haven: Yale University Press.
- Linz, J. J., & Stepan, A. (1996). Hacia la consolidación democrática. *Revista la Política, la democratización, sus límites después de la tercera ola*.
- López, G. (2003). Televisión y socialización política de los niños de Monterrey y Juchitán. *Tesis de Maestría*. Monterrey, Nuevo León: Tecnológico de Monterrey.
- Luhmann, N. (1988). Familiarity, confidence, trust. Problems and alternatives. En D. Gambetta, *Trust: Making and breaking cooperative relations* (págs. 99-107). Oxford England: Basil Blackwell.
- Luque, M. (2000). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. España: Ediciones Pirámide.
- Luskin, R. (1990). Measuring Political Sophistication. *American Journal of Political Science*, 856-857.
- Lutz, B. (2012). La pasión del poder: teoría y práctica de la dominación. *Política cultural*, 323-329.
- Macia, N., Woodsong, C., MacQueen, M., Guest, G., & Namey, E. (2005). *Qualitative Research Methods: a data collector's field guide*. Research Triangle Park: Family Health International.
- Macia, N., Woodsong, C., MacQueen, M., Guest, N., & Namey, E. (2005). *Qualitative Research Methods: a data collector's fields guide*. Family Health International.
- Mackenzie, C. G., & Weisbrot, R. (2008). *The Liberal hour. Wahington and the politics of change in the 1960's*. New York: Penguin Group.
- MacLuhan, M. (1965). *Understanding Media*. New York: Mc Graw Hill.
- Maiers, J. (2000). *Politikverdrossenheit in Deutschland Dimensionen-Determinanten konsequenzen*. Leske Budrich: Op Landen.
- Maldonado, O. (2004). Formación del Ciudadano Participativo. *Educere*, 469-474.

- Mannheim, K. (1968). The problem of generations. . En G. Lindzey, & E. Aronson, *Essays on the sociology knowledge* (págs. 276-322). London: Routledge & Kegan Paul.
- Markus, H., & Zanjoc, R. (1985). Cognitive perspective in social psychology. En C. Lindzey, & E. Aronson, *Handbook of social psychology*. New York: Random House.
- Marschall, T. (1997). Citizenship ans social Class. En R. Goodin, & P. Pettit, *Conemporany Political Philosophy* (págs. 291-319). Oxford: Biackwell.
- Martín Barbero, J. (1998). Retos Culturales de la comunicación a la educación. En M. Barbero, & E. Villegas, *Comunicación, educación y cultura*. Bogotá: UNESCO.
- Martínez Silva, M., & Salcedo Aquino, R. (2006). *Diccionario Electoral INEP*. México: Instituto Nacional de Estudios Politicos AC.
- Matías, C., Damian, P., Quintero, L., Serna, G., & Torrejón, E. (2012). Conocimiento Político en estudiantes secundarios. *Revista Electrónica de psicología política*.
- Max-Neff, M., & Elizalde, A. (1989). *Sociedad civil y Cultura Democrática: mensajes y paradojas*. Santiago: CEPAUR.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de a agenda- setting. *Comunicación y Sociedad*, 7-32.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos:explorando una nueva dimensión de la agenda-setting. *Comunicación y sociedad*, 8(1), 7-32.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). New Media Impact on the ingredientes of presidential evaluations: politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source. *American Journal of Pollitical science*, 295-309.
- McKeon, R. (1951). *Democracy in a Wolrd of Tensions*. Chicago: University of Chicago Press.
- McLeod, J. M., & Reeves, B. (1980). On the nature of mass media effects. En S. B. Withey, & P. R. Abeles, *Television and social behavior: Beyond violence and children* (págs. 17-54). Hillsdale NJ: Erlbaum.
- McLeod, J. M., Rush, R. R., & Friederich, K. H. (1968). The mass media and political informaticon in Quito, Ecuador. *The public Opinion Quaterly*(26), 575-587.
- McLeod, J. M., Sheufele, D., & Moy, P. (1999). Community, communication and participation: the role of the mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political communication*, 315-336.

- Merriam, C., & Gosnell, H. (1924). *Non-voting*. Chicago: Chicago University Press.
- Mettifogo, D., & Sepúlveda, R. (2004). *La situación y el tratamiento de jóvenes infractores de ley*. Santiago de Chile: Centro de Estudios en Seguridad. Universidad de Chile.
- Michels, R. (1976). *Los Partidos Políticos*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Mill, J. S. (1966). *Consideraciones sobre el Gobierno Representativo*. México: Herrero Hermanos Sucesores.
- Millán la Rivera, C. (2008). Cultura Política: acercamiento conceptual desde América Latina. *Perspectivas de la comunicación*.
- Mills, W. C. (1968). Las fuentes del poder en la sociedad. En Etzioni, & E. E. Amitai, *Los Cambios Sociales* (págs. 119-125). México: FCE.
- Milner, H. (2007). Political Knowledge and young Canadians and Americans. *IRPP Working Paper*.
- Moreno, A. (2008). La opinión publica mexicana en el contexto post-electoral de 2006. *Perfiles latinoamericanos*, 31(16), 36-69.
- Moreno, C. (2012). Los efectos de las campañas electorales sobre el sentimiento de eficacia política. *Revista Española de Ciencia Política*, 55-74.
- Morin, E. (2000). *Los sietes saberes necesarios a la educación del futuro*. Caracas: FACES Universidad Central de Venezuela.
- Morogas, M. (1979). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gili.
- Muller, E. N. (1982). An explanatory model for different types of participation. *European Journal of Political research*, 1-16.
- Muñiz, C. (2012). El diálogo político juvenil. Como los medios de comunicación y la sofisticación influyen en la conversión política. *Revista de Comunicación y Ciudadanía*.
- Muñiz, C., & Maldonado, L. (2011). Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes. *Perspectivas de la comunicación*.
- Muñiz, C., Maldonado, L., Leyva, O., López, R., Saldierna, A. R., Hernández, T., & Rodríguez, E. (2012). Hábitos comunicativos y sofisticación política. En C. Muñiz, *Comunicación Política y Ciudadanía* (págs. 237-253). México: Fontamara.

- Mutz, D. (2002). The consequences of cross-cutting networks for political participation. *American Journal of Political Science*, 4(26), 838-855.
- Nanteras, J. (2007). Información política en estudiantes de primaria y secundaria: aspectos socioeconómicos y exposición a medios de comunicación: los inicios de la socialización política. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 1357-1403.
- Newman, W. R., Marion, J., & Crigler, A. (1992). *Common Knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.
- Newton, K. (1999). Mass Media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of political science*, 577-599.
- Newton, K. (1999). Social and Political trust. En P. Norris, *Critical citizens: global support for democratic government*. Oxford: Oxford University Press.
- Newton, K. (2006). May the force be with you: the power of the mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 209-234.
- Niemi, H. (1999). *Moving horizons in education. International transformations and challenges of democracy*. Helsinki: Department of Education University Press.
- Norris, P. (1996). Does Television erode social capital? A replay to Putnam. *Political Science and Politics*, 474-480.
- Norris, P. (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cembirdge University Press.
- Norris, P. (2000). Impact of television on civil malaise. En R. Putnam, & S. Phar, *Disaffected democrats: what's troubling the trilateral democracies* (págs. 231-251). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: reinventing political activism*. Nueva York: Cambridge University Press.
- OEA. (2001). *Carta Democrática Interamericana*. OEA.
- OIJ, O. I. (2008). *Jóvenes de Iberoamerica y los objetivos del milenio*. Organización Iberoamericana de la Juventud.

