



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
INSTITUTO DE CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO

**EL CONSUMO DE MEDIOS EN LA CONSTRUCCIÓN Y DEFINICIÓN DE LA
CULTURA POLÍTICA EN LOS PRE-CIUDADANOS DE LA CIUDAD DE PUEBLA EN
LA BUAP**

Tesis para obtener el grado de
Maestría en Opinión Pública y Marketing Político

Presenta:
Lic. Miguel Ángel Carral Aviña

Director de tesis:
Dr. Orlando Espinosa Santiago

Octubre de 2017

RESUMEN

Una de las más reciente líneas de investigación de la cultura política la aporta la óptica de la comunicación, principalmente desde la dimensión mediática. El análisis se centra en el estudio del fenómeno en el segmento de la población que se llama pre-ciudadanía, un conjunto de jóvenes que no rebasa los 18 años de edad, que no goza de sus derechos constitucionales como ciudadano activo y que se encuentra en un proceso de formación política gracias al contexto en el que se desenvuelve, y que estudia a partir de la recopilación de datos en las preparatorias de la BUAP en la ciudad de Puebla. Mediante un análisis estadístico se obtuvieron resultados que demuestran el uso casi exclusivo de las redes sociales en los jóvenes, el poco interés por la política que presentan, la nula identificación partidista que gozan y un pobre conocimiento político de su entorno. No obstante, en ciertos jóvenes se encontraron indicios que apuntan a la Teoría de la movilización política al presentar preferencia por los medios de comunicación escritos, conversación política y participación política, aunque esta última tendenciosa hacia el voto electoral.

PALABRAS CLAVE: Consumo de medios, cultura política, conocimiento político, Teoría de la movilización política, pre-ciudadanos.

ÍNDICE

ÍNDICE DE CUADROS.....	5
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1. Delimitación del objeto de estudio	11
1.2. Planteamiento del problema	11
1.3. Preguntas de investigación	14
1.3.1. Pregunta general de investigación.....	14
1.3.2. Preguntas específicas	14
1.4. Objetivos de investigación	14
1.4.1. Objetivo general de investigación.....	14
1.4.2. Objetivos específicos	15
1.5. Justificación de la investigación.....	15
1.6. Alcances de la investigación	17
1.7. Limitaciones de la investigación	18
CAPÍTULO II	
2. MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL	20
2.1 Democracia, una forma de gobierno ¿en crisis?.....	20
2.1.1. El camino democrático de México.....	23
2.2. El estudio de la cultura política	29
2.2.1. La cultura cívica de Almond & Verba.....	34
2.2.2. La cultura política en México	38
2.2.3. La cultura política en estudios oficiales.....	40
2.2.4. Los estudios de comunicación en la cultura política.....	49

ÍNDICE

CAPÍTULO III

3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	54
3.1. Cultura política y democracia.....	54
3.1.1. Ciudadanía y pre-ciudadanía.....	55
3.2. Cultura política, un objeto de estudio desde diferentes miradas	63
3.2.1. El concepto de cultura política.....	65
3.2.2. Conocimiento político.....	69
3.2.3. Interés por la política.....	75
3.2.4. Participación política y social	78
3.3. Socialización política, generadora de cultura política.....	80
3.3.1. Conversación política, mediadora de cultura política.....	84
3.4. El consumo de medios como fenómeno socializador.....	87
3.4.1. El nuevo escenario de medios de comunicación.....	91
3.4.2. Internet y Tecnologías de Información y Comunicación, artífices de la hipermediación	93
3.5. Las Teorías de los efectos mediáticos	101
3.5.1. Teoría del malestar mediático	102
3.5.2. Teoría de la movilización política.....	104

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO.....	107
4.1. Tipo de estudio	107
4.1.1. Método	107
4.1.2. Alcance	109
4.1.3. Tiempo de recolección de datos.....	110
4.1.4. Tipo de caso	111
4.2. Técnicas de recolección de datos	112
4.2.1. El instrumento	113
4.2.2. El cuestionario.....	114
Variables independientes.....	114
Variables dependientes	116

ÍNDICE

Variables de control.....	117
4.2.3. Muestreo.....	118
4.3. Hipótesis de investigación.....	121
CAPÍTULO V	
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	124
5.1. Validación de escalas e indicadores	124
5.2. Análisis descriptivo de la muestra.....	126
5.2.1. Consumo de medios de comunicación.....	130
5.2.2. Atención al tipo de contenido en los medios de comunicación	132
5.2.3. Conversación política interpersonal y digital.....	134
5.2.4. Interés por la política.....	136
5.2.5. Participación política y social	137
5.2.6. Conocimiento político.....	139
5.3. Análisis correlacional de la muestra.....	143
5.4. Análisis comparativo de la muestra.....	147
5.4.1. Consumo de medios de comunicación.....	148
5.4.2. Atención a contenidos de entretenimiento	149
5.4.3. Atención a contenidos de política	150
5.4.4. Conversación política interpersonal.....	151
CAPÍTULO VI	
6. CONCLUSIONES	153
REFERENCIAS.....	159
ANEXO 1. Cuestionario de aplicación.....	173

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. ¿Cuál es el medio que más usa para informarse de política?	41
CUADRO 2. ¿Los maestros en las escuelas primarias deben o no deben opinar en la casa acerca de la política?	42
CUADRO 3. Cuando usted era niño, ¿se hablaba de política en su casa?	42
CUADRO 4. ¿Qué tanto se interesa usted por la política?	43
CUADRO 5. ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en política?	44
CUADRO 6. Por lo general, cuando usted está conversando con algunas personas y estas empiezan a hablar de política, ¿qué hace usted?	45
CUADRO 7. En general, ¿qué tan interesante está usted en la política?	45
CUADRO 8. ¿Sabe usted cuanto tiempo duran los diputados federales en el cargo?	46
CUADRO 9. ¿A qué partido pertenece el actual gobernador de su estado?	46
CUADRO 10. Alumnos inscritos en el último año de educación media superior en las preparatorias de la BUAP en la ciudad de Puebla	118
CUADRO 11. Universo y muestra de los alumnos de último año de educación media superior en las preparatorias de la BUAP en la ciudad de Puebla	119
CUADRO 12. Variable de control. Edad de la muestra	126
CUADRO 13. Variable de control. Sexo de la muestra	127
CUADRO 14. Variable de control. Educación básica en la que estudió la muestra	127
CUADRO 15. Variable de control. Área de estudio de la carrera que quiere estudiar la muestra	128
CUADRO 16. Variable de control. Identificación partidista y posición ideológica de la muestra	128
CUADRO 17. Variable independiente. Nivel de consumo de medios de comunicación de la muestra	130
CUADRO 18. Variable independiente. Atención al tipo de contenido que consume la muestra	132

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 19. Variable independiente. Nivel de conversación política de la muestra.....	134
CUADRO 20. Variable dependiente. Nivel de interés por la política de la muestra.....	136
CUADRO 21. Variable dependiente. Participación política y social de la muestra durante su estancia en la BUAP	137
CUADRO 22. Variable dependiente. Expectativa de participación política cuando la muestra sea legalmente ciudadana.....	138
CUADRO 23. Variable dependiente. Calificación de respuestas correctas para el conocimiento político de la muestra	139
CUADRO 24. Variable dependiente. Conocimiento político de la muestra	141
CUADRO 25. Correlaciones bivariadas entre las variables de estudio.....	144
CUADRO 26. Comparación entre los datos encontrados en Puebla y Monterrey para el consumo de medios de comunicación.....	149
CUADRO 27. Comparación entre los datos encontrados en Puebla y Monterrey para la atención a contenidos de entretenimiento	149
CUADRO 28. Comparación entre los datos encontrados en Puebla y Monterrey para la atención a contenidos de política	150
CUADRO 29. Comparación entre los datos encontrados en Puebla y Monterrey para la conversación política interpersonal.....	151

INTRODUCCIÓN

El año 2000 marcó un parteaguas en la historia política de México al dar por terminados 70 años de hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en la Presidencia de la República, dando inicio a una nueva época en la democracia que tenía el país.

La llegada del Partido Acción Nacional (PAN) y de Vicente Fox al Poder Ejecutivo Federal, como la primera, y hasta el momento, la única fuerza de oposición que lo ha conseguido no fue un golpe de suerte, sino un camino bien recorrido como lo documentan Merino (2003) y Woldenberg (2003) al recuperar puntos como la Reforma Electoral de 1977, las derrotas electorales paulatinas del PRI en la provincia, y principalmente, la aceptación del fracaso del mismo PRI en 2000.

Este nuevo panorama democrático otorgó al ciudadano mexicano un incentivo para interesarse por la vida política, sin embargo, todo cambió con la elección federal de 2006 y el cuestionable proceso que encumbró a Felipe Calderón como el segundo presidente panista de México.

El escenario no mejoró mucho con el regreso del PRI a Los Pinos de la mano de Enrique Peña Nieto, un evento que incluso para algunos se consideró como una vuelta al régimen autoritario del siglo XX. Además, la caída en la credibilidad del entonces Instituto Federal Electoral (IFE) no ayudó a la validación de ambas elecciones, 2006 y 2012 (Espinosa & Figueras, 2014).

INTRODUCCIÓN

No se puede negar que en los últimos 20 años, el país ha tenido un avance democrático considerable, sin embargo, esta evolución política del sistema mexicano parece no estar en concordancia con la cultura política del ciudadano nacional relegándose a aquellas actitudes políticas autoritarias del siglo pasado (Duarte & Jaramillo, 2009; Cuna, 2012; Del Tronco).

En esta línea, Duarte & Jaramillo (2009) resaltan como el Gobierno Federal suspendió la aplicación de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup) porque quizá demostraba cómo estos indicadores políticos no progresaban y decaían en el mexicano.

No obstante, el estudio de la cultura política no se detenido, e incluso se nutre desde la perspectiva de diferentes áreas de las ciencias sociales, siendo una de ellas la comunicación. El avance que han tenido los medios de comunicación en los últimos años, aunado al apogeo de nuevas plataformas digitales, ofrecen un escenario rico en información en el que las barreras que existían antes entre políticos y ciudadanos se han minimizado.

La presente investigación pretende estudiar el fenómeno de la cultura política desde la perspectiva comunicación agregando un jugador indispensable en esta nueva configuración mediática: los jóvenes, muy en concreto, los pre-ciudadanos, aquellos individuos que se encuentran en un proceso de formación política que están a la espera de pasar a formar activamente a esa ciudadanía que decide el destino del país (Saldierna *et al.*, 2015).

De igual forma, luego de una revisión de la literatura especializada, la presente tesis busca probar el alcance de la teoría y de estudios previo en el contexto poblano local, en particular, en los pre-ciudadanos dentro de la universidad pública estatal del estado.

INTRODUCCIÓN

Para lograr el objetivo, el siguiente trabajo de investigación se estructuró en seis capítulos que aportan a la problemática de estudio, desde el asentamiento de la base literaria a través del contexto y la teoría, hasta los resultados obtenidos mediante la recolección de datos propios que se llevó a cabo.

En el CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA se presenta el diseño de la investigación, con las inquietudes y objetivos que se buscan alcanzar, así como los alcances y las limitaciones que se deben considerar del trabajo.

En el CAPÍTULO II. MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL se presenta el panorama de la democracia como el sistema de gobierno al que alimenta una cultura política y en su forma para saber si se encuentra en crisis actualmente, así como a la historia política-democrática. De igual forma, se analizan los estudios que se han realizado dentro de la temática, desde la cultura cívica de Almond & Verba así como las investigaciones en el contexto mexicano y por supuesto, los análisis realizados en la cultura política desde el campo de la comunicación política.

En el CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL se presentan las nociones que definen las variables que involucran a la presente investigación, la cultura política misma y la democracia, al igual que los indicadores de la cultura política que se toman en cuenta en el trabajo –conocimiento político, interés político y participación política. Se define la socialización política y su relación con la conversación política, el escenario de medios de comunicación actual y los paradigmas que explican el fenómeno como lo son la Teoría del malestar mediático y la Teoría de la movilización política.

En el CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO se presenta el proceso que se siguió para la recolección de los datos cuantitativos en los que se sustenta el trabajo en cuestión.

INTRODUCCIÓN

Igualmente, se define la operacionalización de las variables incluidas en la presente tesis, la técnica de muestreo utilizada y se despliegan algunas hipótesis de trabajo a poner a prueba.

En el CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS se examinan los datos recabados mediante el software especializado PASW Statistics (SPSS), con lo que se encuentran derivaciones e inferencias de relevancia para el tema de investigación mediante las variables de investigación y su implicación con estudios previos.

Finalmente, en el CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES se presentan las reflexiones que procedieron del trabajo de investigación en su integralidad, con una agenda que se debe seguir para continuar aportando al fondo de la cultura política y la comunicación política en México.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Delimitación del objeto de estudio

El estudio de la cultura política comprende una importante cantidad de variables a considerar, sin embargo, para esta investigación, se valoran el conocimiento político, el interés por la política, y la participación política y social.

Bajo esta línea, el avance democrático que ha tenido México en las últimas dos décadas no refleja el compromiso ciudadano que debería presentarse ante este progreso, por lo que se enfoca el estado de la cultura política en las variables ya mencionadas hacia el público de los jóvenes, en específico aquellos que están por entrar en la vida política del país, definidos como pre-ciudadanos.

1.2. Planteamiento del problema

En la actualidad política de México existe una contradicción en la evolución de la democracia nacional y la prevalencia de una cultura política autoritaria (Hernández, 2008; Flores, 2012), lo cual se ve reflejado en los resultados de los estudios de cultura política que demuestran el estancamiento del interés ciudadano respecto a la política.

Uno de estos estudios es la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup), realizada por la Secretaría de Gobernación (Segob) de 2001 a 2012, misma que ha sido discontinuado por el gobierno mexicano. Duarte & Jaramillo (2009) establecen que

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

se canceló la Encup porque “tal vez hubiese reflejado una caída en aquellos indicadores relacionados con la satisfacción de la democracia en el país y con la confianza en las instituciones del Estado” (p. 163).

Ante esta ausencia de la Encup como un estudio oficial del gobierno para indagar en la cultura política surge la necesidad de profundizar en investigaciones sobre cultura política, requerimiento que ahora recae sobre los centros universitarios y en investigadores interesados en el tema.

En esta línea, Inglehart (1988) hace un especial énfasis en que se debe abordar el estudio de la cultura política tomando en cuenta la existencia de diferencias interculturales entre los mismos integrantes de una sociedad, discrepancias que son más notorias en los jóvenes. Un exhorto similar la hace Dalton (1984) al invitar a explorar las evidencias de cambio en la cultura política de los ciudadanos (citado por Brussino & Rabbia, 2007).

En su estudio, Cuna (2012) identifica a los jóvenes como demócratas insatisfechos, un punto de vista grave si se reflexiona que este nicho poblacional posee una responsabilidad fundamental para el futuro de la democracia en cualquier país. De igual forma, Gangas (2006) encuentra “que la relación entre los jóvenes y la política es sin duda más compleja que con cualquier otro grupo etario” (citado por Caro *et al.*, 2011).

De acuerdo a la Organización de la Naciones Unidas (ONU, 2017), los jóvenes son el conjunto de la población que se encuentra dentro del rango de los 15 a los 24 años de edad. Al tomar esta conceptualización de la juventud, según el Inegi (2015), el 17.9 por ciento de la población mexicana está dentro de esta categorización, lo que equivaldría a más de 21 millones de jóvenes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Rodríguez & Muñiz (2009) llaman la atención al asegurar que “México es un país que requiere prestar mayor atención a la formación de la cultura política de sus ciudadanos” (p. 100), lo que va en línea con la afirmación de Muñiz & Maldonado (2011) de ampliar la línea de investigación al segmento joven de la población mexicana.

Además, desde una perspectiva del consumo cultural, Sunkel (2002) se cuestiona sobre la nueva configuración mediática y el desordenamiento cultural que se hace presente en los jóvenes de hoy en día y sus nuevas mediaciones comunicativas, lo cual repercute en la formación de una cultura política.

A partir de esta premisa, resalta la necesidad de conocer el consumo mediático de los jóvenes en el nuevo escenario de medios que se ha consolidado en el siglo XXI. Además, no solo los medios colaboran en el proceso de socialización política del individuo, también la relación con la familia y la escuela repercute, principalmente en la infancia.

A diferencia de autores como Nateras (2007) y Rodríguez & Muñiz (2009), quien han estudiado el fenómeno en los niños, la presente investigación se preocupa por conocer este proceso en un sector más grande en cuanto edad: el pre-ciudadano, aquel que todavía no es reconocido legalmente como ciudadano pero que ya cuenta con edad suficiente para conocer su entorno político (Saldierna *et al.*, 2015).

La presente investigación no solo relaciona el consumo de medios con las variables de conocimiento, interés y participación política, sino también, gracias a la revisión de la literatura especializada, se incorporan los tipos de contenidos y la conversación política.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.3. Preguntas de investigación

1.3.1. Pregunta general de investigación

- ¿En qué medida el nuevo escenario de medios de comunicación influye en los pre-ciudadanos para el desarrollo de su cultura política?

1.3.2. Preguntas específicas

- ¿Qué impacto tienen los medios de comunicación digitales frente a otras variables que integran la cultura política de pre-ciudadanos?
- Al igual que se comprobó en la literatura revisada, ¿la conversación política interpersonal sigue dominando a la conversación política digital?
- ¿En qué medida las Teorías de movilización política y de malestar mediático explican el comportamiento de los pre-ciudadanos?
- ¿Cuáles son los niveles de conocimiento político que manejan los pre-ciudadanos?

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general de investigación

- Conocer la forma en que el pre-ciudadano construye su cultura política a partir de su consumo de medios de comunicación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar si son los medios de comunicación o factores como la conversación política los que poseen mayor peso a la hora de configurar el conocimiento político.
- Comprobar si los pre-ciudadanos que conversan políticamente tienen una mayor tendencia a participar políticamente.
- Averiguar si los pre-ciudadanos aprovechan los medios de comunicación para satisfacer necesidades de entretenimiento o de información política.

1.5. Justificación de la investigación

Los estudios de cultura política en México han proliferado en las últimas dos décadas a la par del avance democrático que ha tenido el país, además de que iniciativas como la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup) y propuestas internacionales como Latinobarómetro y la Encuesta Mundial de Valores, ofrecen datos valiosos para complementar los estudios en esta rama de la ciencia política y social (Cuna, 2012).

La investigación de la cultura política se ha enfocado en los jóvenes en los últimos años (Cuna, 2012), sin embargo, en su mayoría, se han contemplado a los jóvenes ya en el pleno ejercicio de sus derechos políticos, dejando de lado a los pre-ciudadanos que están a punto de entrar en esta vida.