- Pan, Z., Shen, L. P., & Sun, Y. (2006). Mobilizing political talk in presidential campaign: an examination of campaign effects in a deliberative framework. *communicartion research*, 315-345.
- Paramio, L. (1999). Las dimensiones políticas de las reformas económicas en América Latina. *Zona Abierta*, 5-74.
- Parsons, T. (1997). *La dimensión utópica de la Cultura Política*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Parsons, T., & Edward, S. (1955). *Toward a General Theory of action*. Cambridge: University of Cambridge.
- Pasquino, G. (1994). Participación Política, Grupos y Movimientos. En G. Pasquino, S. Bartolini, M. Cotta, & L. Molinero, *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza Universiad Textos.
- Pateman, C. (1970). *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge Univesity Press.
- Pateman, C. (1980). The Civic Culture: a philosophic critique. En G. Almond, & S. Verba, *The civic Culture Revisited* (págs. 57-102). Londres: Sage.
- Patterson, V. (1993). *Out or order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Pennock, J. (1979). *Democratic Political Theory*. Princeton: Princeton University Press.
- Peña, J. (2000). *La ciudadanía hoy: problemas y propuestas*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Percheron, A. (1978). La socialización política del niño. En D. Hisman, *Psicología Social*. Barcelona: Plaza y Juanes.
- Pérez, J. (1997). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Perez-Serrano, G. (2000). Nueva Ciudadanía para el tercer milenio. *Conetextos Educativos*, 69-80.
- Perruzzotti, E. (2008). La democracia representativa mediada: repensando los vínculos entre representación y participación. *Debates en Sociología*.
- Peschad, J. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática. *América Latina Hoy*, 87-94.

- Peschard, J. (1996). *La cultura Política democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- Peschard, J. (2001). *La Cultura Política Democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- Petrus, A. (1997). *Pedagogia Social*. Barcelona: Ariel.
- Porath, W. (1995). Prensa Crítica, Videomalaise y Pérdida de Legitimidad de la democracia. Algunas Reflexiones a partir del caso Chileno y Argentina. 23 Conferencia y Asamblea de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Intercultural. Sección Historia. . Santiago de Chile.
- Prior, M. (2005). News vs Entertainment: how increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. *American Journal of political sciences*, 577-592.
- Prior, M., & Lupia, A. (2008). Money, time and political knowledge: distinguishing quick recall and political learning skills. *American Journal of Politics Science*, 169-183.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 65-78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and revival of american community*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Pye, L. (1997). *Cultura Política*. Madrid: Aguilar.
- Ramos, E. (2006). Taxonomía o metáforas sobre el concepto de Cultura POLÍTICAA. En *Pensamos a política. Representaciones sociales y cultura política en jóvenes mexicanos*. México: Plaza y Valdés.
- Razo, G. M. (2008). Reseña de Infancia, adolescencia y política en México de Anna M. Fernández Poncela. *Revista Sociológica*, 67(23), 263-272.
- Reef, M. J., & Keeton, D. (1993). Political alineation and efficacy. En J. Robinson, P. Shaver, & L. Wrightsman, *Measures of political attitudes* (págs. 413-464). San Diego: Academic Press.
- Reef, M., & Knoke, D. (1993). Political alineation and efficacy. En J. Robinson, P. Shaver, & L. Wrightsman, *Measures of political attitudes* (págs. 413-464). San Diego: Academic Press.
- Rhee, J., & Capella, J. (1997). The Role of Political sophistication in learning from News. Measuring schema development. *Communication Research*, 3(24), 197-233.

- Riedel, J. L., & Sullivan, E. (2001). *International Encyclopedia of the social and behavioral sciences*.
- Rivas, F., Reguillo, R., & Sanchez, M. (1987). *Movimiento Social y Cultura Política*. Colima: Universidad de Colima.
- Robinson, M. (1975). American Political Legitimacy in an Era of electronic Journalism: reflections on the Evening News. En C. Douglass, & A. richard, *In television as a social force: New approaches to TV Criticism*. New York: Praeger.
- Robinson, M. (1976). Public affair television and the growth of political malaise: the case of the selling the pentagon. *American Political Science Review*, 409-476.
- Roche, F. L. (2000). Aproximación al concepto de Cultura Política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(7), 93-123.
- Rodriguez, A., & Muñiz, C. (marzo de 2009). Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial del 2006. *Comunicacion y sociedad*, 99-134. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx>
- Rojas, H. (2006). Comunicación, Participación y Democracia. *Universitas Humanistica*, 109-149.
- Rojas, H. (2006). Orientations towards political conversaion. testing an asymetrical reciprocal causation model of political engagement. *Convención anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones ICA*. Dresden.
- Rosenbaum, W. (1975). *Political Culture*. Praeger Publishers Inc.
- Rospir, J. (2003). Introducción a la comunicación política. En S. Barrocal, *Comunicación Política en TV y nuevos medios*. España: Ariel.
- Ruiz, E. S. (1992). Cultura Política y Medios de Difusión. Educación Informal y Social. *Comunicacion y Sociedad*, 97-137.
- Sabine, G. (1963). *Historia de la Teoría Política*. Mexico: Fondo de Cultura Económico.
- Sabucedo, J. (1988). Participación Política. En J. Seoane, *Psicología Política*. Madrid: Pirámide.
- Sabucedo, J., & Cramer, D. (1991). Sociological and Psychological redictors of voting n Great Britain. *Journal of Social Psychology*, 647-654.

- Sabucedo, J., & Valiño, A. (1985). Variables sicológicas y tipos de participación política. / *Congreso Nacional de Psicología Social*. Granada España.
- Sacristán, D., & Murga, M. (1994). *Educación democrática y cultura participativa*. Madrid: UNED.
- Salas, C. M. (15 de Mayo de 2011). *Radio TV México*. Obtenido de <http://normalistablog.com/201105/quien-es-el-adolescente-martin-salas-html-gomez-palacio-y-campos>.
- Salas, I. (2008). Significado psicológico de la violencia y la agresión. *Perspectivas en Psicología*, 331-343.
- Salazar, J. M. (1990). *Democracia y Educación Política*. San José Costa Rica: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.
- Salazar, L., & Woldenberg, J. (1997). *Principios y Valores de la Democracia. Cuadernos de Divulgación Democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- Sanchez, E. (1992). Educación, Medios de difusión y democracia. (Con especial atención para no perder la costumbre en mamá televisión). *Estudios sobre culturas contemporáneas*, 29-56.
- Sani, G. (1981). Cultura Política . En N. Bobbio, & N. Matteucci, *Diccionario de Ciencia Política*. México: Siglo XXI.
- Sani, G. (1995). Ciudadano y sistema político, participación y cultura plática de masas. *Revista de Estudios Políticos*, 121-138.
- Santos, B. d. (2004). *Democratizar la democracia. Los caminos de la democracia participativa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sartori, G. (2003). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus.
- Sartori, G. (2005). *Homovidens: La sociedad teledirigida*. México: Taurus.
- Schereiber, D., & García, L. (2003). Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 131-143.
- Scheufele, D. A., Nisbet, M. C., Brossard, D., & Nisbet, E. C. (2004). Social strcuture and citizenship: examining the impacts of social setting, network heterogeneity and informational variables on political participation. *Political Communication*, 315-338.