Uno de los promotores de la exploración de la cultura política en los pre-ciudadanos es Carlos Muñiz, quien en sus diferentes trabajos ha impulsado e invitado a indagar en estos sujetos de estudio (Muñiz & Maldonado, 2011; Muñiz, 2012a; Muñiz, 2012b; Saldierna *et al.*, 2015;

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Leyva *et al.*, 2016). A su vez, de esta variedad de trabajos es de donde se toma el modelo para aplicar en esta investigación.

La investigación de Muñiz se ha desarrollado en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, por lo que los estudios de cultura política en pre-ciudadanos son inexistentes en la zona centro y sur de México, y por ende, se desconoce el alcance de estas proposiciones en otros contextos.

De igual forma, la necesidad de estudiar la cultura política en este grupo poblacional se sustenta en que estos jóvenes nacieron inmersos en el avance democrático y político que ha visto la historia reciente del país (Díaz & Muñiz, 2017), por lo que en teoría deberían estar adentrados y motivados por las transformaciones democráticas que ha vivido México durante los últimos 20 años, mismas que no se encuentran tan presentes en la ciudadanía general (Hernández, 2008).

Ante esta área de oportunidad, el Cuerpo Académico en Opinión Pública y Cultura Cívica del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico (ICGDE) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) busca aprovechar esta opción a estudiar y abordar el tema de la cultura política y la pre-ciudadanía.

Esta investigación busca ser el primer estudio de una agenda de trabajo sobre el estudio de la cultura política, por lo que en un momento inicial aborda el tema en los pre-ciudadanos de la BUAP dentro de la ciudad de Puebla, para después apuntalar los esfuerzos a los centros de estudio públicos y privados de la ciudad, área metropolitana de la ciudad de Puebla y el estado de Puebla.

Asimismo, se justifica la elección de los pre-ciudadanos de la BUAP dentro de la ciudad de Puebla con la base de que los estudios previos se han realizado de forma más amplia en

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ciudades, por lo que realizar una primera observación en un contexto más reducido posibilita el lograr una primera fotografía del problema para mejorar el procedimiento para futuros casos. De igual forma, con Muñiz habiendo realizado el estudio en el contexto de Monterrey, trasladar el caso a la ciudad de Puebla da la opción de comparar ciudades equiparables en la República Mexicana, siendo ambas algunas de las más pobladas, de contextos políticos similares, y con aportes a la economía de gran peso.

1.6. Alcances de la investigación

Al partir del modelo propuesto por Muñiz (2012a) se busca observar cómo se configura el contexto juvenil en el centro del país, en específico en la ciudad de Puebla, al contar con coyunturas distintas de las que prevalecen en el norte de la República Mexicana.

La presente investigación también tiene como finalidad brindar una mirada más al estado de la cultura política durante esta segunda alternancia política que vive el país dentro del Gobierno Federal, y aprovechar los estudios previos sobre el tema para observar la tendencia de la cultura política que podría presentar a corto plazo.

De igual forma, como Muñiz & Maldonado (2011) señalan, es necesaria la ampliación de la investigación científica en el campo de la comunicación política, dentro de lo cual se adentra este trabajo y representa un punto de partida y de comparación por lo hecho por los autores en el norte del país.

Finalmente, la presente investigación aporta información y datos de calidad, tanto desde la perspectiva comunicativa de los medios como del pensamiento juvenil del pre-ciudadano que

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

se alista para participar en el proceso electoral de 2018 en el que se renovará la Presidencia de la República, en un panorama que podría dar pauta a una nueva alternancia en la que el voto juvenil será primordial para los candidatos que lleguen a postularse.

1.7. Limitaciones de la investigación

Una restricción del estudio presentado es que la valoración de los resultados solamente aplica para el contexto urbano de la ciudad de Puebla, el cual, se podría dar por hecho, es muy distinto al de otros municipios del estado.

A su vez, el enfocar la investigación a los pre-ciudadanos inscritos en programas de educación media superior ofrece una mirada a un segmento de la población privilegiado, dejando de lado aquellos jóvenes que no tienen acceso a una educación más profunda de la que se contempla como derecho constitucional. Este punto se incrementa al ser solamente pre-ciudadanos inscritos en la BUAP, dejando de lado a los demás que estudian en preparatorias o bachilleratos públicos y privados de la misma ciudad de Puebla.

De igual forma, al contemplar a los pre-ciudadanos también se sesga el resultado a este grupo poblacional, ignorando el pensamiento de los demás jóvenes dentro del rango de edad reconocido por la ONU, mismos que ya están dentro de una educación universitaria.

Una limitación más de la presente investigación es que dentro de su metodología solamente se contempla un estilo de índole cuantitativo, lo cual si se toma en cuenta la aportación de Lijphart (1971) sobre realizar estudios científicos sociales con métodos

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

experimental, estadístico y comparativo, se tienen resultados desde una óptica simple y no integral como lo sería un estudio mixto.

Sin embargo, todas estas son áreas de oportunidad para futuros estudios que a su vez complementarían los aportes brindados por la presente investigación, desde poder contemplar sujetos de estudios en un espacio geográfico más amplio, por ejemplo la zona metropolitana de Puebla o el mismo estado de Puebla, incluir alumnos dentro de una educación privada, hasta aprovechar los beneficios de estudios mixtos que contemplen métodos cuantitativos y cualitativos para tener una visión más completa del problema.

2. MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

2.1. Democracia, una forma de gobierno ¿en crisis?

Desde las últimas décadas del siglo XX, en coincidencia con la caída del comunismo, la democracia encontró una consolidación como la forma de gobierno predilecta en varias latitudes del mundo (Catterberg & Moreno, 2005; Coutiño, 2011) al ofrecerle a las distintas sociedades que adoptaron este modelo derechos formales en una relación asociante en la que ambas partes, tanto gobernantes como gobernados, en teoría, debieran salir beneficiados unos de los otros (Inglehart & Welzel, 2003).

Contrario a lo imaginado por Catterberg & Moreno (2005), la expansión de la democracia en el mundo ha estado acompañada de una disminución en la confianza del pueblo hacia esta forma de gobierno, lo cual promueve estudiar el porqué de esta situación y cuáles son las razones que afectan el desarrollo de la democracia, un fenómeno que también ha identificado García Trejo (2013).

Dentro de la teoría de la democracia de Morlino (2007) se señala que para que un gobierno pueda ser considerado democrático tiene que cubrir requerimientos mínimos como voto universal, elecciones libres, opciones partidistas y diferentes unas de otras, y alternativas en fuentes de información, requisitos que también comparten autores como Hernández (2008) y Muñiz (2012a; 2012b). De igual forma, el autor escribe que una buena democracia es aquella en la que sus ciudadanos están plenamente satisfechos con el accionar del régimen.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

En este sentido, Muñiz (2012b) señala que la democracia debe contar con ciudadanos que participen libremente y que fomenten procesos de conversación con sus gobiernos, características que se acercan más con la democracia deliberativa.

En esta línea, para el caso latinoamericano, Cuna (2012) y Del Tronco (2012) resaltan la falta de confianza en la sociedad con sus gobiernos al retomar resultados de estudios como Latinobarómetro, la Encuesta Mundial de Valores y el informe La Democracia en América Latina del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Por ejemplo, Latinobarómetro (2016) recupera que la confianza en los gobiernos de Latinoamérica cayó respecto a 2015 del 33 por ciento al 28 por ciento. La baja confianza que tienen los ciudadanos con sus gobiernos es congruente con otros indicadores de confianza en las instituciones. La confianza en el poder judicial bajó del 30 por ciento al 26 por ciento; en el congreso descendió del 27 por ciento al 25 por ciento, y en los partidos políticos cayó del 20 por ciento al 17 por ciento.

Sobre los gobiernos que no cumplen alguno de los puntos que recupera, Morlino (2007) invita a estudiar y detallar el recorrido de la democracia dentro del contexto del país, una postura que comparte Gutiérrez (1996) al exhortar en ahondar en la cultura política a partir del análisis de las determinaciones históricas que han influido a lo largo de los años.

Precisamente, el estudio de la cultura política se dirige hacia este fin, indagar en las diferentes variables en las que un individuo pueda tener una opinión sobre el gobierno en el que vive, como lo demuestra la metodología que siguen las investigaciones y su división en variables como el conocimiento, interés, participación, confianza, entre otras.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Bajo este precepto, esta investigación recupera la historia del país, así como estudios sobre cultura política que se han realizado en México. Estos puntos se desarrollarán de mejor forma en los siguientes subtítulos del presente capítulo.

A su vez, autores como Muñiz (2012a) complementan el ideal de una democracia con la solicitud de “instituciones estables y un sistema político asentado que permita la alternancia en el poder entre las diferentes opciones políticas” (pp. 56-57), además de requerir de una sociedad civil activa y participativa que no solamente se manifiesta con el ejercicio del voto.

Desafortunadamente, contra este postulado de una democracia de calidad, como la nombra Morlino (2007), atentan factores autoritarios como lo son “comportamientos, reglas, relaciones, situaciones sociales y políticas, pero también normas, procedimientos e instituciones” (p. 10), los cuales pueden prevalecer en el gobierno democrático como parte de la herencia del régimen autoritario en su intento de reforzar su ideología.

Jorge & Miró (2011) afirman que a pesar de que en los últimos años se dio una tercera ola democratizadora, fenómeno que trata Samuel Huntington en su libro de 1991, *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*, muchos de estos nuevos regímenes no alcanzan las necesidades para ser consideradas como una democracia consolidada.

Por su parte, García Clarck (2001) asevera que esta tercera ola democratizadora, en la que América Latina estuvo incluida, impulsó el estudio de la cultura política para saber cómo se representaba el cambio del tipo de gobierno en el pensamiento del ciudadano.

Bajo esta línea, Duarte & Jaramillo (2009) afirman que “estamos en medio de un proceso de democratización” en el que es de vital importancia estudiar el comportamiento político de los

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

ciudadanos, ya que “todo proceso de democratización implica (...) transformaciones en otros aspectos de la vida social, particularmente en el ámbito de la cultura” (pp. 139-140).

En resumen, a pesar de que la democracia ha proliferado en varios países del mundo desde mediados del siglo XX, solamente se ha logrado consolidar como el sistema de gobierno, más no en toda su plenitud teniendo como base al ciudadano, el cual se muestra en muchas ocasiones apático. En este punto entra el estudio de la cultura política, para ahondar en lo que el ciudadano piensa sobre cada una de las actitudes políticas que la integran.

2.1.1. El camino democrático de México

El caso de México como país democrático es particularmente interesante, pues a pesar de que la nación se considera como una república democrática, representativa y federal, varios estudios tomaron en cuenta a la nación como un gobierno de tinte autoritario y hasta dictatorial durante el siglo XX (Booth & Seligson, 1984; Inglehart, 1988; Catterberg & Moreno, 2005; García García, 2011).

En el México posrevolucionario, la celebración de elecciones fue constante, sin embargo, la supremacía del partido hegemónico y su influencia en los procesos electorales no hacían más que validar resultados a su favor, motivo por el que se considera que el país adoptó las características de un régimen autoritario (Booth & Seligson, 1984) que permitió disfrazar al sistema político mexicano en un discurso de prácticas democráticas cuando no lo era (Durand, 2004; Aruguete & Muñiz, 2012).

No fue sino hasta finales de los años sesenta cuando el régimen político mexicano vivió sus primeros momentos de turbulencia gracias a “un sector de la sociedad caracterizado por un

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

nivel de instrucción muy por encima del promedio, los estudiantes de bachillerato y de universidad” (Duarte & Jaramillo, 2009: 159), periodo por el cual el Estado mexicano entró en profundo deterioro, según palabras de González Casanova (2002; citado en Duarte & Jaramillo, 2009). Loaeza (1994; citado por García García, 2011) también identifica este punto en la historia como inflexión en el cambio de comportamiento en los ciudadanos en el país, permuta impulsada por los jóvenes.

Retomando a Duarte & Jaramillo (2009), al mencionar como los estudiantes de finales de los sesenta se sublevaron al régimen autoritario, aquí radica la importancia sobre que el sujeto de estudio sean los pre-ciudadanos, pues aquellos jóvenes de los sesenta tuvieron que tener detonantes en su formación infantil que los orillaran a no estar de acuerdo con lo que vivían.

A partir de este momento y con ayuda de las reformas electorales que llegarían en su momento, el régimen político mexicano vio como la oposición, poco a poco, comenzaba a tomar partida en el juego político del país hasta llegar a su momento cumbre: la elección presidencial de 1988, en la que el candidato oficial ganó los comicios resultado de un cuestionado proceso electoral (Duarte & Jaramillo, 2009; Pareja, 2011; Aruguete & Muñiz, 2012; Cuna, 2012). Este mismo acontecimiento político es el que señala Pareja (2012) como uno de los detonantes para comenzar con un estudio más riguroso y formal no solo de la cultura política como tal, sino de todo el fenómeno que implica la comunicación política.

Sin embargo, no fue sino hasta el año 2000 que se comenzó a hablar de una consolidación democrática en el país (Merino, 2003; Woldenberg, 2003; Duarte & Jaramillo, 2009), momento en el que un candidato opositor se alzó con el triunfo en las elecciones para Presidente de la República. Esta derrota del Partido Revolucionario Institucional (PRI) terminó por demostrar el

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

debilitamiento político que la fuerza partidista empezó a vivir desde finales de los ochenta (Catterberg & Moreno, 2005; Aruguete & Muñiz, 2012).

De acuerdo a Del Tronco (2012), “México ingresó al conjunto de países regidos por un gobierno surgido de elecciones limpias, libres y competidas por primera vez en su larga historia” (p. 230) gracias a la victoria de Vicente Fox, candidato del otrora opositor Partido Acción Nacional (PAN), fenómeno que se volvió objeto de estudio a inicios del siglo XXI.

Woldenberg (2003) calificó a este proceso democrático como un hito histórico tanto por su duración, de aproximadamente dos décadas, como por la escala nacional que alcanzó, ya que los primeros síntomas se dieron en municipios y en estados alejados del centro del país, es decir, de la periferia al centro y de abajo hacia arriba, lo que demostró la existencia de la democracia en México.

Por su parte, Merino (2003) explicó que la transición democrática había cerrado un ciclo, y un nuevo paso estaba por comenzar: el de su consolidación, un proceso que también mencionan Flores & Meyenberg (2000). No obstante, el autor resumió la transición democrática de México en tres puntos:

1. Una transición votada, causa que se obtuvo gracias al reconocimiento de los partidos políticos como entidades públicas y su arranque en la representación proporcional en el Congreso de la Unión, así como las victorias que la oposición comenzó a tener en gobiernos municipales y estatales.
2. Una transición basada en la apertura, cuyo principio radicó en el proceso de reformas electorales que fueron alejando paulatinamente al partido hegemónico por la vía democrática y no por la violencia como en otras naciones latinoamericanas. Además, el

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

PRI, a pesar de que quedó fuera del Poder Ejecutivo Federal y perdió la mayoría en el Poder Legislativo Federal, se alzó como el partido de oposición más grande que haya tenido México en su historia.

3. Una transición que recupera el pasado, ya que las instituciones propuestas por la Constitución Política promulgada en 1917 fueron rescatadas por la vía ciudadana y apartadas del partido hegemónico que las aprovechó para su supremacía.

Espinosa & Figueras (2014) recuperan un dato que refleja el buen momento que vivía la democracia en México al inicio de la década pasada: el entonces Instituto Federal Electoral (IFE), actualmente Instituto Nacional Electoral (INE), era una de las organizaciones con mayor credibilidad en el ámbito político, mientras que en la última aplicación de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup) en 2012, el IFE apenas era aprobado por la ciudadanía con un 5.5 de calificación en una escala de 10 puntos (Segob, 2014).

A la alternancia celebrada en 2000 le siguió su renovación en 2006 en un proceso electoral cuestionado tanto por académicos como por la sociedad en general, lo que atentó contra la credibilidad del mencionado IFE, y consigo, contra la democracia que se había obtenido en la alternancia de hace seis años (Aruguete & Muñiz, 2012).

Sobre el tema, Duarte & Jaramillo (2009) afirman que:

“...la alternancia alcanzada en el 2000 no cumplió siquiera con las mínimas expectativas que despertó. Fue incapaz de garantizar al menos los derechos civiles y políticos de todos los mexicanos, condición indispensable para avanzar en la consolidación democrática” (Duarte & Jaramillo, 2009: 162-163).

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Las elecciones presidenciales de 2006 fueron alarmantes por varios motivos, pero quizá la razón principal fue el cuestionamiento de imparcialidad que se le hizo al IFE y al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), instituciones que en teoría debieron velar por el juego limpio en los comicios. Además, la neutralidad del Poder Ejecutivo Federal se puso en duda y del discurso del candidato que resultó perdedor de este proceso electoral proliferó. Todos estos aspectos fueron transmitidos a la audiencia por los medios de comunicación masiva, por lo que la sociedad se impregnó de este ambiente tenso y negativo dañando el avance democrático que había tenido el país (Pareja, 2011).

Incluso, otros seis años más tarde, en 2012, se habló de un regreso al régimen autoritario que se vivió en el siglo XX cuando el PRI, de la mano de Enrique Peña Nieto, recuperó la Presidencia de la República (Espinosa & Figueras, 2014). Este panorama no favoreció al ciudadano, temeroso de que las viejas prácticas del PRI volvieran a materializarse.

En este sentido, Schatz (2000) explica que la transición democrática de México se enfrentó a la cultura política autoritaria que prevalecía en sus ciudadanos, que conjugado con la coyuntura económica de finales de la década pasada, fue la razón por la democratización en México fue inhibida y retardada (citado por Del Tronco, 2012).

Al respecto, Ai Camp (1999; citado por García Clarck, 2001) rescata que el mexicano espera que la democracia mejore su nivel de vida, por lo que de fallar en el “cumplimiento de las expectativas de los ciudadanos, reforzaran sus creencias antidemocráticas” (p. 8). A esto se enfrentó la presidencia de Felipe Calderón, pues a mediados de su mandato estalló la crisis económica de 2008-2009, impidiendo, de una manera, presentar avances en un tema que es puntual para la sociedad mexicana.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

El regreso del PRI a la Presidencia de la República bien pudo revivir los temores de antaño impidiendo el avance que la democracia logró con la alternancia en el poder, algo que Cuna (2012) señala como la vuelta de una incertidumbre en temas económicos, políticos y sociales que afectan la percepción del mexicano y atentan con su cultura política.