- Schmitt-Beck, R., & Mckenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and Dmobilizers: a study of turnout at german local election. *Electoral studies*, 392-404.
- Schumpeter. (1983). *Capitalismo, Socialismo y Democracia. Tomo II*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. London: Routledge.
- Sear, D. O., & Valentino, N. A. (1997). Politics matters: political events as catalysts for preadult socialization. *American Political Science Review*.
- Seeman, M. (1959). On te meaning of alineation. *american Sociological Review*, 783-791.
- Seoane, J., & Rodriguez, J. (1988). *Psicología Política*. Madrid: Pirámide.
- Shah, D. (1998). Civic Engagement, interpersonal trust and television use: An individual level assesment of social capital. *Political Psycology*, 469-496.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, Hwang, M. R., H., L., McLeod, D. M. (2007). Campaign Ads, online Messaging and Participation: Extending the communication mediation model. *Journal of communication*, 676-703.
- Shah, D., Cho, J., Eveland, W., & Kwak, N. (2005). Information and expresion in a digital age: Modeling internet effects on civic participation. *Communication Research*, 411-427.
- Shah, D., McLeod, J., & Yoo, S. (2001). Communication, context and community: an explorations of print, broadcast and internet influences. *Communication research*, 464-506.
- Sharoni, S. (2012). E-citizenship: trust in goverment, political efficars and political participation in the internet era. *electronic media and politics*, 119-135.
- Silva-Bonilla, E. (1997). Rethinking Racism: Toward structural interpretation. *American sociological review.*, 465-480.
- Silva-Herzog. (1999). Las esferas de la democracia. *Gacea del Fondo de Cultura Económica*.
- Sotirovic, M., & McLeod, M. J. (2001). Values, communication behavior and political participation. *Political Communication*, 273-300.

- Soule, S. (2001). Will they engage? Political Knowledge, participation and attitudes of generations X and Y. *Paper presented at the Active Participation or a Retreat to Privacy*. Postdam, Germany.
- Street, J. (2005). Politics lost, politics transformed, politics colonised? Theories of the impact of mass media. *Political Studies Review*, 17-33.
- Stromback, J., & Shehata, A. (2010). Media malise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between media exposure, political news attention and political interest. *European Journal of Political research*, 575-597.
- Talcott, P., & Bales, R. (1955). *Family Socialization and interaction process*. Glencoe, Illinois: The free press.
- Tapia, E. (2003). *Socialización política y educación cívica en los niños*. Querétaro: Instituto Mora.
- Tedesco, J. C. (1996). La educación y los nuevos desafíos de la formación del ciudadano. *Nueva Sociedad*, 74-89.
- Thompson, M., & Wildavsky, A. (1990). *Cultural Theory*. United States: West View Press.
- Torcal, M. (2001). La desafección democrática en las Nuevas democracias: sus orígenes y consecuencias. En R. Máiz, *Construcción de europa, democracia y globalización* (págs. 1165-1209). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Torcal, M. (2005). *La desafección en las nuevas democracias del sur de europa y latinoamerica*. Obtenido de [htt://www.iigov.org/id/attachment.drt?art=187556](http://www.iigov.org/id/attachment.drt?art=187556)
- Tourine, A. (1995). *¿Qué es la democracia?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Trejo, R. (2006). El imperio del Marketing Político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas. *América Latina Hoy*, 15-22.
- UNESCO. (1994). *44 reunión de la Conferencia Internacional de Educación*. GINEBRA: UNESCO.
- Van Deth, J. (1990). Interest in Political. En M. Jennings, & J. Van Deth, *Continuities in Political Action*. Nueva York: De Gruyter Studies on North America.
- Verba, S., & Nie, N. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Nueva York: Harper y Row.

- Verba, S., Norman, N., & Kim, J. (1978). *Participation and Political Equality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, E. (1995). *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality Civic. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality:Civic Volunteerism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Villafranco, R. C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios. Revista de Investigación social*.
- Voltmer, K. (2007). *Mass media and political communication in a new democracy*. London: Routledge.
- Voltmer, K., & Schmitt-Beck, R. (2007). The mass media in third-wave democracies: Gravediggers or seedsmen of democracy consolidation. En H. J. Puhle, R. Gunther, & J. R. Montero, *Democracy, intermediation and voting in four continents* (págs. 75-154). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Voltmer, K., & Schmitt-Beck, R. (2002). The Mass Media and Citizens' orientations Towards Democracy: The experience of six 'Third-Wave' Democracies in Southern Europe, Eastern Europe and Latin America. *Workshops of the European Consortium for Political Research*. Turin.
- Weaver, P. (1972). *Is Television news Biased?* Public Interest.
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Whitte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease or supplement social capital? Social networks, participation and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 436-455.
- Wright, S. (1934). The method of path coefficients. . *Annals of mathematical statistics*, 161-215.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: University Press.
- Zaller, J. (1996). The myth of massive media impact revived: New support for a discredited idea. *Political persuasion and attitude change*, 17-78.

Zaller, J. (2004). Floating Voters in US Presidential Elections: 1948-2000. En P. Sniderman, & W. Saris, *The issue of Beliefs: Essays in the Intersection of Nonattitudes and Attitude Change*. Amsterdam: University of Amsterdam Press.

Zarzurri, R., & Ganter, R. (2002). *Memorias, Cultura y nuevas narrativas juveniles*. Santiago: Centro de Estudios socio-culturales.

ANEXO 1

Cuestionario aplicado en la Encuesta

- Un grupo de investigadores de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León estamos desarrollando un estudio sobre las percepciones y opiniones acerca de la situación social y política en México.
- A continuación encontrarás una serie de afirmaciones. Te pedimos que leas atentamente cada enunciado y que respondas marcando con una cruz o rodeando con un círculo la alternativa que mejor corresponda a tu opinión.
- Por favor, responde las preguntas a medida que las vayas leyendo y presta atención señalando sólo un número para cada enunciado, aquel que responda mejor a tu opinión personal.
- No hay respuestas correctas o incorrectas. Las mejores respuestas son aquellas que reflejan honestamente tu opinión. Muchas gracias por tu colaboración en nuestro estudio.