Dentro de su análisis de los resultados de las elecciones presidenciales de 2012, Espinosa & Figueras (2014) acuerdan que a manera de retrospectiva, la ciudadanía que votó se mantuvo dentro de un porcentaje del 20 y 40 puntos, por lo tanto, y al no haber incremento en este número, los que votaron solamente cambiaron el partido por el que lo habían hecho anteriormente, sinónimo de una insatisfacción ante el gobierno saliente y para lo que aprovecharon su capacidad de voto para castigar.

No obstante, ante todo, el mexicano ha asegurado que prefiere la democracia por sobre otro tipo de régimen de gobierno, aunque está consciente de que ese modelo tiene fallos que vienen tanto del interior como del exterior (García Clarck, 2001). Esta afirmación también se sustenta en los resultados de la Encup (2014), ya que en su última aplicación en 2012, el 58 por ciento de los mexicanos afirmó que *La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno*.

La ciudadanía mexicana quedó decepcionada de los procesos electorales de 2006 y 2012 después de que observaron en 2000 que sí se puede elegir un gobierno diferente. Sin embargo, que en 2006 el mismo sistema haya aprovechado su poder para mantenerse en el mismo dejó a la sociedad desamparada atentando en su cultura política y optando por no mejorar si la élite política no evoluciona.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Un ejemplo más cercano de ello es la ola de gobernadores jóvenes que han dejado vacías las arcas públicas para enriquecerse ilícitamente, destapando la corrupción actual de México, y en la que el ciudadano poco puede hacer para defenderse.

2.2. El estudio de la cultura política

El origen del estudio de la cultura política tuvo lugar en el periodo de la posguerra a partir de los años cincuenta cuando el gobierno de Estados Unidos se interesó en conocer las actitudes políticas de los países que consideraba tanto aliados como amenazas (Hernández & Mendieta, 2011). A diferencia de la primera mitad del siglo XX, los investigadores comenzaron a valerse de disciplinas como la sociología y la psicología para abonar a esta corriente.

Duarte & Jaramillo (2009) complementan esta idea de estudiar la cultura política para comprender el ideal de los individuos que subyace sobre su comportamiento y entendimiento político, así como de su percepción del gobierno en turno (Peschard, 2001).

El carácter interdisciplinario del campo de la cultura política aporta un entendimiento de la vida política fundamental para el investigador, y aunque su estilo conductista con el que nació es el que ha prevalecido a lo largo de los años, nuevas miradas desde aspectos más alternativos han tomado fuerza recientemente.

Una muestra de ello son los perfiles de los investigadores que han indagado la cultura política, pues encontramos desde comunicólogos (Muñiz 2012a, 2012b; Pareja, 2012, 2013), politólogos (Moreno, 2003; Cuna, 2012; Del Tronco, 2012), psicólogos (Brussino, Sorribas &

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Medrano, 2008), antropólogos (Rodríguez Domínguez, 2012; Tejera, 2006) y hasta filósofos (Krotz, 1996).

El caso de este último autor, Esteban Krotz, es interesante porque a la par de ser uno de los primeros estudiosos en México sobre la cultura política, en su obra *El estudio de la cultura política en Mexico: perspectivas disciplinarias y actores políticos* de 1996, ofrece un espacio para que se presente el análisis de la cultura política a través de múltiples miradas. Autores como González (1996), Gutiérrez (1996) y Varela (1996) ahondan en la cultura política desde psicología, sociología y antropología, respectivamente; Alonso (1996) y Sánchez (1996) realizan sus observaciones desde los sujetos de estudio, los partidos políticos y los niños, respectivamente; y finalmente el propio Krotz (1996) y De la Peña (1996) hacen un análisis del estado del arte y de la metodología, respectivamente, en los estudios de cultura política.

De manera más reciente, Fabiola Coutiño coordinó en 2011 el libro *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México*, en el que analizó el estado de este tema como objeto de investigación. Este texto brinda una visión del por qué estudiar la cultura política (Coutiño & Luengas, 2011), cómo y en dónde se ha estudiado el tema en México (García García, 2011; Hernández & Mendieta, 2011), su metodología a través de la encuesta (Sánchez Espinoza, 2011), la importancia del civismo con la cultura política (Cózatl, 2011) y teniendo en cuenta a la mujer como sujeto de estudio (Argüelles, 2011).

A su vez, este carácter de interdisciplinariedad en el estudio de la cultura política está caracterizado por la herencia de ciertas variables desde otras ciencias. Por ejemplo, Brussino & Rabbia (2007) señalan que el conocimiento político y el interés por la política vienen de la

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

psicología, y hay otras como el consumo de medios que se relacionan con la comunicación y la sociología.

No obstante, el nacimiento conductista y funcionalista del estudio de la cultura política es fuerte hasta la actualidad, pues como Coutiño (2011) afirma, esta corriente ha estado presente en el estudio del problema a lo largo de cinco décadas. Esto se debe a que los promotores del campo, Gabriel Almond y Sidney Verba, y a su título de 1963 *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, “marcaron uno de los momentos de mayor discusión e innovación en la disciplina” (López, 2008: 172), y promovieron una herramienta para la comparación de los aspectos políticos de las naciones que siempre buscó la ciencia política (Lehman, 1972).

También es importante mencionar que la evidencia empírica de la influencia del consumo de medios de comunicación en la formación de la cultura política está presente en diferentes trabajos, y principalmente en los públicos jóvenes como los pre-ciudadanos.

En México están los trabajos de Muñiz (2012a, 2012b) y sus colaboraciones (Muñiz & Maldonado, 2011; Saldierna, Marañón & Muñiz, 2015; Leyva, Muñiz & Flores, 2016). A su vez, Cuna (2012) y Del Tronco (2012) han estudiado el fenómeno en sectores juveniles de mayor edad, mientras que Nateras (2007) y Rodríguez & Muñiz (2009) hicieron lo propio en los niveles de primaria y secundaria en la Ciudad de México para el primer caso, y en primarias de Monterrey en el segundo caso.

En España se encuentran Schreiber & García Luengo (2004) y García Luengo (2005) como promotores de los estudios entre cultura política y medios de comunicación, mientras en Argentina, desde el perfil de la psicología política, se relacionan el consumo de medios e

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

indicadores como el conocimiento político y el interés por la política (Brussino & Rabbia, 2007; Brussino *et al.*, 2008; Caro, Pivatto, Quinteros, Sema & Torrejón, 2011).

Entre otros ejemplos se encuentran a Holtz-Bacha (1990), quien halló una disminución en la desconfianza política de los sujetos si el individuo se informaba desde la prensa escrita, contrario a lo observado en la gente que consumía preferentemente televisión, en donde los contenidos de entretenimientos tenían más predilección que las informaciones políticas (citado por Muñiz & Maldonado, 2011).

Los hallazgos de Newton (1999) se ubican en esta misma línea cuando analizó los datos que extrajo de la Encuesta Británica de Actitudes Sociales de 1996, al evidenciar que los ciudadanos que presentaban hábitos de consumir la prensa escrita y televisión para informarse políticamente tenían una mejor percepción de asuntos políticos y participaban activamente.

Asimismo, Rojas (2006) encontró que en lo general, el aprovechamiento de los medios de comunicación para un uso informativo influye de forma positiva en variables como sentimientos de eficacia, conocimiento político y participación cívica. De igual forma, el autor halló que la conversación política tiene un efecto similar al de los medios de comunicación para la cultura política.

En su trabajo de investigación, Echeverría & Garay (2011) recopilan resultados de varios trabajos con los que concluyen que el nivel de información política en los jóvenes es escaso, resultado de que usan a la televisión como principal fuente, soporte en el que los contenidos de entretenimiento sobresalen por sobre los demás.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

En su estudio, Barabas, Jerit, Pollock & Rainey (2012) descubrieron que la educación es una de las variables más fuerte para determinar el conocimiento político de un individuo, con una relación igualmente importante para el consumo de medios de comunicación, aunque en este último más específicamente para temas de coyuntura actual. De igual forma, Brussino & Rabbia (2007) encuentran que variables como el conocimiento político e interés por la política son de importancia para determinar la cultura política del sujeto.

En estos casos, las relaciones entre los efectos de los medios de comunicación y la cultura política se enmarcan dentro de los postulados de las Teorías de los efectos mediáticos, en particular en la Teoría del malestar mediático o la Teoría de la movilización política, mismas que se encuentran en dos lados de una misma balanza, pues mientras una asegura que los medios de comunicación crean desafección en el individuo con la política, la otra impulsa la cultura política del sujeto. Los postulados de ambas teorías se desarrollarán más ampliamente en el siguiente capítulo.

Es importante señalar que a pesar de que las teorías mencionadas fueron postuladas antes de la invención del Internet, sus argumentos también se validan para este medio de comunicación del siglo XXI. En Chile, Scherman (2011) estudió el efecto del Internet en la formación de la cultura política, encontrando un aumento en el interés por la política en quienes consumían información desde esta plataforma (citado por Muñiz & Maldonado, 2011).

En la presente investigación se abordará la cultura política desde la comunicación, tomando en cuenta los nuevos medios digitales que se han consolidado en el siglo XXI, resultados que se triangularán con las Teorías de los efectos mediáticos.

2.2.1. La cultura cívica de Almond & Verba

Varios autores (Lehman, 1972; Gutiérrez, 1996; Flores & Meyenberg, 2000; Inglehart & Welzel, 2003; García Jurado, 2006; Hernández, 2008; Coutiño & Luengas, 2011; Flores, 2012; Pareja, 2012) reconocen a *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations* de Almond & Verba (1963) como el estudio pionero y el punto de partida para el análisis de la cultura política en el mundo, el cual trató de visualizar las actitudes políticas en cinco países, siendo estos Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia y México.

Según observa García Jurado (2006), el objetivo de Almond & Verba (1963) con *The Civic Culture* era “mostrar que la estabilidad de la democracia en un país no dependía sólo de sus instituciones democráticas, sino también, y sobre todo, de las actitudes políticas y no políticas de la población” (p. 138), razón por la que seleccionó naciones consolidadas democráticamente como Estados Unidos y Reino Unido, y unas más fragmentadas por la Segunda Guerra Mundial como Alemania e Italia. Para el caso de México, los autores señalaron su interés por mostrar el estado de la cultura política en un país desarrollado políticamente de menor forma.

No obstante, el gran aporte de *The Civic Culture* de Almond & Verba (1963) va encaminado a la metodología usada para medir la cultura política de los países objeto de estudio al aprovechar la tendencia de la técnica de la encuesta y del muestreo usados en la opinión pública, técnica que Ferrin & Fraile (2014) aseguran es la predilecta y la mejor para medir las actitudes políticas de los ciudadanos.

Almond & Verba (1963), para describir la cultura política en su obra, contemplan tres tipos de marco de culturas cada una con sus características de comportamiento político arraigadas en la ciudadanía:

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

1. La cultura política parroquial hace alusión a la orientación religiosa de una sociedad en cuanto al seguimiento a una figura de liderazgo espiritual, una especie de mesías que se espera llegue a resolver los problemas que se presenten en el gobierno.
2. La cultura política de súbdito se da cuando el comportamiento político de los individuos está dirigido a una opinión negativa del sistema político en su evaluación, además de que se caracteriza por tener una participación pasiva de su ciudadanía.
3. La cultura política participativa es la que correspondería a un régimen democrático consolidado asumiéndose un rol activo hacia la política. En esta tipología, el ciudadano reconoce las estructuras del sistema político y los acepta y respeta.

No obstante, Almond & Verba (1963) aseguran que la mejor cultura política es aquella que contemplara elementos parroquiales, de súbito y participativos, en una combinación de valores tradiciones y modernos.

Almond & Verba (1963) hacen un especial énfasis a este cuarto tipo de cultura política, la cultura cívica, misma que le da nombre a la obra, la cual se considera así cuando en la sociedad predominan las orientaciones participativas. Ante la cultura cívica de los autores, Pareja (2012) agrega que estos ciudadanos cívicos que aceptan a la autoridad política creen en la opción de poder influir en el gobierno y confiar en sus conciudadanos.

En este sentido, Peschard (2001) señala que para la generación de una cultura política democrática adecuada, que esté cercana al ideal de cultura cívica de Almond & Verba (1963), deben existir elementos como ciudadanía, participación, competencia, pluralidad, legalidad, una autoridad competente, entre otros.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Como ya se adelantó párrafos más arriba, Almond & Verba (1963) incluyeron a México en su estudio de *The Civic Culture*, una decisión un tanto desatinada y criticada de acuerdo a García Jurado (2006) y García García (2011), ya que los especialistas en política de la época sabían que la nación mexicana se inclinaba más a ser incluido en un régimen autoritario que uno democrático a pesar de la existencia de elecciones y opciones partidistas que podrían ser votadas por la ciudadanía.

García Jurado (2006) y García García (2011) también hacen énfasis en el desacierto de Almond & Verba (1963) sobre la restricción metodológica que los mismos autores consideran en las primeras páginas de su libro al asegurar que debido a la pobre infraestructura de comunicaciones de México, el cuestionario se aplicó en poblaciones que tenían más de 10 mil habitantes aun cuando la nación tenía una población aproximadamente del 60 por ciento viviendo en comunidades rurales.

Este sesgo explicaría cómo en algunos indicadores, México obtenía resultados a la par de las otras naciones estudio, y hasta en ocasiones, superiores a Estados Unidos y Reino Unido, mismas que Almond & Verba (1963) tenían en mente como las más desarrolladas democráticamente de aquel entonces. Sin embargo, esta particularidad coincide con los hallazgos de Booth & Seligson (1984) sobre la prevalencia de una cultura política pro-democrática en los mexicanos que radicaban en las áreas urbanas del país.

En cuanto a los resultados obtenidos por Almond & Verba (1963) para el país, se publicó que los mexicanos poseían una cultura política mixta de tipo parroquial en un 25 por ciento y de tipo súbdito en un 66 por ciento, con una mínima presencia de una cultura política participante,

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

lo que sustenta el ideal de la presencia de una cultura política autoritaria y oligárquica como González Casanova (1986) observó en *El estado y los partidos políticos en México*.

Cabe señalar que Craig & Cornelius (1989, citado por García Clarck, 2001) observaron que los resultados de *The Civic Culture* se mantuvieron vigentes varios años para explicar el comportamiento de la cultura política mexicana, y no es sino hasta finales de los años sesenta cuando se identifica un despertar en la mente del mexicano para cuestionar el accionar del político.

Casi 50 años después, Flores (2012) reaplicó el instrumento de Almond & Verba (1963) en el contexto de las elecciones federales de 2009 para compararlos con los de aquel entonces, con lo que asegura que hoy en día, existen rasgos de una cultura política autoritaria heredada del régimen que gobernó por más de 70 años el país.

“Si bien los resultados presentados a continuación muestran innegables avances hacia una cultura más participativa, al mismo tiempo dejan ver resabios de un legado autoritario, de desconfianza y corrupción, que está lejos de ser superado” (Flores, 2012: 27).

Uno de los problemas que tanto Flores (2012) y Almond & Verba (1963) identificaron es la preocupación que tienen los ciudadanos sobre la situación económica del país, un argumento que va en línea por lo dicho por Schatz (2000) sobre que el mexicano condiciona el avance de la democracia con la existencia de un buen escenario económico (citado por Del Tronco, 2012).

En cambio, una de las grandes diferencias entre ambos casos de estudio es que el avance tecnológico ha repercutido en el modo en que la gente se informa de política (Caldevilla, 2010). Con Almond & Verba (1963), en el 80 por ciento de los casos la información política llegaba de conversaciones interpersonales, y tan solo un 10 por ciento aseguraba aprovechar los periódicos

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

y revistas. En cambio en 2009, Flores (2012) encontró que el 83 por ciento de sus encuestados usaba la televisión como fuente principal, con un 3 por ciento que apenas se valía del Internet para informarse políticamente.

Los resultados presentados por Flores (2012) son interesantes gracias a que ocupó el mismo instrumento que Almond & Verba (1963), además de que en el momento de su aplicación ya había pasado la elección presidencial de 2006, por lo que el efecto de este proceso seguía fresco, lo que podría haber derivado en que la autora asegurara que se seguía presentando una cultura política autoritaria en el mexicano.

2.2.2. La cultura política en México

A pesar de que *The Civic Culture* de Almond & Verba (1963) le dio visibilidad a los estudios de cultura política a nivel internacional, Flores (2012) recupera la Encuesta sobre la Cuestión Democrática de 1947, realizada por Alberto J. Pani, como el primer estudio de cultura política en México, en el que identificó un malestar en la sociedad por el “continuismo de la autoridad presidencial como causa y expresión del atraso de nuestra evolución democrática” (p. 14).

Otro de los grandes estudios del contexto mexicano sobre la cultura política fue obra de Rafael Segovia (1975), *La politización del niño mexicano*, en el que el sujeto de estudio fue la población infantil. Este estudio encontró que la cultura política mexicana se deriva de una fuerte socialización política proveniente del seno familiar, pero sobre todo del ambiente escolar, que de acuerdo a Del Tronco (2012), sirvió como articulador para una cultura política autoritaria a favor del régimen de gobierno a lo largo del siglo XX.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Por su parte, los ya citados Booth & Seligson (1984) revalidaron la presencia de una cultura política autoritaria en México pero con destellos de una cultura política participativa en las áreas urbanas. No obstante, los autores hallaron que la educación es un factor determinante para la construcción de las actitudes políticas, pues a diferencia de la tradicional clase obrera analfabeta y rezagada, la clase media con acceso a la educación apoya firmemente las libertades democráticas.

Sobre la cultura política democrática prevaleciente en los núcleos urbanos mexicanos, Booth & Seligson (1984) comparan los resultados con datos que obtuvieron en Nueva York, mismos que se igualan en variables como participación generalizada y tolerancia cuando existe un disenso.

Para 1987, el trabajo *Cómo somos los mexicanos* de Alberto Narro y Luis Hernández ofreció un estudio cualitativo del estado de la cultura política en los años ochenta. A raíz de mil 837 entrevistas, los autores resolvieron que los mexicanos, aunque muestren interés por la política, muy pocos se inclinan a participar activamente en ella (citado por Gutiérrez, 1996).

Hasta este momento, los estudios de la cultura política que se realizaban en México provenían, en mayor parte, de esfuerzos de investigadores internacionales que buscaban comparar la coyuntura del país con otras naciones. Para Krotz (1996) y Krotz & Winocur (2007), el estudio de la cultura política en México por investigadores nacionales se da a raíz del despertar ciudadano y su cuestionamiento a la democracia de finales de los años sesenta, sin embargo, no fue sino hasta el controvertido proceso electoral de 1988 que los trabajos crecieron de forma importante.

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Con el avance de la democracia en México, principalmente en la década de los noventa, el progreso de la cultura política como objeto de estudio en el país también prosperó (Krotz & Winocur, 2007; García García, 2011) con resultados que mostraban la mejoría en el ánimo de la población.

Moreno (2003) analizó en los noventa las actitudes del votante mexicano con resultados alentadores: en 1990, 33 por ciento de los mexicanos aseguraban tener libertad de elegir, porcentaje que subió a 56 por ciento en 2000; de igual forma, en mayo de 1999, 37 por ciento de los mexicanos decían que México era una democracia, y para agosto de 2000, el número ascendió a 66 por ciento.

Gracias a estudios como el de Moreno (2003) es por lo que García Clarck (2001) contempla que en México podría estar naciendo un nuevo tipo de ciudadano de perfil más democrático, pero que por el cambio generacional estaría conviviendo con otros ciudadanos que todavía mantienen vigente la cultura política autoritaria resultado del régimen priista del siglo XX (Varela, 1996; Flores & Meyenberg, 2000; Merino, 2003; Coutiño & Luengas, 2011).

La literatura especializada registra como la cultura política del mexicano fue autoritaria en la época del régimen priista, y como a raíz de los años noventa, en el que se presentaron los primeros avances democráticos tangibles, como la cultura política del mexicano cambiaba.

2.2.3. La cultura política en estudios oficiales

La preocupación del gobierno federal por impulsar los estudios de cultura política se dio en los años noventa. En concreto, uno de los más completos lo promovió el entonces llamado IFE, que en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), editó la

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

investigación *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores de la democracia* bajo la supervisión de Flores & Meyenberg (2000).

Con un cuestionario de más de 80 preguntas, Flores & Meyenberg (2000) ofrecen un panorama de la cultura política antes de la alternancia celebrada en 2000, ya que la encuesta se aplicó en diciembre de 1999, y con variables de control como el género, edad, escolaridad, ingreso, ocupación, simpatía por partido político y región. A continuación se recuperan algunos resultados de utilidad con variables que se usan para la presente investigación.

CUADRO 1. ¿CUÁL ES EL MEDIO QUE MÁS USA PARA INFORMARSE DE POLÍTICA?			
	TELEVISIÓN	RADIO	PERIÓDICO
NACIONAL	74	14	11
<i>POR GÉNERO</i>			
HOMBRES	69	14	16
MUJERES	78	14	7
<i>POR EDAD</i>			
18 A 30 AÑOS	73	13	13
31 A 40 AÑOS	75	13	11
41 O MÁS	75	15	10

Fuente: Elaboración propia con datos de Flores & Meyenberg (2000).

Dentro de una dimensión del consumo de medios de comunicación, el mexicano aseguró en un 74 por ciento que aprovechaba la TELEVISIÓN, por el contrario, un 14 por ciento mencionó la RADIO y un 11 por ciento señaló que recurría al PERIÓDICO como fuente de información política. En cuestiones más específicas, los hombres respondieron que usaban la TELEVISIÓN en un 69 por ciento, mientras que las mujeres subieron el porcentaje a 78. En el sector juvenil, que Flores & Meyenberg (2000) cierran en el intervalo de los 18 a 30 años de edad, se mantiene el promedio nacional con un 73 por ciento de uso para la TELEVISIÓN (*ver Cuadro 1*).

CUADRO 2. ¿LOS MAESTROS EN LAS ESCUELAS PRIMARIAS DEBEN O NO DEBEN OPINAR EN LA CASA ACERCA DE LA POLÍTICA?

	SÍ DEBEN	EN PARTE	NO DEBEN
NACIONAL	48	6	44
<i>POR GÉNERO</i>			
HOMBRES	47	7	44
MUJERES	50	5	43
<i>POR EDAD</i>			
18 A 30 AÑOS	51	7	40
31 A 40 AÑOS	50	6	42
41 O MÁS	44	5	48

Fuente: Elaboración propia con datos de Flores & Meyenberg (2000).

En relación con la socialización política, Flores & Meyenberg (2000) cuestionaron sobre si los profesores en las escuelas primarias debían entablar conversación con sus estudiantes sobre temas políticos. Ante ello, la respuesta se dividió con un 48 por ciento que dijo que SÍ DEBEN hablar contra un 44 por ciento que aseguró NO DEBEN hablar de política los profesores. En las respuestas por género, los hombres respondieron que SÍ DEBEN hablar de temas políticos los profesores en un 47 por ciento, y las mujeres en un 50 por ciento. Por su parte, los jóvenes respondieron que SÍ DEBEN hablar los profesores de temas políticos con sus estudiantes en un 51 por ciento (*ver Cuadro 2*).

CUADRO 3. CUANDO USTED ERA NIÑO, ¿SE HABLABA DE POLÍTICA EN SU CASA?

	SÍ	SÍ, A VECES	NO
NACIONAL	22	6	70
<i>POR GÉNERO</i>			
HOMBRES	22	6	70
MUJERES	22	5	71
<i>POR EDAD</i>			
18 A 30 AÑOS	26	5	66
31 A 40 AÑOS	19	7	72
41 O MÁS	18	5	74

Fuente: Elaboración propia con datos de Flores & Meyenberg (2000).

Flores & Meyenberg (2000) también preguntaron a los mexicanos si de niños se hablaba de política en casa, con un 70 por ciento para el NO contra un 22 por ciento para el SÍ. Los porcentajes se mantienen en la división de género, sin embargo, cambian en los intervalos de

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

edad. Los más jóvenes reducen las respuestas de que NO se hablaba de política en casa cuando eran niños a un 66 por ciento (ver *Cuadro 3*).

CUADRO 4. ¿QUÉ TANTO SE INTERESA USTED POR LA POLÍTICA?			
	MUCHO	POCO	NADA
NACIONAL	21	48	27
POR GÉNERO			
HOMBRES	25	47	24
MUJERES	17	49	30
POR EDAD			
18 A 30 AÑOS	18	52	26
31 A 40 AÑOS	19	52	25
41 O MÁS	26	41	30

Fuente: Elaboración propia con datos de Flores & Meyenberg (2000).

En relación directa con el interés del mexicano por la política, Flores & Meyenberg (2000) obtuvieron que al 21 por ciento de los encuestados les interesa MUCHO la política, sin embargo, los resultados de POCO y NADA son mayores con 48 y 27 por ciento respectivamente. En cuanto a los mejores porcentajes a la respuesta de MUCHO interés por la política las tienen los hombres con un 25 por ciento dentro del control de género, y el sector de 41 años o más con 26 por ciento dentro de las respuestas clasificadas en rangos de edad (ver *Cuadro 4*).

Un año después de la publicación del estudio de Flores & Meyenberg (2000), el Gobierno Federal se adentró de lleno en los estudios sobre cultura política en México a través de Secretaría de Gobernación (2014) mediante la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup), la cual tuvo un total de cinco ediciones en las que se buscó establecer una base de información estadística sobre el tema.

De acuerdo al portal oficial de la Encup, el objetivo general de la encuesta era:

“Contar con una base de información estadística de la población mexicana de 18 años o más a nivel nacional sobre las características de la cultura política, y lo concerniente a las prácticas de

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

participación en asuntos de interés público, relacionando dichas condiciones con los factores sociodemográficos y económicos” (Segob, 2014).

A su vez, la Encup determinó, entre otros puntos, niveles de socialización política, información y conocimiento político, interés por la política, confianza hacia las instituciones, perspectiva sobre lo que implicaba ser ciudadano, grados de participación política y electoral, y prácticas, habilidades y hábitos políticos de la ciudadanía (Segob, 2014).

Al hacer un análisis de los resultados de la Encup en sus cinco estudios realizados se encuentran reactivos presentes en la totalidad de los años, mientras que otros fueron cambiando y adaptándose. Entre algunos resultados observados se encuentran los siguientes.

CUADRO 5. ¿CUÁL ES EL MEDIO QUE MÁS UTILIZA PARA INFORMARSE DE LO QUE PASA EN POLÍTICA?

	2001*	2003**	2005	2008*	2012
TELEVISIÓN	80	60.1	62	88.6	76.10
RADIO	27	22.1	17	50.6	9.01
PERIÓDICO	20	9.6	10	43.7	5.36
REVISTA		0.4		13.3	0.08
INTERNET				7.2	4.76

*Porcentaje de respuestas positivas ante la pregunta individual sobre si se consume el medio

**Porcentaje de respuestas de primera mención al medio

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP (Segob, 2014).

El consumo de medios de comunicación es una de la preguntas que se mantienen en las cinco ediciones de la Encup (Segob, 2014). Es de destacar el dominio de la TELEVISIÓN como principal medio de información política de los mexicanos con porcentajes que superan por mucho a su más cercano soporte, la RADIO. De igual forma, resalta la aparición del INTERNET como medio de comunicación en las encuestas de 2008 (Segob, 2008) y 2012 (Segob, 2013) con porcentajes discretos pero significativos (ver Cuadro 5).

CUADRO 6. POR LO GENERAL, CUANDO USTED ESTÁ CONVERSANDO CON ALGUNAS PERSONAS Y ESTAS EMPIEZAN A HABLAR DE POLÍTICA, ¿QUÉ HACE USTED?

	2001	2003	2005	2008	2012
DEJA DE PONER ATENCIÓN	19	13.2	21	21.4	18.88
ESCUCHA, PERO NO PARTICIPA	33	51.1	41	26.3	42.10
PARTICIPA Y DA SU OPINIÓN	20	29.9	27	20.3	23.03
A VECES DA SU OPINIÓN	22	3	7	26.1	15.08

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP (Segob, 2014).

Respecto a la conversación política que pueden entablar los mexicanos, los resultados de la Encup demuestran que por lo general se mantiene atención a una plática de temas políticos pero sin participar, estando en primer lugar la respuesta en los cinco años que duró la encuesta. La mejor respuesta para PARTICIPAR Y DAR SU OPINIÓN se presentó en 2003 (Segob, 2003) con un 29.9 por ciento (ver Cuadro 6).

CUADRO 7. EN GENERAL, ¿QUÉ TAN INTERESANDO ESTÁ USTED EN LA POLÍTICA?

	2001*	2003	2005	2008	2012
MUCHO	12	9.7	10	9.3	15.67
ALGO	21			25.1	
POCO	25	50.7	55	37.9	64.67
NADA	17	36.6	33	26.6	19.15

**La pregunta en 2001 cuestionaba sobre el interés en asuntos públicos, no en la política.*

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP (Segob, 2014).

El ítem sobre sí el encuestado está interesado en la política apareció por primera vez en la Encup de 2003 (Segob, 2003), pues en 2001 (Segob, 2002) se preguntaba sobre un interés por los asuntos públicos. Desafortunadamente se ve la ascendencia en los porcentajes para la respuesta POCO INTERESADO conforme avanzan los años. No obstante, para los resultados de la Encup 2008 (Segob, 2008) se observa un descenso en POCO INTERESADO para llegar a 37.9 por ciento, sin embargo, esto se debe a la escala de respuesta que se usó en el instrumento, ya que por segunda ocasión había cuatro opciones de respuesta (MUCHO, ALGO, POCO y NADA), a diferencia de las otras tres encuestas en la que había tres respuestas (MUCHO, POCO y NADA). Si se suman los porcentajes de la Encup 2008 (Segob, 2008) de POCO y NADA, el porcentaje sube a 64 por ciento,

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

manteniendo la pendiente ascendente en el POCO INTERÉS de la ciudadanía por la política en general (ver Cuadro 7).

CUADRO 8. ¿SABE USTED CUANTO TIEMPO DURAN LOS DIPUTADOS FEDERALES EN EL CARGO?					
	2001	2003	2005	2008	2012
CORRECTO	47	37.1	40	35.4	40.34
INCORRECTO	21	24.6	30	58.1	36.01
NO SÉ	32	37.9	30	N/E	23.38
NO CONTESTÓ		0.3		6.5	0.28

N/E: No existió esta opción de respuesta

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP (Segob, 2014).

Respecto al conocimiento político, las cinco diferentes ediciones de la Encup (Segob, 2014) mantuvieron dos preguntas sobre esta variable a lo largo de los años. El primer cuestionamiento midió si los mexicanos conocían cuánto tiempo duran los diputados federales en el cargo, cuya respuesta correcta es tres años. En todos los años, excepto en 2008 (Segob, 2008), la proporción de respuestas correctas fue mayor que las incorrectas, aunque en ningún momento superó el 50 por ciento. Por su parte, en 2001 (Segob, 2002) y 2005 (Segob, 2005), los resultados de NO SÉ y NO contestó se sumaron en un solo número, mientras que en 2008 (Segob, 2008) la opción de NO SÉ no fue contemplada (ver Cuadro 8).

CUADRO 9. ¿A QUÉ PARTIDO PERTENECE EL ACTUAL GOBERNADOR DE SU ESTADO?					
	2001*	2003	2005	2008	2012
CORRECTO	75	76.6	69	78.2	78.25
INCORRECTO	3	6.7	18		19.34
NO SÉ	22	16.6	13		1.85
NO CONTESTÓ		0.2		21.8	0.56

* La pregunta en 2001 cuestionaba sobre el nombre del gobernador, no sobre el partido del que procedía.

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP (Segob, 2014).

La segunda pregunta sobre conocimiento político profundizaba sobre si el encuestado sabía el partido de procedencia de su gobernador en turno, exceptuando en 2001 (Segob, 2002) en donde interrogaba sobre el nombre del gobernador de forma directa. En lo general, los mexicanos sí están al corriente sobre el partido que los gobierna a nivel estatal, pues el

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

porcentaje más bajo de respuestas correctas se presentó en 2005 (Segob, 2005) con el 69 por ciento. Igual que en el párrafo pasado, en 2001 (Segob, 2002) y 2005 (Segob, 2005), los resultados de NO SÉ y NO CONTESTÓ se sumaron en un solo número, mientras que en 2008 (Segob, 2008) la opción de NO CONTESTÓ parece haber incluido a las respuestas incorrectas (*ver Cuadro 9*).

Estos son tan solo algunos resultados de la Encup que confirman lo consultado en la literatura especializada sobre la cultura política del mexicano y su poco interés por la política. No obstante, el nivel del conocimiento político podría ser aceptable para las preguntas que se recuperaron sobre la variable, mientras que se reafirma que la televisión es el medio de comunicación que sirve como fuente de información por excelencia.

Desafortunadamente, la Encup fue suspendida por el Gobierno Federal bajo la presidencia de Enrique Peña Nieto, finalizando así con un estudio que ofrecía una aproximación a la cultura política del ciudadano mexicano, por lo que la observación de la cultura política se limita a los dos sexenios en los que se mantuvo en el poder el Partido Acción Nacional (PAN), de 2000 a 2012.

Otro de los estudios impulsados por el Gobierno Federal fue la Encuesta Nacional de Juventud de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve), y aunque no se centró en la cultura política, algunos de sus reactivos contemplaban a la política como posible respuesta.

La Encuesta Nacional de Juventud 2000 (Imjuve, 2002) arroja resultados muy desalentadores sobre la política y los jóvenes, cuyo rango de edad está entre los 12 y 29 años de edad. El estudio refleja que la política es de los temas de menor conversación con la familia,

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

amigos y pareja, lo que va en paralelo con la confianza que se tienen a instituciones de esta índole, pues el Congreso de la Unión y los partidos políticos son en los que más desconfianza hay.

Por su parte, la Encuesta Nacional de Juventud 2005 (Imjuve, 2006) y la Encuesta Nacional de Juventud 2010 (Imjuve, 2011) mantienen esta tendencia negativa de los jóvenes con la política, pues las dos coinciden en que los jóvenes no se informan de política, los jóvenes no se interesan por la política y los jóvenes no hablan de política con los demás.

Finalmente, uno de los estudios más recientes en cultura política y jóvenes lo promovió el Colegio de México a través de los investigadores Gómez-Tagle, Tejera, Aguilar, Ramírez & Díaz (2017), la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes, con sujetos que se encontraban entre los 18 y los 29 años de edad y cuya aplicación de la encuesta tuvo lugar en 2012.

Entre algunos resultados descubiertos se encuentran que la televisión todavía se mantiene como el principal medio de información con un 95 por ciento de respuesta a este soporte. Sobre el contenido que se ve en la televisión, los noticieros recibieron el 21.78 por ciento de las menciones, respuesta que se ubica en el segundo lugar solo por debajo de las telenovelas con un 32.89 por ciento (Gómez-Tagle *et al.*, 2017).

A su vez, los autores destacan que a pesar de la popularidad de las plataformas digitales entre los jóvenes, estos no confían del todo de lo que ven en Internet. En relación directa con la política, se identifica que apenas el 1 por ciento de los encuestados se interesa por la política en los diarios, mismos que usan más para secciones de entretenimiento (Gómez-Tagle *et al.*, 2017).

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Con una mayor diversidad de estudios elaborados a partir de 2000, se comprueba que la cultura política del mexicano no es congruente con el avance democrático que ha tenido el país. Indicadores como el interés por la política son puntuales en sus números, mientras que todavía en la década pasada, se mantiene la televisión como el medio de comunicación nacional por excelencia.

2.2.4. Los estudios de comunicación en la cultura política

Rodríguez Estrada (2015) y Rodríguez & Meyer (2016) observaron que los estudios de comunicación política en México se incrementan cuando la coyuntura política es más fuerte, y la cultura política como tema de investigación se adentra en esta afirmación. En esta línea coincide Pareja (2011) cuando afirma, en concreto, que la elección presidencial de 2006 impulsó los estudios en comunicación política nacionales aún más.

Dentro de los hábitos de consumo de medios de comunicación, Abundis (2007; citado por Muñiz & Maldonado, 2011; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) encontró que “la televisión fue el medio más utilizado por los mexicanos para enterarse de las campañas políticas y las elecciones” (p. 34) al contar con un 58 por ciento de respuesta entre los ciudadanos para este medio en su aplicación de encuesta. Destaca que el autor encontró que en 2006, el Internet apenas era un medio aprovechado con un escaso 7 por ciento de uso por parte de los encuestados.

De igual forma, Corduneanu & Muñiz (2011) identificaron que la televisión es la principal fuente de información para el mexicano. Un 76 por ciento aseguró utilizar la televisión como su principal punto de partida para enterarse del acontecer político; en cuanto al Internet, solamente un 6 por ciento de la población reconoció usarlo como fuente de información política. Además, los autores observaron que el consumo de medios de comunicación para encontrar

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

información política generaba mejores niveles de interés por la política y confianza en las instituciones de gobierno.

En su análisis comparado entre México y España, García Luengo & Ruiz (2007, citado por Aruguete & Muñiz, 2012) estudiaron datos de la Encuesta Mundial de Valores del 2000, encontrando que los mexicanos se exponen muy poco a la información política en los medios de comunicación, sin embargo, la televisión se mantiene como la principal fuente.