1. Para comenzar con la encuesta, nos gustaría saber ¿qué tan interesado dirías que estás en:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• La política local o municipal	1	2	3	4	5
• La política a nivel del Estado	1	2	3	4	5
• La política Nacional o Federal	1	2	3	4	5
• La política internacional	1	2	3	4	5

2. Y qué tanto te interesa saber lo que pueda ocurrir en las **elecciones presidenciales de 2012**:

Muy interesado	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	Nada interesado
----------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------------

3. Con respecto a las próximas elecciones presidenciales de 2012, ¿qué tan **probable es que votes**?

Muy probable	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	Nada probable
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------------

4. Ahora, vamos a hacerte una serie de preguntas. Nos gustaría que señalaras con un círculo **cuál crees que es la respuesta correcta** a cada una:

-¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República?

PRI PAN PRD OTRO No sé

-A qué partido político pertenece Humberto Moreira:

PRI	PAN	PRD	OTRO	No sé
-----	-----	-----	------	-------

-¿Qué partido tiene mayoría en la Cámara de Diputados?

PRI	PAN	PRD	OTRO	No sé
-----	-----	-----	------	-------

-Podrías señalarnos ¿quién es el actual Secretario de Gobernación?

Santiago Creel	Fernando Gómez-Mont	José Francisco Blake	No sé
----------------	---------------------	----------------------	-------

-Podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México?

15	23	31	35	No sé
----	----	----	----	-------

-A qué partido político pertenece Manlio Fabio Beltrones:

PRI	PAN	PRD	OTRO	No sé
-----	-----	-----	------	-------

-¿Cuantos años dura el mandato de un Gobernador?:

6	3	5	4	No sé
---	---	---	---	-------

-Y el mandato de los alcaldes:

2	6	3	5	No sé
---	---	---	---	-------

-¿Cuáles son los poderes de la Nación?

Federal-Estatal-Municipal	Ejecutivo-Legislativo-Judicial	Presidente-Gobernador-Alcalde	No sé
---------------------------	--------------------------------	-------------------------------	-------

-Y, ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?

Aplicar e interpretar las leyes	Elaborar y dictar las leyes	Promulgar y ejecutar las leyes	No sé
---------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	-------

-A qué partido político pertenece Marcelo Ebrad:

PRI	PAN	PRD	OTRO	No sé
-----	-----	-----	------	-------

-Y finalmente, ¿podrías relacionar los siguientes nombres con sus cargos? Contesta los que sepas.

Rodrigo Medina	Senador por Nuevo León
Fernando Larrazábal	Alcalde de Guadalupe
Carlos de la Fuente	Gobernador de Nuevo León
Álvaro Ibarra	Alcalde de Monterrey
Benito Caballero	Presidente PRI Nuevo León
Blanca Judith Díaz Delgado	Alcalde de Apodaca
Ivonne Álvarez	Alcalde de San Nicolás

5. Para continuar con la encuesta, nos gustaría saber en términos generales, y de manera aproximada, ¿qué tanto sueles consumir los siguientes medios de comunicación?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Televisión	1	2	3	4	5
• Prensa escrita	1	2	3	4	5
• Prensa digital por internet	1	2	3	4	5
• Radio	1	2	3	4	5
• Revistas de información	1	2	3	4	5
• Internet	1	2	3	4	5
• Asistir al cine	1	2	3	4	5

6. Es habitual que las personas busquen información sobre política para conocer qué ocurre en el país o en donde viven. Por eso, nos gustaría saber ¿qué tanto **usas estos medios para informarte sobre política?**:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Lees noticias en periódicos nacionales	1	2	3	4	5
• Lees noticias en periódicos extranjeros	1	2	3	4	5
• Lees noticias en periódicos locales o estatales	1	2	3	4	5
• Escuchas la radio para informarte de política	1	2	3	4	5
• Ves programas de política (p.e. <i>Tercer grado</i>)	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras nacionales	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras extranjeras	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras locales o estatales	1	2	3	4	5
• Navegas por webs de política, blogs, etc.	1	2	3	4	5
• Ves programas de sátira política (p.e. <i>Brozo</i>)	1	2	3	4	5

7. A menudo se suele hablar con otras personas sobre lo que ocurre en el país, la ciudad o en otros lugares. Pero, ¿qué tanto **hablas sobre política con estas personas?**

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Con tus amigos	1	2	3	4	5
• Con tus familiares	1	2	3	4	5
• Con tus compañeros de clase o trabajo	1	2	3	4	5
• Con tus profesores y maestros	1	2	3	4	5
• Con sacerdotes o líderes espirituales	1	2	3	4	5
• Con vecinos u otras personas	1	2	3	4	5
• Personas con las que coincides en ideas políticas	1	2	3	4	5
• Con personas con ideas distintas a las tuyas	1	2	3	4	5

8. Como sabes, cada vez es más habitual que también tengamos **relaciones, conversaciones, amistades a través de internet**. Por eso, nos gustaría saber ¿qué tanto haces las siguientes actividades?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Discutes o conversas sobre política o noticias que has leído o visto en un medio a través del correo electrónico	1	2	3	4	5
• Envías correos a políticos o editores de medios de comunicación para dar tus opiniones	1	2	3	4	5
• Usas el correo electrónico para organizarte en actividades comunitarias o sociales	1	2	3	4	5
• Expresas tus opiniones políticas a través de internet	1	2	3	4	5
• Participas en chats, fórmulas, blogs o cualquier otro espacio sobre política en internet	1	2	3	4	5
• Escribe tus opiniones políticas en el espacio para comentarios de las noticias de los periódicos digitales	1	2	3	4	5

9. Y, cuando hablas con otras personas, ¿qué tanto lo haces sobre **los siguientes temas y asuntos**?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Sobre lo que el Presidente, Gobierno Federal o Congreso hacen y acuerdan	1	2	3	4	5
• Sobre lo que el Gobernador del Estado está haciendo	1	2	3	4	5
• Acerca de lo que ocurre en países extranjeros	1	2	3	4	5
• Sobre la evolución de la economía mexicana	1	2	3	4	5
• Sobre de la situación de crimen y violencia en la sociedad	1	2	3	4	5
• Sobre lo que ocurre en tu vida personal y familiar	1	2	3	4	5
• Acerca de la evolución de la escuela y la educación	1	2	3	4	5
• Hablas sobre la religión y tus creencias religiosas	1	2	3	4	5
• Sobre lo que ocurre en el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine	1	2	3	4	5

10. Ahora nos gustaría saber qué tanto consumes los siguientes programas o medios:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Ves programas de entretenimiento en la televisión (<i>realities</i> , programas de humor, etc.)	1	2	3	4	5
• Sigues las telenovelas de la televisión	1	2	3	4	5
• Ves series de televisión	1	2	3	4	5
• Ves películas que emiten en la televisión	1	2	3	4	5
• Lees los periódicos de deportes	1	2	3	4	5
• Escuchas radio comercial de música	1	2	3	4	5
• Navegas por internet para entretenerte, chatear, descargar música, etc.	1	2	3	4	5

11. Por otra parte, nos gustaría saber en qué medida **estás de acuerdo con las siguientes expresiones:**

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Las noticias a menudo cuentan los hechos de forma inexacta e incorrecta	1	2	3	4	5
• Los medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte en sus noticias, no transmiten información contextualizada	1	2	3	4	5
• Los medios suelen informar en sus noticias más bien de temas sin trascendencia, en vez de centrarse en los asuntos de verdadera importancia del día	1	2	3	4	5