En concreto, en estudios similares al que se presenta en estas páginas, algunas tesis de posgrado ya han ahondado en los efectos de los medios de comunicación y su configuración de la cultura política en los jóvenes. Ibarra (2003) estudió la oferta televisiva en Guadalajara y la trianguló con entrevistas a padres, maestros y niños, y tuvo como resultado que la televisión es el medio de mayor uso de los niños. Mientras que López Gómez (2003) comparó a los niños de Juchitán, en Oaxaca y Monterrey, Nuevo León, encontrando que aquellos niños cuyos padres se involucraban más en política tenían más tendencia de seguir esta actitud.

Nateras (2007) estudió a alumnos de primaria y secundaria de la Ciudad de México obteniendo resultados interesantes. Según sus datos, el 49.3 por ciento de la muestra demostró estar expuesta a la información política transmitida en los medios de comunicación de forma indirecta, lo que va en línea con su identificación de que solamente el 10 por ciento de los estudiantes de su trabajo mostraban altos grados de consumo de información política, esto debido a que no ponían atención directa a lo que veían en medios, muy pocos observaban los medios para informarse de política por iniciativa propia.

También con una muestra que incluyó a niños de la ciudad de Monterrey, en concreto, en alumnos que cursaban el sexto año de primaria, Rodríguez & Muñiz (2009) identificaron que

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

más allá de que los infantes hagan suyos los contenidos que ven en la televisión, en el proceso de recepción los socializan con sus padres, pues con ellos ven los spots de candidatos o las noticias políticas, algo que justifica lo que dice Casas (2011) sobre que de forma inevitable, los niños no pueden evitar no aprender de política.

Echeverría & Garay (2011) analizaron el comportamiento mediático de los universitarios en Mérida y encontraron que efectivamente, los jóvenes consumen medios en mayor proporción para entretenerse, no informarse. En aquel año, el acceso a Internet era limitado para este sector, apenas una hora diaria en el caso de las clases populares, y hasta cinco horas para grupos con mayor accesibilidad al recurso.

Por su parte, Muñiz & Maldonado (2011), quienes realizaron un estudio en los pre-ciudadanos de la ciudad de Monterrey, encontraron resultados desalentadores para este segmento de la población. En lo general, los jóvenes apenas se acercan a los medios de comunicación para buscar información política muestra de su poco interés por la política. Igualmente, sus conocimientos políticos son reprobables al no acertar a las respuestas sin poder superar el 50 por ciento de contestaciones correctas. Sin embargo, en los casos en que se presentaba consumo de medios escritos y atención a información política, mejoraba el nivel de conocimiento político. Un año después, Muñiz (2012b) encontró patrones similares, con ambos resultados que se adentraban tanto en la Teoría de la movilización mediática como en la Teoría del malestar mediático.

Muñiz (2012a) nuevamente maneja a los pre-ciudadanos en Monterrey como sujetos para un nuevo estudio, con el que encontró resultados muy similares a los del párrafo anterior. El consumo de medios escritos, así como de medios especializados en política, y la conversación en

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

política contribuyen a la sofisticación política -variable que relaciona el conocimiento y el interés político- de los individuos; y en caso contrario, la exposición a la televisión generaba una disminución a esta misma medida.

En otra publicación, Muñiz no encontró una relación significativa entre el consumo de medios de comunicación y variables como el conocimiento político y el interés por la política como en otros estudios de caso. Sin embargo, lo que sí halló fue una relación entre el interés político y la comunicación política en plataformas digitales, lo que supone que los jóvenes pre-ciudadanos están desarrollando sus habilidades políticas en las Tecnologías de Información y Comunicación (Saldierna *et al.*, 2015).

Y más recientemente, Leyva *et al.* (2016) tuvieron como resultados en su estudio a jóvenes universitarios en Nuevo León que este grupo poblacional se está alejando de los medios tradicionales de comunicación en favor del Internet, aunque encontraron que los niveles de atención a los medios tradicionales son mayores que a los de los medios digitales. En la relación con el conocimiento político, este se incrementó gracias al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, aunque la participación política permanece muy baja.

Otros autores como Cuna (2012) han analizado al joven universitario y su cultura política en diferentes contextos. En este caso, el autor realizó su estudio en la Ciudad de México con un resultado general de que el adolescente capitalino confía en la democracia pero no cree en el político, motivo por el que decide no ejercer su derecho a voto y no participar en actividades políticas.

Atilano (2016) recupera resultados de estudios en los que el Internet fue el soporte para medir actitudes políticas en México, derivando en mejores niveles de prácticas políticas. No

MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

obstante, el autor profundiza en el cómo el Internet se ha operacionalizado en los estudios de cultura política, por lo que afirma que al ser un indicador nuevo, todavía no hay una base estandarizada para medir esta plataforma.

Por su parte, Díaz & Muñiz (2017) analizaron el impacto de los medios de comunicación y las campañas presidenciales de 2012 en la cultura política de los jóvenes, encontrando que los mejores valores de conocimiento político y conversación política estaba en el público que veía noticias en la televisión y que se informaba a través de Internet, un poco más fuerte en este último caso.

Tras este recorrido en los estudios de cultura política y medios de comunicación, es de destacar como el Internet gana penetración en los estudios más recientes frente a la televisión, plataforma que todavía no se debe descartar del todo en el contexto mexicano.

Asimismo, muchos estudios comienzan a tomar en cuenta a los jóvenes para estudiar su cultura política, mientras Muñiz es uno de los parteaguas en la investigación de la cultura política con los pre-ciudadanos, sujeto de estudio que este trabajo de tesis aborda.

En resumen, mediante la literatura revisada se ponen en evidencia algunos indicadores poco prometedores para la cultura política en México. El poco interés por la política y un pobre conocimiento político es algo natural en la ciudadanía mexicana. Además, la televisión se ha mantenido presente para el ciudadano como el principal medio de comunicación, con el Internet ganando terreno en los años más recientes.

3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

3.1. Cultura política y democracia

De acuerdo a García Jurado (2006), el estudio de la cultura política ha ofrecido una lente para comprender el estado de los gobiernos ante los ojos de su sociedad, pues a diferencia de indicadores económicos y políticos, las variables que se manejan en la cultura política tienen su origen desde la base de la ciudadanía.

Según Hernández (2008) y Coutiño (2011), el papel que desempeña la cultura política en la consolidación democrática en México ha sido un tema apenas tratado aun cuando numerosos autores afirman que “un régimen democrático necesita de una cultura política que le sea congruente” (Hernández, 2008: 261), lo que en México no se presenta así, según también lo han demostrado los estudios realizados en la nación.

Un ejemplo de ello lo representa la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Encup), que como Cuna (2012) recupera, arroja resultados como que los mexicanos aceptan la democracia como el mejor régimen posible, pero a su vez, participan muy poco políticamente hablando, limitando apenas esta práctica al voto electoral.

Si se retoman los postulados de la teoría de la democracia de Morlino (2007), en México existen elecciones periódicas, voto femenino y masculino, opciones partidistas y alternancia en el poder, entre otras, sin embargo, se carece de participación ciudadana y de interés por la política, lo que refleja una diferencia entre la realidad en el sistema y la percepción en el individuo sin corresponder a la congruencia que necesita una democracia (García Jurado, 2006).

3.1.1. Ciudadanía y pre-ciudadanía

De acuerdo a Morlino (2007), para que una democracia se considere de calidad requiere de una legitimación por parte de sus ciudadanos, aquellos sujetos inherentes de esta forma de gobierno, pues es para ellos por lo que las acciones de los gobiernos se ejecutan. A su vez, es necesario que el ciudadano colabore activamente en el sistema político para que la democracia no solamente se quede en lo electoral (Sánchez Ruiz, 1996; Flores & Meyenberg, 2000; Brussino & Rabbia 2007; Krotz & Winocur 2007; Coutiño & Luengas, 2011; Aruguete & Muñiz, 2012; Flores, 2012; Rodríguez Domínguez, 2012).

Sobre esto, Lechner (2000) diferencia a la ciudadanía instrumental, aquella que ve a la política como algo ajeno a su personal y a la que solo acude para la solución de sus problemas, de la ciudadanía activa que desarrolla un vínculo social con el sistema político mediante una participación más constante y una mayor confianza hacia las instituciones (citado en Rodríguez Domínguez, 2012).

Cuna (2012) desglosa cuatro ideas principales de la democracia que requiere del desarrollo integral de la ciudadanía, esto con base en postulados del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD):

1. “El ser humano como sujeto portador de derechos.
2. La sociedad organizada de modo que garantice el ejercicio y promueva la expansión de la ciudadanía.
3. Las elecciones libres y competitivas, junto con la vigencia del Estado de derecho, como condición necesaria, aunque no suficiente, de la democracia.

4. La especificidad histórica de los pueblos latinoamericanos en sus procesos de construcción de su nación” (p. 119).

En esta línea, Tejera (2006), Coutiño & Luengas (2011) y Cózatl (2011) aseguran que una democracia no puede sobrevivir si la ciudadanía no desarrolla un sentido de pertenencia al gobierno, lo que compromete al régimen a trabajar en cosechar buenos individuos principalmente a través de una educación cívica en los menores de edad desde la escuela. En este sentido, García García (2011) apunta a que la formación de ciudadanos y el impulso a una cultura política democrática ha sido objeto de políticas públicas de los últimos gobiernos, de las que instituciones como la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el antiguo Instituto Federal Electoral (IFE) han sido promotores de estos programas.

Esta idea es compartida por Cózatl (2011), quien señala que la prevalencia de los mismos problemas económicos y sociales, aunado a un creciente índice de violencia en el país, ha derivado en la desconfianza ciudadana hacia la política, por lo que el mismo gobierno debe invertir en la educación cívica de sus ciudadanos para que se refleje en un cambio en la cultura política a largo plazo.

Desafortunadamente en México, la ciudadanía no ha logrado interiorizar y hacer suyos los valores de la democracia encontrándose todavía en un proceso de consolidación que se vio truncada por la misma evolución de la democracia en el país descrita en el subtítulo anterior (Duarte & Jaramillo, 2009). García Clarck (2001) atiende a esta afirmación a que hay ciudadanías más sensibles que otras a la vida pública y política, las cuales están más dispuestas a asumir responsabilidades.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

No obstante, los cambios sociales y tecnológicos de los últimos años han ocasionado la fragmentación e individualismo de los públicos, aun cuando el concepto de ciudadanía es el que acuñe a la democracia, derivando consigo en varias ciudadanías o nuevos actores políticos con demandas muy específicas y especializadas (Krotz & Winocur, 2007; Flores, 2012; Rodríguez Domínguez, 2012), lo que ha tenido como consecuencia que el estudio de la cultura política se focalice en estas nuevas ciudadanías que surgen.

Debido a esta razón es por la que Lehman (1972) asevera que la cultura política es un fenómeno que súper representa a la sociedad, ya que no garantiza que el total de la población tenga el resultado que pueda arrojar un estudio. Por este motivo es que el análisis de la cultura política en unidades más cerradas ofrece un mejor acercamiento a la realidad social y política de la coyuntura que se investiga.

Uno de los grupos en los que se debe enfocar el estudio de la cultura política es el juvenil, el cual constituye aproximadamente la tercera parte de la población mundial y que desafortunadamente se manifiesta como un nicho de demócratas insatisfechos (Cuna, 2012), y que incluso para Inglehart (2005), están produciendo un cambio generacional involutivo.

En línea con lo que indica Inglehart (2005), se identifica que los jóvenes efectivamente son partícipes de un cambio generacional mostrando mayor interés y mayor participación por la política, esto en las plataformas digitales, sin embargo, solo un porcentaje reducido de este grupo se activa de forma efectiva y real, al punto de que los autores afirman que “en las democracias modernas debemos considerar el alejamiento de la política por parte de los jóvenes” (Leyva et al., 2016: 68).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

De igual forma, Echeverría & Garay (2011) señalan en un aspecto más específico que el sector juvenil presenta falta de información política en la actualidad, y por ende, de conocimiento político, lo cual se ocasiona o por la falta de responsabilidad social y civil del sector, o por la influencia de los contenidos que se transmiten en los medios, principalmente la televisión, que los aleja de los temas políticos.

Este es un punto contradictorio que recuperan Díaz & Muñiz (2017), pues los sectores más jóvenes, el cual involucra a los pre-ciudadanos, grupo que a continuación se definirá, creció en la etapa de transición democrática y de alternancia en el país, fuera de los hábitos del régimen autoritario que gobernó México durante el siglo XX, por lo que su modo de pensar debería ser un tanto diferente.

De acuerdo a la Organización de la Naciones Unidas (ONU, 2017), los jóvenes son el conjunto de la población que se encuentra dentro del rango de los 15 a los 24 años de edad. Al tomar esta conceptualización de la juventud, según el Inegi (2015), el 17.9 por ciento de la población mexicana está dentro de esta categorización, lo que equivaldría a más de 21 millones de jóvenes, aproximadamente.

En relación a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2017), se reconocen en su Capítulo IV los requerimientos para ser considerado ciudadano y los derechos que ello conlleva, entre los que se encuentra votar, ser votado, asociarse en los asuntos políticos del país, iniciar leyes, entre otros. Sin embargo, para efectos de esta investigación, se apuntala a lo dicho en el Artículo 34 de nuestra Carta Magna:

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

“Artículo 34. Son ciudadanos de la República los varones y mujeres que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan, además, los siguientes requisitos: I. Haber cumplido 18 años, y II. Tener un modo honesto de vivir” (Cámara de Diputados, 2017).

Si se atiende esta cláusula, dentro del rango de edad que se reconoce como juventud, el intervalo de este grupo se parte por la mitad entre ciudadanos y no ciudadanos. Según el Inegi (2015), el 9 por ciento de la población equivaldría a individuos entre los 15 y 19 años de edad, sector que ocupa el tercer lugar dentro de los rangos de edad con mayor número de habitantes del país, el cual es solamente rebasado por el intervalo de 10 a 14 años de edad con 9.4 por ciento, y por el de 5 a 9 años de edad con 9.2 por ciento.

Cabe destacar que de acuerdo a los datos del Inegi (2015), la mayoría de la población mexicana se encuentra en el rango de edad de 5 a 19 años de edad con un 27.6 por ciento, siendo gran parte de este sector no ciudadano, lo que incrementa la necesidad del estudio en grupos de la pre-ciudadanía a nivel nacional.

En concreto, llamaremos al grupo poblacional anterior a los 18 años de edad cumplidos como pre-ciudadanos, concepto que engloba a los jóvenes que se encuentran en un proceso de formación para la vida adulta a punto de entrar en el engranaje democrático del país, cuya participación se espera sea activa y crítica para que contribuya en las decisiones políticas del régimen (Saldierna *et al.*, 2015).

Al respecto de su formación, Casas (2011), Muñiz & Maldonado (2011) y Saldierna *et al.* (2015) consideran que el pre-ciudadano ya está suficientemente influenciado para entrar en la vida política del país, por lo que Saldierna *et al.* (2015) recuperan cuatro lineamientos de un

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

estudio del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef por su sigla en inglés) que han caracterizado su formación como ciudadanos desde su etapa infantil:

1. “Que se dé una socialización o formación política en etapas tempranas.
2. Que exista un aprendizaje político temprano.
3. Que este conocimiento político actúe como filtro posterior.
4. Que se genere una influencia extraescolar” (Saldierna *et al.*, 2015: 148).

Desde el punto de vista tecnológico, el pre-ciudadano coincide con el grupo de los millennials, denominación a los individuos nacidos en la última década del siglo XX y los primeros años del siglo XXI, los cuales se caracterizan por haber crecido en plena revolución digital de inicio de milenio (Area *et al.*, 2015).

A su vez, los millennials también reciben el mote de Generación Y (Area *et al.*, 2015; Gutiérrez-Rubí, 2015), mientras que Prensky (2010) los bautiza como nativos digitales, ya que crecieron con una habilidad tecnológica innata derivada de su nacimiento en la ya mencionada revolución digital.

Prensky (2010) prefiere llamarlos por el término nativos digitales debido a que el resto de las generaciones nacientes antes de la revolución digital ha migrado a esta y ha tenido la necesidad de estar a la vanguardia con el avance tecnológico para no quedarse rezagados, motivo por lo que los nombra inmigrantes digitales.

Precisamente, los jóvenes millennials se consideran la primera generación nacida en el contexto de la sociedad de la información, lo que ha derivado en una ruptura en los hábitos y comportamientos con respecto a sus padres y abuelos (Area *et al.*, 2015), ocasionando que la

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

expectativa del millennial sea completamente distinta a la de otras generaciones (Barton *et al.*, 2012).

En lo general, Prensky (2010) enlista algunas de las características más fuertes que presentan los millennials:

1. “Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.
2. Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.
3. Prefieren los gráficos a los textos.
4. Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).
5. Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.
6. Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.
7. Prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional” (p. 6).

En concordancia con lo comentado por Prensky (2010), autores como Caldevilla (2010), Ferrer (2010), Barton *et al.* (2012), Area *et al.* (2015) y Gutiérrez-Rubí (2015) resaltan la hiperconectividad del nativo digital al estar totalmente inmersos en el mundo transmedia gracias a su posesión de múltiples dispositivos dándoles la oportunidad de estar en comunicación a un clic de distancia y desde la palma de su mano.

Gutiérrez-Rubí (2015) denomina esta característica central de hiperconectividad “como una prolongación de su propio cuerpo” (p. 161), lo que Area *et al.* (2015) aseguran que le otorga al joven millennial nuevas formas de consumo cultural, nuevos métodos de socialización y nuevos modos de mirar el mundo.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En su relación con los medios de comunicación masiva, los nativos digitales o millennials usan preferencialmente el Internet, y no solo como consumidores de la información de estas plataformas mediáticas, sino también para generar su propio contenido y compartirlo con los demás (Barton *et al.*, 2012).

Es por ello que no es de sorprender que el millennial gaste menos tiempo en leer libros o ver la televisión (Barton *et al.*, 2012; Prensky, 2012), este último, medio que tiene cada vez menos influencia en las nuevas generaciones (Ferrer, 2010), lo cual también es un punto de inflexión con otros núcleos de la población.

Por su parte, Castells (2012) afirma que los usuarios de Internet de menos de 30 años han trasladado sus hábitos comunicativos y mediáticos al Internet, plataforma que lo converge todo. De igual forma, el autor explica cómo estas nuevas audiencias de lo digital han sustituido actividades que son incompatibles con esta hiperconectividad, ya que ahora toda práctica comunicativa está integrada en torno a Internet.

Esto tiene su repercusión en la política. En México, el millennial se ha incorporado a la vida democrática del país ya inmerso en su dinámica digital, cuyo nacimiento y crecimiento coincide con la alternancia presidencial celebrada en 2000, un punto que destaca Ferrer (2010) de forma más general.