12. A continuación te vamos a mencionar algunos cargos de funcionario, actores y ciertas instituciones públicas. Nos gustaría saber cuál es tu **grado de confianza en esos actores o instituciones:**

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Presidente de la República	1	2	3	4	5
• Gobernador del Estado	1	2	3	4	5
• Presidente Municipal	1	2	3	4	5
• Partidos políticos	1	2	3	4	5
• Profesores y maestros	1	2	3	4	5
• Instituto Federal Electoral	1	2	3	4	5
• Cuerpos de policía	1	2	3	4	5
• Iglesia y organizaciones religiosas	1	2	3	4	5
• Cámara de Diputados	1	2	3	4	5
• Cámara de Senadores	1	2	3	4	5
• Comisión Nacional Derechos Humanos	1	2	3	4	5
• Fuerzas armadas (Ejército y Marina)	1	2	3	4	5
• Sacerdotes y líderes espirituales	1	2	3	4	5

13. Cambiando de tema, nos gustaría saber si **has sido miembro o lo eres en la actualidad de las siguientes asociaciones** que a continuación te señalamos:

• Partido o agrupación política	Sí	No
• Mesa directiva de la preparatoria	Sí	No
• Institución de beneficencia	Sí	No
• Agrupación religiosa	Sí	No
• Asociación ciudadana, de barrio, vecinos, colonos, etc.	Sí	No
• Agrupación de ayuda social (como por ejemplo en defensa de los indígenas, niños de la calle, del medio ambiente, etc.)	Sí	No
• Asociación artística o cultural	Sí	No

14. Ahora, nos gustaría saber qué sientes con respecto a la política. Para ello, te pedimos que indiques **qué tanto estás de acuerdo con las siguientes expresiones:**

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Las propuestas políticas sólo dependen de qué tan bien le vaya al partido en los sondeos	1	2	3	4	5
• Los políticos están únicamente preocupados en ganar las elecciones y mantener su popularidad	1	2	3	4	5
• Los políticos no se ocupan de los problemas de sus áreas políticas y administrativas	1	2	3	4	5
• Los políticos nunca cuenta la verdad acerca de sus metas y objetivos	1	2	3	4	5
• Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas	1	2	3	4	5
• Nunca se sabe en qué están pensando realmente los políticos cuando hablan o actúan	1	2	3	4	5
• No se puede confiar en que los políticos hagan las cosas de forma correcta	1	2	3	4	5
• Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen	1	2	3	4	5
• Los políticos suelen olvidar muy rápido lo que han prometido durante la campaña electoral	1	2	3	4	5

15. Y ¿qué tan de acuerdo estás con **estas otras afirmaciones?**:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Las personas como yo no tienen ninguna participación en lo que hace el gobierno	1	2	3	4	5
• Pienso que estoy mejor informado que la mayoría de las personas sobre asuntos políticos	1	2	3	4	5
• No creo que a los funcionarios públicos les importe mucho lo que piensa la gente como yo, sólo se interesan por conseguir votos	1	2	3	4	5
• La mayoría de los políticos después de ganar las elecciones se alejan rápidamente de la gente de la calle	1	2	3	4	5
• La política y los asuntos del gobierno son cuestiones tan complicadas que una persona como yo realmente no puede entenderlas	1	2	3	4	5
• Realmente, da lo mismo qué partido esté en el gobierno porque todos son igual de malos	1	2	3	4	5
• Considero que estoy bastante cualificado como para poder participar en política	1	2	3	4	5
• Siento que tengo un muy buen conocimiento de los asuntos políticos que ocurren en el país	1	2	3	4	5
• El voto en las elecciones es el único medio por el cual alguien como yo puede influir en lo que hace el gobierno	1	2	3	4	5
• Sinceramente, creo que a los gobernantes no les importa nada lo que la gente como yo piense u opine	1	2	3	4	5
• Las medidas de presión (como huelgas, manifestaciones, etc.) son la única manera efectiva para conseguir que cambien las actuaciones de los gobernantes	1	2	3	4	5

16. Ahora nos gustaría que nos indicaras qué tanto estás de acuerdo con la idea que de “**la mayoría de la gente en México es honrada**”.

Bastante	1	2	3	4	5	Nada
----------	---	---	---	---	---	------

17. Por otra parte, nos gustaría saber si **has realizado o realizas las siguientes actividades** que a continuación te mencionamos.

Has votado en las últimas elecciones (municipio, estatal, etc.)	Sí	No
Has colaborado o trabajado en alguna campaña política electoral	Sí	No
Has asistido a alguna reunión o mitin político	Sí	No
Has contactado o hablado con funcionarios elegidos	Sí	No
Has colocado alguna manta, cartel o fotografía de protesta	Sí	No
Has votado en las últimas elecciones para la mesa directiva	Sí	No
Has asistido a alguna manifestación o concentración	Sí	No
Asistes a reuniones de algún club o agrupación social	Sí	No
Realizas o has realizado algún tipo de trabajo voluntario	Sí	No
Has trabajado en algún proyecto comunitario	Sí	No
Has trabajado en apoyo de alguna causa o grupo social	Sí	No
Has asistido a alguna junta de vecinos	Sí	No

18. Por último, si tuvieras que definir la política con una única palabra, ¿cuál sería ésta?

18. Y si tuvieras que definir a los políticos con una única palabra, ¿cuál sería ésta?

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

SEXO: 1. Hombre 2. Mujer EDAD: _____

-Podrías decirnos cuál aproximadamente es el **nivel de ingresos mensual de tu familia**:

Menos de 6000 Entre 6001 y 10000 Entre 10001 y 30000 Más de 30001

-Y **cuántos libros lees** aproximadamente al año (quitando los de clase) _____

- ¿Podrías indicarnos el nivel **de estudios que tienen tus padres**?

Tu papá: No tiene Preescolar Primaria Secundaria Preparatoria Profesional Posgrado

Tu mamá: No tiene Preescolar Primaria Secundaria Preparatoria Profesional Posgrado

-¿Tenéis contratado en casa o tu lugar de residencia alguno de **estos servicios**?:

• Conexión a internet	Sí	No
• Televisión por cable	Sí	No
• Subscripción a un periódico	Sí	No
• Subscripción a alguna revista	Sí	No

-Cuando se habla de **política** se utilizan normalmente las expresiones “izquierda” y “derecha”. Teniendo en cuenta la siguiente escala, ¿qué número crees que **representaría mejor tu posición política**?