Los millennials se han vuelto más críticos con la política y usan sus ventajas digitales para manifestar, denunciar y debatir sus inconformidades políticas. Sin embargo, el verdadero reto es que los millennials hagan valer estas ventajas para crear “una nueva ciudadanía que no solo participa porque quiere, puede y debe, sino porque sabe” (Gutiérrez-Rubí, 2015: 165).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Las características del pre-ciudadano, o millennial visto desde el punto de vista tecnológico, hacen que el estudio de la cultura política en este segmento de la población se vital para comprender como observan el mundo y la política, principalmente por lo hábitos comunicativos que han desarrollado en las plataformas digitales.

3.2. Cultura política, un objeto de estudio desde diferentes miradas

La integración de la cultura política como un nuevo campo de estudio tiene su sentido en el abordar las formas de configuración de las estructuras de poder y el proceso mediante el cual los actores sociales integran sus comportamientos políticos como miembros de un contexto social, cultural y político (Rodríguez Domínguez, 2012).

El estudio de la cultura política, como el de la mayoría de las ciencias sociales, se ha venido integrado gracias a la convergencia de diversas disciplinas sociales como la antropología, ciencia política, comunicación, historia, psicología, entre otras (García Jurado, 2006; López, 2008; Rodríguez Domínguez, 2012), lo que ha ocasionado que para su abordaje se hayan desarrollado diferentes formas de observar el objeto de estudio.

En lo general, se identifican dos corrientes de análisis de la cultura política y en las que el método de estudio es la principal diferencia (Gutiérrez, 1996), una de corte conductista y otra más cultural.

La corriente conductista busca comprender la actitud política del ciudadano a través de la medición de variables que pueden ser sujetas a la investigación empírica y de la que se desprenden indicadores como comportamiento electoral, afinidad partidista, confianza política,

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

entre otros (Peschard, 2001; Duarte & Jaramillo, 2009; Hernández & Mendieta, 2011; Rodríguez Domínguez, 2012).

El principal estudio y el que es reconocido como el pionero en la investigación de la cultura política conductista es el ya mencionado libro de Almond & Verba (1963), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, calificado así por varios estudiosos del área (Lehman, 1972; Inglehart & Welzel, 2003; García Jurado, 2006; Hernández, 2008; Flores, 2012; Pareja, 2012) y que se caracteriza por ser un estudio mayormente cuantitativo que suma las actitudes políticas de encuestados para ofrecer una visión global del abordaje nacional de la cultura política.

Por otro lado está el enfoque cultural y psicosocial que intenta indagar en los comportamientos políticos dentro del ámbito donde se reproducen al ser éstos consecuencia del desempeño que se le atribuye al propio sistema (Del Tronco, 2012; Rodríguez Domínguez, 2012), y que por profundizar en la personalidad del individuo, está más cerca de disciplinas como la antropología, psicología y sociología (García Jurado, 2006). Esta línea de investigación cultural de la cultura política la propone García García (2011) como la idónea para aplicar en niveles más cerrados por lo reducido del sujeto de estudio y para obtener mejores detalles del contexto en el que se desenvuelve el problema.

Esta corriente culturalista va más encaminada a la crítica hecha al trabajo de Almond & Verba (1963) sobre la metodológica con la que construyó su estudio de cultura política, que aunque no deja de ser válido gracias a las características propias de los estudios cuantitativos, apenas refleja una mirada al problema (Lehman, 1972; Inglehart, 2005; García Jurado, 2006; López, 2008; Duarte & Jaramillo, 2009; Pareja, 2012).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

De igual forma, Hernández & Mendieta (2011) identifican un par de paradigmas más: una corriente basada en los estudios marxistas y una corriente mixta que combina elementos de los estilos conductista y culturalista. Por su parte, García García (2011) defiende el uso de un método mixto, al igual que en todas las ciencias sociales, en el estudio de la cultura política como la mejor manera de mostrar un verdadero panorama del fenómeno.

La crítica hacia el enfoque normativo de Almond & Verba (1963) se aproxima a lo planeado por Lijphart (1971) sobre la necesidad de combinar los métodos experimental, estadístico y comparativo para tener una mejor interpretación de la realidad social de un problema. Cabe señalar que Almond & Verba (1963) también aplicaron cuestionarios cualitativos dentro de su estudio social, sin embargo, se le da más importancia al apartado cuantitativo de su texto.

Aunque se presente un ligero acercamiento a la dimensión culturalista del estudio de la cultura política, es importante señalar que el presente estudio aborda el enfoque conductista al estar integrado en parte metodológica por una encuesta a partir de preguntas ya validadas en estudios previos de la literatura especializada.

3.2.1. El concepto de cultura política

La definición de la cultura política, por su mismo abordaje desde distintas áreas sociales, ha derivado en varias conceptualizaciones del tema, algunas las cuales se recuperan a continuación.

Desde el enfoque conductista, Almond & Verba (1963) definen a la cultura política como el conjunto de orientaciones integradas por las actitudes, valores, sentimientos, información y

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

habilidades que presentan los ciudadanos en torno al sistema político y sus diferentes elementos.

Los autores, al hacer uso del término orientaciones, hacen referencia a la interiorización de la cultura política del individuo mediante tres dimensiones, en el que cada uno le sigue al otro en un proceso mental e íntimo:

1. La cognitiva referente a los conocimientos y creencias del sistema político.
2. La afectiva relativa al sentimiento que se crea hacia el sistema político.
3. La evaluativa respectiva a los juicios y opiniones hacia el sistema político.

López (2008) ofrece una definición más de cultura política desde esta visión normativa entendida como la conducta de los ciudadanos hacia sus líderes del sistema político, actitudes que están determinadas por la información que el individuo tiene de su gobierno y la evaluación que hace a partir de este conocimiento.

Por otro lado, desde el enfoque culturalista, Pareja (2011; 2012) considera a la cultura política como un proceso de atribución de significados en torno al poder dentro de un espacio público en el que confluyen numerosos procesos comunicativos que le dan sentido a las formas simbólicas de la cultura no solo política, sino a la cultura en lo general.

Bajo esta misma orientación, Krotz (1996) recupera el aspecto base de la misma cultura en su todo, por lo que incluye a la política como una dimensión más dentro de la cultura general de un individuo, ocasionando que la cultura política se encuentre entrelazada con todas las interiorizaciones que una persona tiene en sí.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Desde esta perspectiva, apunta García Jurado (2006), “la cultura política de un individuo implica una amplia gama de impresiones subjetivas” (p. 144), impresiones que corresponden a las dimensiones cognitiva, afectiva y evaluativa explicadas por Almond & Verba (1963).

Peschard (2001) también contempla a la cultura política como un código subjetivo que sirve de intermediario entre el ciudadano y la democracia, y que se constituye a partir de la percepción que se tiene de lo político.

Por lo tanto, y en línea con lo propuesto por Morlino (2007), la cultura política, en su ideal, debe ser congruente con el régimen de gobierno que prevalece en cada país, y para una nación democrática debe reflejar el apoyo, confianza y soporte que los gobernantes necesitan de sus ciudadanos (Inglehart & Welzel, 2003; García Jurado, 2006).

En cuanto a la construcción de la cultura política, Almond & Verba (1963) sustentan el estudio del problema a través de cuatro elementos básicos (citado en García Jurado, 2006):

1. “La cultura política es el campo de orientaciones subjetivas hacia la política de una determinada población nacional, o bien, de un segmento de ella.
2. La cultura política tiene componentes cognitivos, afectivos y evaluativos que incluyen conocimientos y creencias sobre la realidad política, sentimientos con respecto a la política y compromisos con ciertos valores políticos.
3. El contenido de la cultura política es el resultado de la socialización infantil, la educación, la exposición a los medios de comunicación y las experiencias adultas con el desempeño gubernamental, social y económico.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

4. La cultura política afecta la estructura y el desempeño político y gubernamental; la constriñe, ciertamente, pero no la determina. Las vinculaciones causales entre cultura y estructura y desempeño van en los dos sentidos” (p. 142).

Sobre estos postulados de Almond & Verba (1963), es fundamental retomar el primer punto que se refiere a los tratados sobre que la cultura política se condiciona como una serie de orientaciones subjetivas, que como García Jurado (2006), Duarte & Jaramillo (2009) y Coutiño & Luengas (2011) señalan, pueden corresponder a una población en general o a un segmento de esta denominada como subcultura.

Almond & Verba (1963) y Segovia (1975) ya habían aprovechan el concepto de subcultura política al contemplar que las características culturales de una población no son puramente homogéneas, sino más bien heterogéneas debido a que estos grupos sociales tienen una percepción de la realidad muy particular gracias a los contextos en los que se desenvuelven (García Jurado, 2006; García García, 2011).

Desde este postulado se deriva la importancia del estudio de la cultura política de los jóvenes, y en particular y para este caso, de los pre-ciudadanos, pues su contexto será diferente dependiendo de varias circunstancias.

Del segundo punto que integra la cultura política del individuo es importante mencionar la parte sobre la necesidad de inclusión de un conocimiento político, razón por la cual desemboca como una de las más importantes variables de este trabajo de investigación y del cual se profundizará en el siguiente subtítulo.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

El tercer elemento de construcción de la cultura política de Almond & Verba (1963) se refiere a aquellos agentes socializadores que proveen el contenido y los incentivos para su conformación, tales como la escuela y los medios masivos de comunicación, esto a través de un fenómeno comunicativo dentro de la esfera pública. Al igual que el conocimiento político, la socialización política se abordará en el espacio 3.3 de este marco teórico.

Es importante recalcar que la construcción de la cultura política es un asunto que se da de forma inherente, lenta y gradualmente dentro de la vida social, el cual es determinado por el contexto histórico y cultural presente en el sistema político, motivo por el cual el cambio de valores culturales se presenta a largo plazo y se remarca en generaciones (Inglehart, 2005; Duarte & Jaramillo, 2009; Pareja, 2011; Cuna, 2012).

A manera de resumen, la literatura sobre cultura política coincide en aspectos como actitudes políticas que la conforman, los procesos de socialización que son primordiales para que se genere, de ahí que varios de estos constructos sean tomados como variables para la presente investigación.

3.2.2. Conocimiento político

De acuerdo a García Trejo (2013), el estudio de la información política en el país es un campo fértil dentro de la ciencia social. La autora asevera que “la información política es para la democracia lo que el dinero para la economía: es la moneda de la ciudadanía” (p. 51), pues le ofrece al individuo datos y antecedentes para que pueden decidir mejor un voto, para que participen más activamente en la política o para que exijan lo justo y necesario a sus gobernantes (Flores & Meyenberg, 2000; Cózatl, 2011; Echeverría & Garay, 2011; Barabas *et al.*, 2012;

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Ferrin & Fraile, 2014). Es por ello que la primera variable que Almond & Verba (1963) definen en *The Civic Culture* es la de conocimiento político.

Cabe destacar la ambigüedad del concepto de conocimiento político, pues en muchas ocasiones se ocupan como sinónimos términos como información política, atención política y sofisticación política (Fraile, 2007). Para la presente investigación se entenderá información política como los datos que el individuo hace suyos, en línea con la visión de Segovia (1975), los cuales se convierten en conocimiento político cuando los interioriza y los aprovecha para sí mismo.

Brussino *et al.* (2008) y Caro *et al.* (2011) detallan que el conocimiento político es el nivel de entendimiento de los ciudadanos sobre temas políticos dentro del contexto en el cual se encuentran inmersos. Esta es una definición cercana a la de Milner (2007; citado en Saldierna *et al.*, 2015), quien señala que “el conocimiento político remite al hecho de que los individuos tienen comprensión sobre el sistema político en general”.

Por su parte, Barabas *et al.* (2012) afirman que el conocimiento político es un concepto central en el estudio de la opinión pública y de la cultura política, por lo que recuperan la definición de Delli Carpini y Keeter (1996) sobre que el conocimiento político es “la gama de información factual sobre la política que se almacena en la memoria a largo plazo” (p. 841).

De igual forma, Brussino *et al.* (2008) señalan que el conocimiento político es una variable con gran índice de medición a diferencia de otras dentro de la cultura política. Esta característica se debe a que sus elementos están relacionados con la historia y el contexto de los asuntos actuales, a pesar de que el conocimiento político corresponde a una cualidad de índole psicológica y cognitiva (Flores, 2012). Fraile (2007) y Nateras (2007) aseguran que por esta

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

cualidad, el conocimiento político es una de las variables más objetivas dentro de la ciencia social debido a que no hay respuestas incorrectas, pues sus reactivos se basan en juicios de verdad.

Sobre lo que se pregunta en elementos que involucren al conocimiento político, Barabas *et al.* (2012) identifican dos dimensiones que generalizan toda cuestión sobre esta variable: una temporal y una tópica.

La dimensión temporal del conocimiento político se relaciona con el momento en que se desarrolló un hecho y que tan reciente es, ya sean días, meses o incluso años. De ser más actual el evento, su trascendencia se amplificará por los medios de comunicación, mientras que de ser más antiguo el hecho, este se refleja en la literatura y en las enseñanzas escolares al considerarse al acto como cívico o histórico (Barabas *et al.*, 2012).

Por su lado, la dimensión tópica del conocimiento político va más enfocada al establecer el hecho dentro de una categoría política, cívica o institucional (Barabas *et al.*, 2012). Preguntas que se preocupen por lo tópico tienen que ver con aspectos específicos de la política, nombres de actores de gobierno, funciones de las instituciones y las reglas del juego del sistema (Nateras, 2007; Brussino *et al.*, 2008; García Trejo, 2013).

Autores como Flores & Meyenberg (2000), Brussino & Rabbia (2007), Nateras (2007), García Trejo (2013) y Ferrin & Fraile (2014) indican que hay varios elementos que determinan el conocimiento político de una persona, entre los que se encuentran su posición socioeconómica, su nivel educativo, su ocupación laboral, su género, su identificación partidista, la cobertura mediática –lo cual involucra el suministro, la accesibilidad y la calidad de la información-, entre

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

otros. Para Delli Carpini y Keeter (1996; citado por Barabas *et al.*, 2012), en la práctica, la educación es el factor más fuerte que determina el conocimiento político.

Aquí se recupera la argumentación sobre que el conocimiento político es la variable más objetiva en un estudio de cultura política, pues cada pregunta tendrá una respuesta correcta y una incorrecta sin importar la valoración o determinación que tenga el investigador sobre el problema y el tema (García Trejo, 2013).

Sin embargo, en la parte en la que los investigadores entran en debate sobre el uso del conocimiento político como variable para cuestionar en una encuesta está en la forma en que se pregunta (García Trejo, 2013). En esta línea, Barabas *et al.* (2012) y Ferrin & Fraile (2014) detallan que el formato de la pregunta, el contexto de la entrevista e incluso el género del entrevistador influye en las respuestas, ya que en ocasiones el entrevistado tiene miedo a responder mal y parecer una persona poco informada.

Ferrin & Fraile (2014) explican los dos métodos que se usan para preguntar sobre conocimiento político. La opción a respuesta cerrada incluye un abanico de opciones entre las que se deben incluir una respuesta de No Sabe. Este formato favorece al entrevistado puesto que le puede ayudar a recordar una información que no tiene presente en el momento. En el lado contrario, el abanico de opciones promueve que si el entrevistado no quiere reconocer que no conoce la respuesta y no quiere contestar No Sabe, se marque una opción al azar a ver si se atina, lo cual se debe contemplar como un sesgo en la recopilación de datos.

En el otro lado de la moneda, en la opción a respuesta abierta, el entrevistado deberá responder poniendo a prueba su aprendizaje cognitivo y su capacidad de recordar sucesos vistos en los medios, y ya el entrevistador codifica la respuesta como correcta o incorrecta (Ferrin &

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Fraile, 2014). Luskin & Bullock (2011) aseguran que en este caso pueden existir preguntas que sean demasiado exigentes para el ciudadano promedio, principalmente en los casos en que se pregunta un conocimiento muy específico (citado por Ferrin & Fraile, 2014).

Ferrin & Fraile (2014) recuperan el caso Rehnquist en un estudio realizado en Estados Unidos, en el cual se preguntaba por el puesto de William Rehnquist en 2000. En este ejemplo, en la codificación de los datos se especificó que fuera muy rigurosa la calificación de la respuesta abierta de los encuestados, y solamente se tomara como contestación correcta *Presidente del Tribunal Supremo de Justicia*. Varias personas ubicaron a Rehnquist como juez o miembro del Tribunal Supremo, y aun cuando estas respuestas pudieron ser correctas, el nivel de seriedad no lo dio así.

Es por ello que Gibson & Caldeira (2009; citado por Ferrin & Fraile, 2014) defienden el uso de la opción a respuesta cerrada porque es más fácil recordar una respuesta al verla escrita que recordar, por ejemplo, el nombre de un funcionario público desde cero. Sin embargo, en estos casos, se deben diferenciar bien las respuestas y no unir respuestas equivocadas con los No Sabe, ya que un error puede implicar un conocimiento de información política (Ferrin & Fraile, 2014).

Por otro lado, Rhee & Cappella (1997, citado por Muñiz & Maldonado, 2011), afirman que en gran medida, el ciudadano obtiene su conocimiento político de los medios de comunicación, incluso llegando a ser la fuente primaria de información política, ya sea de forma voluntaria o indirectamente debido a una exposición indirecta, por ello que todo individuo debe contar con un mínimo de información política sobre su entorno (Fraile, 2007).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

De forma general, Barabas *et al.* (2012) afirman que hay una tendencia central en que el nivel de conocimiento político aumente en medida en que la información política se encuentra en mejor disponibilidad, principalmente dentro de la dimensión temporal derivado de una mejor cobertura mediática del asunto.

Sartori (2008) apunta a que la existencia de ciudadanos mejor informados llevará consigo que estos tengan un papel más activo en la democracia, algo que Fraile (2007), Caro *et al.* (2011), García Trejo (2013), Ferrin & Fraile (2014) y Saldierna *et al.* (2015) respaldan al señalar que el conocimiento político promueve una mejor elección en decisiones políticas, mayor participación y mejor interés en los asuntos del gobierno.

Downs (2001) apunta que los gobernados de un sistema político democrático con ciudadanos menos informados es más fácil de manipular y controlar que los que están más informados debido a que el conocimiento político ofrece herramientas para desafiar a las autoridades en caso que no estén cumpliendo con su labor (citado en Hernández, 2008).