Izquierda

5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

 Derecha

-Y, finalmente, ¿qué tanto dirías que **te sientes identificado con los siguientes partidos**?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• PRI	1	2	3	4	5
• PAN	1	2	3	4	5
• PRD	1	2	3	4	5
• Partido Verde Ecologista	1	2	3	4	5
• Convergencia	1	2	3	4	5
• PT	1	2	3	4	5
• Otro: _____	1	2	3	4	5
• Otro: _____	1	2	3	4	5

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN

ANEXO 2

Nombre asignado a las variables en el programa SmartPLS

Variables	Nombre asignado
Medio de Comunicación que utilizan	Expo
Televisión	Expo1
Prensa escrita	Expo2
Prensa digital por internet	Expo3
Radio	Expo4
Revistas de información	Expo5
Internet	Expo6
Asistir al cine	Expo7
Consumo a contenidos de política	Atenpo
Lees noticias en periódicos nacionales	Atenpo1
Lees noticias en periódicos extranjeros	Atenpo2
Lees noticias en periódicos locales o estatales	Atenpo3
Escuchas la radio para informarte de política	Atempo4
Ves programas de política (p.e. Tercer grado)	Atempo5
Ves noticias de televisoras nacionales	Atempo6
Ves noticias de televisoras extranjeras	Atempo7
Ves noticias de televisoras locales o estatales	Atempo8
Navegas por webs de política, blogs, etc.	Atempo9
Ves programas de sátira política (p.e. Brozo)	Atempo10

Consumo a contenidos de entretenimiento	Entre
Ves programas de entretenimiento en la televisión (realities, programas de humor, etc.)	Entre 1
Sigues las telenovelas de la televisión	Entre 2
Ves series de televisión	Entre 3
Ves películas que emiten en la televisión	Entre 4
Lees la periódicos de deportes	Entre 5
Escuchas radio comercial de música	Entre 6
Navegas por internet para entretenerte, chatear, descargar música, etc.	Entre 7
Conversación interpersonal	cper
Con tus amigos	Cper1
Con tus familiares	Cper2
Con tus compañeros de clase o trabajo	Cper3
Con tus profesores y maestros	Cper4
Con sacerdotes o líderes espirituales	Cper5
Con vecinos u otras personas	Cper6
Personas con las que coincides en ideas políticas	Cper7
Con personas con ideas distintas a las tuyas	Cper8
Conversación Interactiva	Cinter
Discutes o conversas sobre política o noticias que has leído o visto en un medio a través del correo electrónico	Cinter1
Enviar correos a políticos o editores de medios de comunicación para dar tus opiniones	Cinter2
Usas el correo electrónico para organizarte en actividades comunitarias o sociales	Cinter3
Expresas tus opiniones políticas a través de internet	Cinter4
Participas en chats, fórmulas, blogs o cualquier otro espacio sobre política en internet	Cinter5

Escribes tus opiniones políticas en el espacio para comentarios de las noticias de los periódicos digitales	Cinter6
Interés en la Política	Inter
La política local o municipal	Inter1
La política a nivel del Estado	Inter2
La política Nacional o Federal	Inter3
La política internacional	Inter4
Conocimiento Político	Cono
¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República? (PAN)	Cono1
contructo interés en la política	Cono2
¿Qué partido tiene mayoría en la Cámara de Diputados? (PRI)	Cono3
Podrías señalarnos ¿quién es el actual Secretario de Gobernación? (José Francisco Blake)	Cono4
Podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México? (31)	Cono5
A qué partido político pertenece Manlio Fabio Beltrones (PRI)	Cono6
¿Cuántos años dura el mandato de un Gobernador? (6)	Cono7
Y el mandato de los alcaldes (3)	Cono8
¿Cuáles son los poderes de la Nación? (Ejecutivo-Legislativo-Judicial)	Cono9
Y, ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión? (Elaborar y dictar las leyes)	Cono10
A qué partido político pertenece Marcelo Ebrad (PRD)	Cono11
Rodrigo Medina - Gobernador de Nuevo León	Cono12
Fernando Larrazábal - Alcalde de Monterrey	Cono13
Carlos de la Fuente - Alcalde de San Nicolás	Cono14
Álvaro Ibarra - Presidente del PRI de NL	Cono15
Benito Caballero - Alcalde de Apodaca	Cono16
Blanca Judith Díaz Delgado - Senadora por NL	Cono17

Ivonne Álvarez - Alcaldesa de Guadalupe	Cono18
Participación Política	Participo
Has votado en las últimas elecciones (municipio, estatal, etc.)	Participo1
Has colaborado o trabajado en alguna campaña política electoral	Participo2
Has asistido a alguna reunión o mitin político	Participo3
Has contactado o hablado con funcionarios elegidos	Participo4
Has colocado alguna manta, cartel o fotografía de protesta	Participo5
Has votado en las últimas elecciones para la mesa directiva	Participo6
Has asistido a alguna manifestación o concentración	Participo7
Participación Cívica	Particivi
Asistes a reuniones de algún club o agrupación social	Particivi1
Realizas o has realizado algún tipo de trabajo voluntario	Particivi2
Has trabajado en algún proyecto comunitario	Particivi3
Has trabajado en apoyo de alguna causa o grupo social	Particivi4
Has asistido a alguna junta de vecinos12	Particivi5
Eficacia Interna	Eficain
Las personas como yo no tienen ninguna participación en lo que hace el gobierno	Eficain1
Pienso que estoy mejor informado que la mayoría de las personas sobre asuntos político	Eficain2
La política y los asuntos del gobierno son cuestiones tan complicadas que una persona como yo realmente no puede entenderlas	Eficain3
Considero que estoy bastante cualificado como para poder participar en política	Eficain4
Siento que tengo un muy buen conocimiento de los asuntos políticos que ocurren en el país	Eficain5
El voto en las elecciones es el único medio por el cual alguien como yo puede influir en lo que hace el gobierno	Eficain6

Eficacia Externa	Eficaex
No creo que a los funcionarios públicos les importe mucho lo que piensa la gente como yo, sólo se interesan por conseguir votos	Eficaex1
La mayoría de los políticos después de ganar las elecciones se alejan rápidamente de la gente de la calle	Eficaex2
Realmente, da lo mismo qué partido esté en el gobierno porque todos son igual de malos	Eficaex3
Sinceramente, creo que a los gobernantes no les importa nada lo que la gente como yo piense u opine	Eficaex4
Las medidas de presión (como huelgas, manifestaciones, etc.) son la única manera efectiva para conseguir que cambien las actuaciones de los gobernantes	Eficaex5
Cinismo Político	Cinismo
Las propuestas políticas sólo dependen de qué tan bien le vaya al partido en los sondeos	Cinispo1
Los políticos están únicamente preocupados en ganar las elecciones y mantener su popularidad	Cinispo2
Los políticos no se ocupan de los problemas de sus áreas políticas y administrativas	Cinispo3
Los políticos nunca cuenta la verdad acerca de sus metas y objetivos	Cinispo4
Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas	Cinispo5
Nunca se sabe en qué están pensando realmente los políticos cuando hablan o actúan	Cinispo6
No se puede confiar en que los políticos hagan las cosas de forma correcta	Cinispo7
Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen	Cinispo8
Los políticos suelen olvidar muy rápido lo que han prometido durante la campaña electoral	Cinispo9

ANEXO 3

Validación discriminante a nivel de ítem en el modelo de medición Teórico

	atenpo	cinismo	Cinter	Cono	cper	eficaexter	Eficain	entre	expo	inter	participo	particivi
atenpo1	0.707124	0.034197	0.258718	0.190916	0.373972	-0.021214	0.287404	0.163202	0.264174	0.276238	0.077901	0.064393
atenpo10	0.576570	0.042538	0.266063	0.205229	0.250963	-0.069321	0.220383	0.125994	0.160605	0.192244	0.047449	0.072246
atenpo2	0.680150	0.034410	0.295651	0.149121	0.338652	-0.021627	0.259132	0.163798	0.257878	0.212135	0.071601	0.092405
atenpo3	0.692081	0.083747	0.233956	0.232294	0.321054	-0.047303	0.234519	0.215379	0.276566	0.279423	0.038045	0.080582
atenpo4	0.656310	-0.016101	0.336595	0.112140	0.381215	0.032813	0.241778	0.121906	0.190391	0.203352	0.087414	0.121402
atenpo5	0.573616	0.012711	0.270758	0.053127	0.331389	0.028995	0.227998	0.016273	0.084459	0.222107	0.080087	0.046141
atenpo6	0.649946	0.091574	0.198006	0.168306	0.329806	-0.093873	0.244025	0.181667	0.256089	0.287853	0.015797	0.075261
atenpo7	0.644047	0.046641	0.259121	0.134326	0.272573	-0.050963	0.213483	0.175016	0.239000	0.225297	0.027223	0.141951
atenpo8	0.523074	0.065136	0.145140	0.214727	0.277376	-0.088068	0.163976	0.210356	0.251476	0.252054	0.049643	0.070473
atenpo9	0.641282	0.057042	0.386969	0.126088	0.403059	-0.044753	0.290328	0.050863	0.168420	0.253629	0.054757	0.086782
cinismo1	0.109008	0.632139	0.114992	0.094433	0.178550	-0.261683	0.173671	0.071692	0.099276	0.075617	0.025842	0.030345
cinismo2	0.041267	0.811704	0.016167	0.085917	0.067730	-0.476168	0.108907	0.075102	0.064610	-0.027958	0.020474	0.035926
cinismo3	0.066501	0.800196	0.040413	0.099178	0.097772	-0.515493	0.163125	0.068653	0.103179	0.008274	0.034836	0.054068
cinismo4	0.040027	0.838930	0.034063	0.083036	0.080933	-0.551623	0.146805	0.078358	0.053597	-0.018050	0.062121	0.082199
cinismo5	0.020055	0.843908	0.022113	0.081168	0.089709	-0.491911	0.128557	0.066455	0.060942	-0.022933	0.022330	0.050900

Nota: Validación de discriminantes a nivel de ítem en el modelo de medición. Se deben observan las cargas cruzadas, el indicador debe cargar al máximo en su correspondiente constructo y en ninguno más. En este caso se puede observar que están cargando más en otros constructos.

ANEXO 4

Validez de discriminantes en el modelo de medición teórico

	AVE	entre	atenpolitica	cinismo	cono	cinter	cper	Eficaext	eficaint	expo	inter	participo	particivica
entre	0.405589	.636859											
atenpolitica	0.626771	0.220129	.791689										
cinismo	0.557957	0.100141	0.069216	.746965									
o	0.158548	0.139555	0.241341	0.116813	.398181								
cinterac	0.458176	0.094295	0.424110	0.059267	0.070094	.676887							
cper	0.611747	0.039083	0.521231	0.133196	0.217111	0.469709	.782143						
eficaex	0.359538	-0.139177	-0.056162	-0.591808	-0.106707	-0.057669	-0.134459	.599615					
eficainte	0.420019	0.079441	0.376855	0.194292	0.231442	0.345919	0.396250	-0.317172	.648089				
expo	0.288554	0.593086	0.337584	0.096924	0.185690	0.211931	0.213779	-0.106020	0.172370	.537172			
inter	0.704869	0.061635	0.376355	0.012627	0.162917	0.265921	0.401779	-0.016725	0.245643	0.163480	.839565		
participo	0.616087	-0.024766	0.059434	0.037594	0.054770	0.084614	0.121326	-0.015107	0.114792	0.060116	0.060788	.784912	

particivi	0.578339	0.034515	0.135384	0.062347	0.068102	0.172179	0.230314	-0.051240	0.094475	0.119183	0.140026	0.667938	.760486
-----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	----------	----------	----------	----------	----------------

Nota: Validación de discriminante a nivel constructo en el modelo teórico de medición. La raíz cuadrada de la Varianza Promedio Extraída (AVE) escrita en negritas debe de ser mayor que la correlación del constructo con el resto.

Anexo 5

Validación discriminante a nivel de ítem en el modelo 2 de medición

	cinismo	cinter	eficaext	interes	participo	Particivi
cinismo1	0.756611	0.120375	-0.250736	0.075255	0.022225	0.032675
cinismo2	0.767671	0.022267	-0.420310	-0.030217	0.021032	0.038391
cinismo3	0.773899	0.043374	-0.485993	0.007456	0.030131	0.055400
cinismo4	0.792440	0.037150	-0.500578	-0.019424	0.059285	0.082365
cinismo5	0.780027	0.027636	-0.452734	-0.024803	0.021560	0.052600
cinismo6	0.765806	0.026505	-0.474763	-0.008205	0.070286	0.069077
cinismo7	0.696269	0.006284	-0.488810	0.000358	0.050774	0.047360
cinismo8	0.703786	0.018291	-0.492811	-0.021941	0.030056	0.050558
cinismo9	0.750849	0.033687	-0.500812	0.008410	0.026020	0.035029
cinter1	0.064294	0.704294	-0.079130	0.246615	0.072527	0.124109
cinter2	0.005499	0.741222	-0.015816	0.156709	0.058300	0.080807
cinter3	0.099782	0.635029	-0.044643	0.188920	0.054930	0.204798
cinter4	0.117035	0.792626	-0.122635	0.204536	0.102952	0.165376
cinter5	0.002374	0.783226	-0.028828	0.191689	0.119075	0.135533
cinter6	0.039275	0.793933	-0.022822	0.190726	0.080860	0.086084
eficaext1	-0.488011	-0.040329	0.752028	-0.041823	-0.029946	-0.024545
eficaext2	-0.514915	-0.015875	0.731649	0.001464	-0.024151	-0.083139
eficaext3	-0.406560	-0.040174	0.733604	0.096268	0.050872	0.054287
eficaext4	-0.335979	-0.082535	0.783963	-0.066259	-0.025703	-0.051538

eficaext5	-0.427384	-0.072091	0.844574	0.011971	-0.021911	-0.051645
interes1	-0.022082	0.226699	0.022198	0.823722	0.079719	0.100812
interes2	0.002380	0.240736	0.002208	0.909424	0.075691	0.085921
interes3	0.045993	0.231695	-0.019609	0.874252	0.078364	0.135505
interes4	0.069852	0.208797	-0.049441	0.741755	0.065707	0.121207
participo2	0.029306	0.025310	-0.003236	0.024651	0.739982	0.501525
participo1	-0.009674	0.019193	0.003821	-0.013167	0.816439	0.541999
participo3	0.022330	0.123247	-0.018385	0.098031	0.840341	0.459449
participo4	0.027278	0.101177	0.001374	0.105529	0.804915	0.501326
participo5	0.018112	0.067387	-0.018483	0.045116	0.799832	0.579647
participo6	0.030333	0.047497	0.028459	0.018577	0.687749	0.549804
participo7	0.077230	0.097628	-0.043894	0.073325	0.788687	0.513413
particivi1	0.069850	0.171338	-0.064542	0.072639	0.488436	0.748553
particivi2	0.021804	0.121465	-0.014633	0.090151	0.465005	0.780346
particivi3	0.030442	0.172845	0.005456	0.097926	0.495769	0.830014
particivi4	0.089494	0.127381	-0.088047	0.110330	0.493794	0.822079
particivi5	0.016175	0.093483	0.015773	0.157189	0.520307	0.583945

Nota: Validación de discriminantes a nivel de ítem en el modelo de medición. Se deben observan las cargas cruzadas, el indicador debe cargar al máximo en su correspondiente constructo y en ninguno más.