Finalmente, varios autores (Fraile, 2007; Barabas *et al.*, 2012; Ferrin & Fraile, 2014) aseguran que hay tres tipos de factores que determinan el conocimiento político de una persona. El primer factor tiene que ver con la habilidad, en el cual se enmarcan los niveles educativos o las oportunidades laborales; un segundo factor es la oportunidad, por ejemplo, la cantidad de cobertura informativa que obtiene una noticia; y finalmente la motivación, que tiene que ver con el interés o una preferencia partidista de la persona. No obstante, si se incluye la forma en que se pregunta sobre conocimiento político, se suma un factor más que es el metodológico (Ferrin & Fraile, 2014).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Dentro de los factores que condicionan los niveles de conocimiento político en los individuos, el interés por la política, mismo que se enmarca en los factores afectivos y motivacionales, es quizá el más decisivo. García Trejo (2013) y Ferrin & Fraile (2014) apuntan que si una persona no muestra disponibilidad a aprender sobre ciertos temas, en este caso el político, sus niveles de información serán reducidos. En este sentido, Segovia (1975) califica que el interés por la política debe ser el punto de partida para cualquier investigación de actitudes políticas.

Para medir el conocimiento político, en este estudio se realizan preguntas cerradas con una opción para responder No Sabe, mismas que en la codificación se traducirán como respuestas correctas o incorrectas. No obstante, también se incluyen algunas preguntas abiertas en cuestionamientos específicos.

3.2.3. Interés por la política

La variable de interés político se define como la selección del individuo por preferir ciertos temas sobre otros. Por esta razón, Catterberg & Moreno (2005) contemplan el interés por la política desde un enfoque más psicológico y cognitivo debido al gusto y la preferencia por la misma política.

Saldierna *et al.* (2015), por su parte, vislumbran que “el interés por la política constituye una de las actitudes que más influyen en la generación de ciudadanos más participativos” (p. 151), y que para producirse, en un primer paso debe presentarse un conocimiento político previo por parte del ciudadano ya que esta información predeterminada debería establecer un nivel de atención o no hacia asuntos políticos.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Por este motivo, el interés por la política también será un determinante de vital importancia en la profundidad del nivel de conocimiento político en la sociedad, ya que hay temas que requieren de una especialización más rigurosa, información con la que la gente en promedio no cuenta (Barabas *et al.*, 2012; García Trejo, 2013). No es lo mismo la información de actualidad política que se obtiene de los medios de comunicación que el conocimiento que se consigue por estudiar, por ejemplo, una carrera de derecho. En este caso, el interés por la carrera beneficiará al individuo con conocimientos más duros sobre cómo funciona el sistema legal o judicial de un país.

De igual forma, el interés por la política es fundamental por dos razones. La primera porque determina en una instancia inicial la exposición, por ejemplo, a un medio de comunicación, y en caso de haber inclinación positiva sobre el contenido que se ve, el nivel de atención será distinto (Muñiz & Maldonado, 2011). Si existe atención al contenido que se consume es más fácil que se mantenga presente en la mente del individuo en un largo plazo.

Rhee & Capella (1997, citado por Muñiz & Maldonado, 2011) demuestran con evidencia empírica que es mayor el efecto que produce una atención voluntaria a un medio de comunicación, en la que el sujeto elija por conveniencia propia, que una exposición genérica o por casualidad. En su estudio, Rodríguez & Muñiz (2009) detectaron que la atención a noticias de índole política ocasiona un mejor conocimiento político e interés por estos temas.

A su vez, el interés por la política también se ve reflejado en un indicador de la cultura política como la ideología o el partidismo. Esto se debe a que cuando un sujeto muestra predilección por un partido político o por alguna otra institución, genera más atracción hacia el entorno político ocasionando que requiera de informarse de lo que acontece en él (Dalton, 1984;

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

citado por Brussino & Rabbia, 2007). Esta relación entre interés, partidismo y conocimiento ha sido identificado por Paramio (1999; citado por Brussino & Rabbia, 2007), Valentino *et al.* (2001; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) y Barabas *et al.* (2012).

A su vez, en su texto, Hernández (2008) recupera una larga lista de estudios en los que se ha comprobado que mientras una sociedad posea mejores niveles de conocimiento político y de interés por la política, se cuenta con una mejor cultura política. Los resultados de la autora para el caso mexicano apuntan precisamente a que la carencia de estas dos variables, en particular, daña el avance democrático del país y promueven la existencia de rasgos autoritarios que favorecen a los gobernantes, argumento que es seguido por Flores (2012).

Sin embargo, esta cualidad no es innata del sistema político mexicano, Crespo (2007; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) y Casas (2011) afirman que “el ciudadano promedio no está esencialmente interesado en la política ni esta constituye uno de sus intereses primordiales” (p. 131), lo que ocasiona una cultura política pobre que muchas veces se limita al ejercicio del voto.

Cabe señalar que el vínculo entre conocimiento e interés por la política deriva en un concepto llamado sofisticación política (Muñiz, 2012a), ya que este término conlleva la relación del conocimiento político con el nivel de interés, el cual será mayor conforme la experiencia política de la persona sea mejor. Al respecto, el autor escribe que “el concepto de conocimiento político se encuentra íntimamente ligado con el de sofisticación política, puesto que el segundo necesita del primero para su conformación” (p. 58).

El presente estudio concuerda con la premisa inicial de que el interés por la política es la variable más importante para la cultura política. El ideal en la ciudadanía debe ser un interés por

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

la política fuerte, que vele por los intereses de la sociedad y que se involucre en los asuntos públicos del gobierno para el beneficio de todas las esferas.

3.2.4. Participación política y social

La variable relacionada sobre participación ha sido estudiada y discutida desde hace años existiendo una amplia variedad de clasificaciones y definiciones, aunque la revisión de la literatura generaliza cuatro tipos de participación en concreto: ciudadana, política, social, y comunitaria, para efectos de esta investigación, se recuperan los conceptos de las primeras tres clasificaciones.

Villarreal (2009) describe a la participación ciudadana como aquella en la que los ciudadanos se ponen en contacto con el Estado valiéndose del espacio público para la definición de metas colectivas y formas de alcanzarlas en beneficio mutuo.

Esta definición se acerca a la establecida por Ziccardi (2000) quien explica que la participación ciudadana se “refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas representando intereses particulares” (citado por Rodríguez, 2012: 270).

Precisamente, Rodríguez (2012) señala cómo la participación ciudadana es un punto de partida para promover una acción política en los ciudadanos a través del siguiente tipo de participación: la política, e incluso afirma que la misma participación política muchas veces acota a la participación ciudadana.

La participación política “tiene que ver con el involucramiento de los ciudadanos en las organizaciones formales y mecanismos del sistema político: partidos, parlamentos,

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

ayuntamientos, elecciones. Es una participación mediada por los mecanismos de la representación política” (Villarreal, 2009: 32).

Para Valenzuela *et al.* (2009), la participación política busca influir en el gobierno, aunque las actividades que enlistan pertenecen a tiempos electorales como el voto, trabajar en campañas políticas, donar dinero a candidatos, realizar peticiones a candidatos; estas labores también son mencionadas por Booth & Seligson (1984) como parte de la participación política.

En este caso, Somuano (2005) afirma que el voto electoral es la actividad por excelencia de la participación política y las democracias liberales, y a la que muchas veces la ciudadanía se limita.

Aunque se pueden encontrar similitudes entre los conceptos de participación ciudadana y participación política, la principal diferencia que este estudio encuentra se refiere al tiempo de acción del individuo. La participación política tiene que ver con el tiempo electoral, mientras que la participación ciudadana con la relación con el gobierno.

No obstante, diversos autores apuntan a que la participación ciudadana y política es necesaria para que las democracias funcionen correctamente, ya que la base ciudadana no solo debe elegir a sus representantes (participación política), sino también debe colaborar con ellos (participación ciudadana) (Hernández, 2008; Cuna, 2012; Rodríguez, 2012; Leyva *et al.*, 2016). En esta línea, Cuna (2012) recuerda que “la cultura política democrática se define como la cultura de la participación” (p. 115).

Finalmente, la participación social se define como el comportamiento individual o colectivo dirigido para resolver problemas en la comunidad. Esta incluye actividades como

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

voluntariado a quien lo necesite, apoyo a organizaciones no gubernamentales, participar en servicios comunitarios, ser miembro activo de organizaciones, entre otros (Valenzuela *et al.*, 2009).

La participación social es complementaria a las participaciones ciudadana y política, y se relaciona más con la generación de capital social. Esta participación no cuenta con el involucramiento de actores políticos, aunque sí puede darse para solucionar problemas más relacionados con el gobierno.

3.3. Socialización política, generadora de cultura política

La socialización política es el proceso mediante el cual los individuos hacen suya la cultura política en la que se ven inmersos, es el aprendizaje social de los valores, conductas y creencias con los que el individuo formará sus actitudes hacia el sistema político en el que vive (Flores & Meyenberg, 2000; Peschard, 2001; Nateras, 2007; Duarte & Jaramillo, 2009; García García, 2011; Cózatl, 2011; Leyva *et al.*, 2016).

El proceso de socialización política inicia desde la niñez y representa un ciclo que nunca termina con el que el individuo se familiariza con la política, en el cual se involucran todos los sujetos e instituciones con los que interactúa uno (González, 1996; Sánchez Ruiz, 1996; Flores & Meyenberg, 2000; López, 2008). Es por ello que Segovia (1975), Flores (2012) y Rodríguez & Muñiz (2009) indican que el análisis de la socialización política, en conjunto con el papel de los medios de comunicación, es importante para saber cómo se da la formación de una cultura política.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Dentro de la socialización política entra en juego un término de vital importancia como lo es la internalización, asunto que se cumple cuando el individuo logra una plena identificación con su realidad y se suma como un elemento más de su sociedad (Duarte & Jaramillo, 2009; Hernández & Mendieta, 2011) y que permite crear un consenso con la comunidad en términos de valores y creencias (Flores & Meyenberg, 2000).

En lo general, Leyva *et al.* (2016) incluyen tres factores que determinan como la socialización política de una persona se presenta, siendo estos elementos parecidos a los que determinan el conocimiento político.

“Los cognitivos, como la conciencia, el conocimiento y la imagen de políticos; los afectivos, como el interés, las actitudes hacia líderes políticos, los temas y el apego al sistema político, y los de comportamiento, como la discusión interpersonal y la participación política” (Leyva *et al.*, 2016: 54).

Uno de los espacios en el que la socialización política tiene lugar es el ámbito educativo. Varios autores coinciden en la importancia de la escuela para la formación política de los jóvenes (Gutiérrez, 1996; Flores & Meyenberg, 2000; Nateras, 2007; Hernández, 2008; Duarte & Jaramillo, 2009; Rodríguez & Muñiz, 2009; Coutiño, 2011; García García, 2011; Muñiz, 2012a; Saldierna *et al.*, 2015).

De acuerdo a Barabas *et al.* (2012) y Cózatl (2011), la educación promueve un espacio en el que los niños aprenden sobre política al otorgarles conocimientos específicos que son de importancia común. Si se motiva bien a un estudiante en esta etapa desarrollará de forma natural un interés por la política que lo orientará a ser un ciudadano consciente de sus responsabilidades.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En la escuela, principalmente en la educación básica, los estudiantes son alimentados con información política que se relaciona con ambas dimensiones del conocimiento político, tanto la tópica como la temporal, pero principalmente con temas del primero que ya son parte de la cultura general (Barabas *et al.*, 2012). Por lo tanto, en teoría, un individuo que llegue a su condición de pre-ciudadano debería contar con un nivel de conocimiento político promedio.

Cabe señalar que esta condición del nivel educativo de un ciudadano es la que postulan Catterberg & Moreno (2005) como una de las causas de la desafección democrática que prolifera en el mundo, ya que hace a una persona mucho más crítica hacia su entorno, lo que se interpreta así: mientras mejor nivel educativo se tenga, más crítico se es, pues como Hernández (2008) subraya, dota al ser humano de mayor capacidad reflexiva e intuitiva ante los problemas a los que se enfrenta. Esta tendencia la encontraron los mismos Catterberg & Moreno (2005) así como Booth & Seligson (1984), ambos en estudios en donde se comparó la cultura política en varios países democráticos del mundo.

En su texto, Duarte & Jaramillo (2009) recuperan postulados sobre la importancia de la educación en el proceso formativo político de los jóvenes. Los autores citan a González Casanova (2004) en la parte en que afirma que “dentro de toda estructura social hay una educación política” (p. 155), mientras que de Ornelas (1993) extraen los resultados de su estudio del sistema educativo mexicano el cual estaba configurado en el pasado para reproducir los valores de la ideología autoritaria del régimen. Hernández & Mendieta (2011) también hacen mención de González Casanova (1979) en su identificación sobre la existencia de su sistema educativo en México para beneficiar al régimen de gobierno.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En esta línea, Dewey (1954; citado por García Clarck, 2001) y Nateras (2007) aseguran que el papel de la educación con la democracia es la de formar individuos que estén preparados para asumir su rol en las actividades económicas, políticas y culturales dentro de una sociedad, cuyas enseñanzas se dirigen a que crezcan como ciudadanos prósperos y valiosos.

Otra de las instituciones que funcionan como agente socializador para la integración de la cultura política de un individuo es la familia, que junto con la escuela, es de las que convive en mayor medida con el niño en su infancia y los que influyen de mayor manera para la construcción de su cultura política (Segovia, 1975; Nateras, 2007; Pareja, 2012; Saldierna *et al.*, 2015; Leyva *et al.*, 2016).

Silverstone & Morley (1996; citado en Pareja, 2012) ubican a la familia como el agente socializador por excelencia que objetiva la cultura e interioriza la realidad, idea con la que también se familiarizan Flores & Meyenberg (2000), y aunque en los últimos años la familia haya perdido un peso integrador hacia su interior, esto en favor de una mayor independencia de las generaciones mas jóvenes como de la penetración del Internet (Sánchez Ruiz, 1996; Echeverría & Garay, 2011), la familia sigue brindando rutas para la adopción de valores, costumbres y tradiciones. Un ejemplo de ello son los hallazgos de Rodríguez & Muñiz (2009), quienes encontraron que ante un contenido visto en la televisión, los niños regiomontanos lo socializaban con sus padres para tener un mejor panorama del fenómeno.

Asimismo, Almond & Verba (1963) destacaron la socialización infantil que el niño experimentaba en su infancia para la configuración de su cultura política, identificando dos momentos claves: su educación infantil y su educación secundaria, al tiempo que el estudio del

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Unicef, citado en Saldierna *et al.* (2015), igualmente acuña a la socialización del niño como un proceso vital con el que se forma.

Bajo esta línea, Segovia (1975) identificó que es en la casa (familia) y en la escuela donde los niños socializan más. Sin embargo, los comportamientos de los niños varían de acuerdo al tipo de escuela al que van, si es pública o privada. Los niños que asisten a escuelas públicas debaten más de políticas en los centros educativos, caso contrario a los de instituciones privadas, que se sienten en más confianza con sus padres para hablar de estos temas.

La socialización política es por lo que existe una cultura política. En los estudios de cultura política en los sectores más jóvenes de la población se incrementa este concepto al ser la familia y la escuela los generadores de cultura más importantes en la infancia.

3.3.1. Conversación política, mediadora de cultura política

Estos procesos recíprocos de la socialización política se caracterizan por aprovechar la comunicación en su dimensión interpersonal, la cual es definida por Fernández Collado & Galguera García (2008) como la primera experiencia comunicativa de cualquier persona, misma que se aprende y fomenta en el hogar y la familia. Por su lado, DeFleur, Kearney, Plaz & DeFleur (2005) firman que la comunicación interpersonal es el proceso de usar el lenguaje humano, sea verbal o no verbal, para emitir y recibir mensajes entre los individuos de un grupo para compartir diferencias.

Para una democracia, esta comunicación interpersonal en la que se socialice la información, las ideas y opiniones sobre el gobierno adquiridas a raíz de diferentes procesos es

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

fundamental que se presente a través de conversaciones que permitan abrir nuevos horizontes y perspectivas al individuo sobre política (Muñiz & Maldonado, 2011; Muñiz, 2012b).

Kim *et al.* (1999; citado por Muñiz, 2012b) explican a la conversación política como la capacidad de las personas de vincular sus ideas, opiniones y experiencias con otras personas, sujetos que pueden o no tener una perspectiva de la realidad diferente (Rojas, 2006). Además, es importante que esta conversación política sea voluntaria y que no presente límites o restricciones para la discusión y argumentación.

De igual forma, autores como Rojas (2006) y Muñiz & Maldonado (2011) han recuperado lo valioso que son las conversaciones políticas en el efecto de la determinación de la cultura política, siendo igual o más importante que el consumo de medios de comunicación.

Incluso, de acuerdo a Muñiz (2012b), la conversación política sirve como un puente mediador entre las actitudes políticas de una persona y su consumo de medios, estando la exposición a los medios en una tarea anterior a la de conversación, motivo por el que se complementan. Esta relación de que la conversación política media el consumo de medios la encontraron Rodríguez & Muñiz (2009) en su estudio, cuando en sus resultados los niños demostraron que platican lo que ven en la televisión con sus padres.

Además, los individuos, cuando se enfrentan a estos procesos de comunicación interpersonal para socializar sus ideales sobre política, no lo hacen solos ni mal preparados. Cualquier sujeto tiene predisposiciones políticas que usa para saber cómo interpretar la información política que adquiere, predisposiciones que se han configurado gracias a la socialización política previa que han otorgado agentes como la escuela o la familia (Muñiz & Maldonado, 2011).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Por lo tanto, Kim *et al.* (1999, citado por Muñiz & Maldonado, 2011) señalan que la conversación política se considera “un bloque constructivo fundamental de la democracia” (p. 39) debido al impacto que tiene en la esfera pública y a pesar de que estas prácticas de comunicación se dan en un círculo más privado, lo que contribuye a que la democracia se torne más deliberativa y se alce como un componente básico de la cultura política (Cho *et al.*, 2009; citado por Muñiz, 2012b).

Gracias a la conversación política toman relación todos los actores que rodean a un sujeto, como la familia, amigos, vecinos, profesores o colegas, pues es por la discusión interpersonal que la socialización política se presenta (Segovia, 1975; Muñiz, 2012b).

No obstante, las prácticas comunicacionales también se circunscriben en un nivel mediático el cual involucra a los medios de comunicación como un agente más de socialización política (Díaz & Muñiz, 2017). Cabe destacar que los medios de comunicación fueron el objeto de estudio inicial de las ciencias de la comunicación (Scolari, 2008), incluso antes que la dimensión interpersonal, sin embargo, para el presente estudio se toman en cuenta estos dos aspectos, el consumo de medios y la conversación política, para la integración del conocimiento político y de la cultura política.