Anexo 6

Validez de discriminantes en el modelo 2 de medición

	AVE	cinismo	cinterac	eficaext	inter	participo	particivica
cinismo	0.569716	.754795					
cinteract	0.553455	0.083039	.743945				
eficaex	0.593387	-0.521451	0.078686	.770316			
interes	0.705022	0.027268	0.270769	0.012191	.839665		
participo	0.614709	0.042482	0.111664	0.016488	0.089332	.784033	
particivi	0.578339	0.062361	0.188187	0.041144	0.131360	0.641677	.760486

Nota: Validación de discriminante a nivel constructo en el modelo teórico de medición. La raíz cuadrada de la Varianza Promedio Extraída (AVE) escrita en negritas debe de ser mayor que la correlación del constructo con el resto.

Anexo 7**Criterios de calidad del modelo de ecuaciones estructurales por el método PSL.**

	AVE	CR	R ²	A	comunalidad	redundancia
cinteract	0.553455	0.880840		0.838510	0.553455	
cinismo	0.569716	0.922457	0.006895	0.930333	0.569715	.000788
eficaex	0.593387	0.879152	0.006191	0.844523	0.593387	.002527
interes	0.705022	0.904821	0.073316	0.858070	0.705022	.051623
participo	0.614709	0.917534	0.012469	0.901817	0.614709	.004554
particivi	0.578339	0.869630	0.035414	0.813295	0.593387	.019217

ANEXO 8

Cuestionario aplicado para generar las muestras de los Focus Group

Esta pequeña encuesta forma parte de una investigación desarrollada para conocer las actitudes y conocimientos sobre política en jóvenes de su edad.

1. Para comenzar, nos gustaría saber **¿qué tan interesado dirías que estás en:**

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• La política local o municipal	1	2	3	4	5
• La política a nivel del Estado	1	2	3	4	5
• La política Nacional o Federal	1	2	3	4	5
• La política internacional	1	2	3	4	5

2. Ahora, vamos a hacerte una serie de preguntas. Nos gustaría que señalaras con un círculo **cuál crees que es la respuesta correcta** a cada una:

-¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República?

PRI PAN PRD OTRO No sé

-A qué partido político pertenece Pedro Joaquín Coldwell?

PRI PAN PRD OTRO No sé

-¿Qué partido tiene mayoría en la Cámara de Diputados?

PRI PAN PRD OTRO No sé

-Podrías señalarnos ¿quién es el actual Secretario de Gobernación?

Santiago Creel Alejandro Poire Jose Francisco Blake No sé

-Podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México?

15 23 31 35 No sé

-A qué partido político pertenece Manlio Fabio Beltrones:

PRI PAN PRD OTRO No sé

-¿Cuantos años dura el mandato de un Gobernador?:

6 3 5 4 No sé

-Y el mandato de los alcaldes:

2 6 3 5 No sé

-¿Cuáles son los poderes de la Nación?

Federal-Estatal- Municipal	Ejecutivo-Legislativo- Judicial	Presidente-Gobernador- Alcalde	No sé
-------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	-------

-Y, ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?

Aplicar e interpretar las leyes	Elaborar y dictar las leyes	Promulgar y ejecutar las leyes	No sé
------------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------	-------

-A qué partido político pertenece Marcelo Ebrad:

PRI PAN PRD OTRO No sé

3.- Datos generales:

Edad_____

Sexo_____

ANEXO 9

Guion para la realización de los Focus Group

Categoría: Consumo de medios, contenido político que consumen, conocimiento político, cultura política, participación política, interés en la política.

1.- ¿Nos podrían decir su nombre y que están estudiando? ¿Cuáles son sus pasatiempos?

1) Categoría: Cultura política:

¿Cuál es su primer recuerdo sobre algo relacionado con la política? (votaciones, debates, etc.)

¿Cuando eran niños cómo percibían a los candidatos, a la política?

¿Quiénes hablaban de política en su casa?

¿Qué me pueden contar?

2) Categoría: Interés en la Política:

¿Están interesados en las campañas electorales?

¿Cómo perciben las próximas elecciones?

¿Cuál es su actitud hacia el próximo evento electoral?

3) Categoría: sentimiento de eficacia:

¿Cómo creen que pueden influir en las toma de decisiones políticas?

¿Quiénes piensan que representan mejor desinterés en este momento, es decir, qué o quiénes son los que los hacen sentir de alguna manera desencantados de los procesos electorales o de la política en general?

¿Qué hace que una institución política sea cercana a ti?

4) Categoría consumo de medios:

-En el actual proceso de elecciones presidenciales, pueden decirme, de todos los medios de comunicación ¿cuál perciben como el que más les proporciona información al respecto?

-¿Cómo perciben la apertura de esos medios en el proceso electoral?

- En este momento si quieren saber cómo van las elecciones, ¿a qué medio recurren?

- ¿Qué piensan de los programas que hablan de política?

5) Categoría: Conocimiento Político:

¿Conocen a los candidatos actuales a la presidencia?

¿Qué opinan de ellos?

Y ¿qué opinan de las propuestas?

¿Les creen? ¿por qué?

¿Podrían decirme 3 cualidades del político idea para que ustedes voten por él?

6) Categoría: Participación Política:

Ahora que se han realizado muchos eventos de proselitismo electoral, ¿has asistido a uno? Si no lo han hecho preguntarles ¿por qué no? Y también el motivo que los hizo que fueran.

¿Vieron los debates?, ¿cómo percibieron a los candidatos?

Si fueran ustedes maestros y ellos alumnos presentando un examen, ¿qué calificación les podrían?

¿Alguien conoce el movimiento 132? ¿Qué opinan de él?

¿Podrían decirme una lista de las formas de participación política?

7) Cinismo político

¿Cuál es su actitud con respecto a los gobernantes que no cumplen sus promesas?

¿Vas a ir a votar?

¿Cómo crees que va a ser esta experiencia de tu primera vez votando?

¿Qué sí te haría votar y qué no?

¿Qué te influye en tu decisión?, ¿cómo la tomas?

CIERRE: En todas las elecciones hay personas que consideran mejor no ir a votar, ¿ustedes que opinan?