Esta fundamentación tiene su base en la tesis de Castells (2012), quien asegura que todas las formas existentes de comunicación, como la interpersonal y la de mediática, coexisten y se complementan entre sí, mientras que en la parte de la comunicación de masas, Scolari (2008) señala que ningún medio de comunicación ha sido eliminado por un siguiente, todos han congeñado hasta el surgimiento del Internet, plataforma a la que se han mudado para sobrevivir.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

El proceso de la socialización política se lleva a cabo mediante la comunicación, el poner en común las ideas políticas con los otros para fortalecer o cuestionar el conocimiento político con el que cuenta una persona, funcionando como agente mediador en la generación de la cultura política.

3.4. El consumo de medios como fenómeno socializador

Hoy en día, los medios de comunicación articulan y resignifican la política, sea en un régimen democrático o en un gobierno autoritario, al ampliar las acciones que los actores políticos realizan de forma que sean visibles para los individuos que consumen sus contenidos (Schreiber & García Luengo, 2004; García Luengo, 2005; Echeverría & Garay, 2011; Pareja, 2012). Incluso, Landi (1982) afirma que la intervención de los medios de comunicación en la política es necesaria para fomentar la democratización de los gobiernos, mientras que Flores (2012) alega que hoy en día la política se realiza en los medios de comunicación y Casas (2011) señala que estamos en una forma de gobierno llamada *mediocracia*.

De igual forma, Trejo (1990) es más duro al afirmar que en el mundo actual, “no hay cultura política contemporánea sin influencia [a veces definitoria] de los medios de comunicación de masas” (p. 66), pues ya sea a través de información, entretenimiento y publicidad, los medios de comunicación masivos construyen la identidad de cualquier individuo (citado por Gutiérrez, 1996).

Muñoz (2012a) alega que el consumo mediático debe contribuir al desarrollo democrático de los países, pues con el uso de los medios de comunicación, la ciudadanía aumenta sus

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

posibilidades de obtener información política que beneficie la calidad de la democracia, un fenómeno que Casas (2011) indica que efectivamente se ha presentado, pues los medios de comunicación han sido factor de coyuntura para las transformaciones sociales y políticas que ha tenido México.

En esta línea, Woldenberg (2004), basado en un contexto de apertura democrática, plantea que los medios de comunicación promueven la discusión política en un plano más público (citado en Pareja, 2012), fenómeno que ha coincidido con la expansión de los medios de comunicación masivos gracias a la innovación tecnológica en el ramo (Schreiber & García Luengo, 2004; Castells, 2012).

El estudio sobre la relación de la política y la comunicación, al igual que sucede con la cultura política, converge en un espacio multidisciplinario que indaga tanto lo que se dice desde los medios como lo que la audiencia interpreta. A dicho campo se le nombra comunicación política (Pareja & Molina, 2011), mismo que debe contemplar tiempos más allá de los electorales y de campañas políticas (García Luengo, 2005).

De igual forma, Pareja (2012) considera obligatorio el estudio de la comunicación política y sus procesos, tanto como fenómeno como campo de estudio, al ser parte central de la construcción de la cultura política de una sociedad, y el cual tuvo un impulso importante a raíz no solo de la elección presidencial de 1988, sino de la de 2006 (Pareja, 2011).

Dentro del campo de la comunicación política, Aruguete & Muñiz (2012) dividen los estudios sobre los efectos del consumo de medios en la cultura política de un individuo entre los que apoyan el interés ciudadano por la política y los que crean desafección y desconfianza

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

política, los cuales se enmarcan en las Teorías de malestar mediático y movilización política que se abordarán en el subtítulo 3.5.

Debido a esta razón, autores como Casas (2011), Muñiz & Maldonado (2011), Leyva *et al.* (2016) y Díaz & Muñiz (2017) consideran que los medios de comunicación se han convertido en puentes de transmisión de información política para la población, ya que es muy difícil que la ciudadanía tenga acceso o contacto directo con sus representantes, además de que los medios deben hacer la política más amigable para la sociedad, pues ésta considera a la política muy complicada de entender, como lo reflejan los resultados de la Encup (2014) en sus múltiples años de aplicación.

Estas dos tareas de los medios de comunicación con la política son señaladas por McCombs & Evatt (1995; citado por Muñiz & Maldonado, 2011; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) como un rol de alerta al público sobre lo que cambia en la esfera política y como un rol de traductor del lenguaje político a un habla coloquial para hacerla más comprensible. Sin embargo, para llegar a este cometido, los medios deben ofrecer una cobertura objetiva y balanceada del acontecer político para promover una buena democracia (Casas, 2011).

En particular, Sánchez Ruiz (1996), Flores & Meyenberg (2000) y Orozco (2001; citado por Rodríguez & Muñiz, 2009) destacan la importancia que ha tenido la televisión en la formación de la cultura general al ser un referente común para la sociedad en la que se transmiten asuntos de interés. En esta línea, Caldevilla (2010) llama a la televisión como el *rey de las comunicaciones* por haber sido artífice de la verdadera revolución mediática debido a su forma tan abrupta y decisiva de adentrarse en la vida del ser humano. En cuanto a la política,

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Nimmo (1976) considera que con el surgimiento de la televisión, la comunicación y la política se aliaron más fuerte que nunca (citado por Pareja, 2011).

Esta visión es compartida por Jorge & Miró (2011) cuando apuntalan tareas obligatorias de los medios de comunicación para con la política como los son formar una agenda, difundir las plataformas de gobierno e incentivar a los ciudadanos a decidir y participar en decisiones políticas, es por ello que Perse (2006; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) comenta que los medios son primordiales en la socialización política y en la conformación política de una sociedad.

Por estos motivos, en su análisis de finales del siglo XX, Flores & Meyenberg (2000) resaltan que aunado al desplazamiento que han tenido instituciones como la familia y la iglesia en las nuevas generaciones, los medios de comunicación se alzan como los grandes agentes socializadores de la actualidad.

A su vez, el proceso de recibir información a través de los medios de comunicación, detalla Muñiz (2012a), se lleva a cabo en el individuo mediante un filtrado cognitivo en el cual se involucran aspectos como su conocimiento previo y la socialización que haga con esta información a través de la comunicación interpersonal.

Junto con la familia y la escuela, los medios de comunicación son uno de los agentes de socialización política más fuertes en los públicos jóvenes, además de que los mismos medios han servido a la política para acerca a la sociedad este tema, a veces siendo la única fuente sobre lo que acontece en la esfera pública.

3.4.1. El nuevo escenario de medios de comunicación

El estudio de la comunicación política y de los mismos medios de comunicación debe contemplar el nuevo escenario que los cambios tecnológicos y económicos de las dos últimas décadas han traído a la esfera mediática (Jorge & Miró, 2011).

La revolución digital de las últimas décadas, observó Landi (1982), ocasionó el nacimiento de nuevos medios de comunicación, para que después esta ampliación de soportes mediáticos derivara en una concentración económica de los medios en grandes conglomerados con objetivos más financieros que comunicativos. Esto se debe a que estos emporios se rigen más por una condición de mercado que por sus responsabilidades informativas (Rodríguez & Muñiz, 2009; Jorge & Miró, 2011, Castells, 2012). A este fenómeno, Scolari (2008) lo llama convergencia industrial o empresarial de los medios de comunicación

Bajo esta misma línea, García Luengo (2005) explica que estos fines proselitistas de las grandes empresas de comunicación han llevado a “la espectacularización o sensacionalización de los contenidos, incluyendo los de naturaleza política, con el objetivo de alcanzar los mayores índices de audiencia” (p. 14).

Es importante señalar que los contenidos de los medios, los que a su vez tienen que ver con el consumo mediático, principalmente para la construcción de la cultura política, son los que funcionan como detonantes socializadores (Pareja, 2012). La separación entre los contenidos mediáticos se puede hacer en relación a su carácter de entretenimiento y de una finalidad informativa, normalmente noticiosa.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En caso de que dicha división se elimine por la sensacionalización de la estructura con la que se arma el mensaje, se atenta contra el cometido de los medios de comunicación con los ciudadanos (García Luengo, 2005) al igualar los productos en una sola forma para presentarlos a la audiencia. Desafortunadamente, esta tendencia de contar historias e integrar los géneros en un solo *infoentretenimiento* es una tendencia de la comunicación mediática de la actualidad (Castells, 2012).

En los casos prácticos, se ha identificado que los contenidos de entretenimiento impactan de forma negativa en actitudes como el conocimiento o la participación política; de forma contraria, la atención a contenidos de política generan un efecto positivo en los temas que se relacionan con ella, teniendo como ejemplo de ambos casos los estudios de Rojas (2006) y Muñiz & Maldonado (2011).

A su vez, este nuevo escenario de medios de comunicación ocasiona que la cobertura política resulte en la presentación de información instantánea, y en ocasiones especulativa, por encima de la profundidad y el debate racional de la información. Además, que la concentración mediática se mercantilice en forma de oligopolios intensifica el control corporativo de la información que se piensa transmitir lo que podría originar un sesgo en la noticia para el beneficio de unos cuantos (Jorge & Miró, 2011).

Otra consecuencia que identifican Jorge & Miró (2011) de esta nueva configuración de los medios de comunicación va dirigida hacia el trabajo del periodista. Esta profesión ha visto reducidos sus tiempos para el ejercicio de su labor, pues antes la información se presentaba en diferentes etapas en el día, siendo la mañana y la noche los más importantes, con lo que el periodista tenía más tiempo para el tratamiento de la información.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

En esta línea, Castells (2012) cita el postulado de Salaverría (2003) sobre el nuevo periodista que ha sido resultado de la revolución tecnológica y digital de los medios de comunicación: el periodista multimedia que hace labores multi-área, como redacción, fotografía o edición, y labores multi-plataforma, trabajando en varios medios al mismo tiempo y compartiendo su trabajo en diferentes canales de transmisión.

Los medios de comunicación no son los mismos hoy que hace cinco, diez o veinte años. La forma de producir información ha cambiado con el propósito de captar la atención del individuo gracias al surgimiento del Internet, plataforma que integra varias opciones para tratar un mensaje, a veces perdiendo la fiabilidad de la fuente.

3.4.2. Internet y Tecnologías de Información y Comunicación, artífices de la hipermediación

La evolución de los medios tradicionales de comunicación, que Fernández Collado & Galguera García (2008) consideran desde la fotografía en 1826 hasta la televisión en 1926, omitiendo a la prensa escrita de esta línea del tiempo, tardó exactamente un siglo de la existencia del hombre para que el avance científico brindara estas nuevas posibilidades para la comunicación humana.

La brecha más larga en esta línea del tiempo de la evolución de los medios se encuentra entre el desarrollo del cine en 1895 y de la televisión en 1926, un periodo que tardó 31 años para progresar. Sin embargo, este rango queda corto con el surgimiento del Internet hacia finales del siglo XX y su más cercano soporte, la televisión en el primer tercio del siglo XX, en un lapso de poco más de setenta años.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Cabe señalar que Caldevilla (2010) considera que cada medio de comunicación, desde su nacimiento, ha estado fuertemente ligado a las esferas políticas, pues estas han aprovechado dichas tecnologías para difundir su propaganda al pueblo y con ello legitimarse en el poder.

Sobre el Internet, Islas & Arribas (2010) consideran que McLuhan fue capaz de predecir la llegada de esta tecnología en su obra *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano* de 1964 cuando describió las etapas de evolución de las formas de comunicación que ha desarrollado el hombre.

De acuerdo a McLuhan (1964), la primera era corresponde a la pre-literaria con el predominio de la palabra leída; la segunda era correspondió a la palabra escrita de los periódicos impresos; y en una tercera era dominó la electricidad con soportes como la radio y televisión. La predicción de McLuhan la hace con la prospectiva de una nueva era a la que llamó la *Edad de la Información*, augurando la llegada a su famosa *Aldea Global* (citado en Islas & Arribas, 2010).

“Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación” (McLuhan, 1964; citado en Islas & Arribas, 2010: 148).

En otro texto, Islas & Gutiérrez (2003) detallan que el Internet es el medio de comunicación que expresa perfectamente el concepto de *Aldea Global* de McLuhan, ya que debido a su complejidad y perfeccionamiento ofrece la plataforma para que converjan tecnológicamente los medios de comunicación tradicionales.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Es por ello que Islas & Gutiérrez (2003) consideran a McLuhan como el auténtico innovador de la teoría de la comunicación, pues concuerdan con su premisa de que los medios de comunicación son prolongaciones del hombre, y de que las tecnologías de información cada vez se acomplexan más, acelerando el ritmo y el devenir de la historia del hombre.

Por su parte, Castells (2012) asegura que con el Internet surgió un nuevo modelo de comunicación, la *autocomunicación de masas* o *comunicación interactiva*, con el cual es posible enviar mensajes a muchos destinatarios -comunicación de masas- en tiempo real, y cuyo principal generador de información es el mismo usuario -autocomunicación y comunicación interactiva-.

En esta línea, Scolari (2008) explica al Internet citando palabras de Burnett & Marshall (2003: 59): “La web es, simultáneamente, una forma de comunicación de masas y un uno-a-uno” (p. 92). Es de masas por su capacidad de llegar a una gran audiencia, igual que la televisión y la prensa, pero también promueve la comunicación interpersonal porque un solo usuario es el que dispone del Internet, característica que ha demolido el viejo paradigma de la comunicación de masas.

Este nuevo modelo de comunicación interactiva o autocomunicación de masas ha sido posible gracias a una transformación en tres diferentes ámbitos de la comunicación, según detalla Castells (2012).

La primera es una transformación tecnológica, misma que también considera Scolari (2008), la cual se basa en la digitalización de la comunicación y el boom de Internet y su capacidad de transmitir información a través de redes inalámbricas, principalmente gracias a los teléfonos celulares (Castells, 2012).

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Esta digitalización es clave, pues ofreció la posibilidad de la hipertextualidad del contenido y la reticularidad de un modelo de muchos a muchos, cuyo resultado es la interactividad del usuario, a diferencia del modelo tradicional de medios de comunicación que se caracterizaba por su tecnología análoga, un esquema de difusión de uno a muchos y la pasividad del usuario ante la limitada capacidad de respuesta que podía tener (Scolari, 2008).

Castells (2012) considera al Internet como un medio de comunicación interactivo, el cual seguirá aumentando su dominio conforme las generaciones pasadas vayan desapareciendo. Desafortunadamente, la dependencia de la comunicación interactiva con el Internet deriva en el surgimiento de una brecha comunicacional y digital con sectores que no cuenten con esta posibilidad de conexión.

No obstante, las sociedades más vulnerables han invertido parte de sus recursos para no estar rezagados en este modelo de comunicación interactivo, lo que lleva a Castells (2012) a asegurar que el Internet no se consume como cualquier otro medio, sino que Internet se vive al converger esta tecnología en todo el día a día de un individuo. En la actualidad, se trabaja con Internet, se habla con alguien por Internet, se informa a través de Internet, se entretiene en Internet, se pagan servicios públicos por Internet, entre muchas otras actividades.

Debido a esta razón de que el Internet se vive, es por lo que los medios de comunicación tradicionales han buscado hacerse de un espacio en la red de redes. Canales de noticias tienen su espacio en YouTube y los periódicos más importantes tienen su propia página web (Castells, 2012). A este fenómeno, Scolari (2008) lo denomina como convergencia digital de los medios de comunicación.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Esta mudanza de los medios tradicionales a Internet deriva en la segunda transformación que justifica Castells (2012): la institucional. La revolución institucional ha cambiado el modo en que se organiza la comunicación mediática gracias a fenómenos como asociaciones empresariales, globalización de la información y diversificación de los mercados.

A su vez, la propiedad de los medios de comunicación se ha concentrado en grandes empresas que ofrecen sus contenidos a través de diferentes plataformas. Esta integración de un nuevo sistema multimedia es fundamental para comprender la comunicación en el siglo XXI (Castells, 2012), un esquema de relaciones que el propio autor dibuja de forma muy clara. Este es el mismo fenómeno que Scolari (2008) nombra como convergencia industrial o empresarial de los medios de comunicación, el cual fue explicado párrafos más arriba.

Finalmente se encuentra la transformación cultural, la cual se ha presentado desde la audiencia y en cómo han surgido campos culturales propios de esta nueva era de los medios de comunicación, como lo son el comunismo o el individualismo, por nombrar algunos. A su vez, el comportamiento de la audiencia es fundamental en el modelo de comunicación interactiva al generar nuevas formas de comunicación punto a punto y romper con el esquema hegemónico de los medios de comunicación tradicionales gracias al activismo que pueden tener los usuarios de Internet (Castells, 2012).

Caldevilla (2010) va más allá del propio Internet y hace referencia al surgimiento de la llamada Web 2.0, una etapa muy particular de la historia de la plataforma, como promotor del aplejado nuevo esquema de los medios de comunicación. A diferencia de la Web 1.0, en la Web 2.0, el usuario rompe con el modelo de comunicación horizontal al ser él mismo el que produce contenido, consume el contenido y difunde el contenido. Por su parte, Scolari (2008)

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

define a la Web 2.0 como “una red de usuarios interactuando entre sí mediatizados por documentos compartidos y dispositivos de comunicación” (p. 93).

Un baluarte importante de esta Web 2.0 son las Tecnologías de Información y Comunicación, todas aquellas herramientas y avances que han revolucionado la forma de comunicarse del ser humano, y entre las que se encuentran las llamadas redes sociales, las cuales se forman a partir de una plataforma creada por un proveedor para que los usuarios interactúen en ella (Caldevilla, 2010).

Caldevilla (2010) también hace mención en como la Web 2.0, pero muy en especial las redes sociales, ha eliminado la función de los medios de comunicación tradicionales como intermediarios entre políticos y ciudadanos, ya que gracias a estas plataformas, los ciudadanos pueden enterarse de las acciones de los políticos en primera persona y en directo desde las cuentas de los actores políticos, sin esperarse a que los medios den a conocer sus tareas a través de las noticias.

Un hito del uso de las redes sociales en la política es sin duda la campaña presidencial de Barack Obama en 2008 y el cómo el ex presidente de Estados Unidos se valió de estas herramientas para acercarse a la gente como nunca se había visto (Caldevilla, 2010). Precisamente, Scolari (2008) y Casas (2011) señalan esta característica de ofrecer una nueva alternativa de comunicación más fácil y directa como la valía de las redes sociales para la política, fenómeno que comienza a ser estudiado desde la comunicación política (Atilano, 2016).

Sin embargo, las Tecnologías de Información y Comunicación, en general y como herramientas que han acercado al ser humano (Casas, 2011), también han ocasionado dudar de las fuentes de información y cuestionar las creencias de cada uno (Pareja & Molina, 2011), ya

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

que debido a que cualquiera puede generar información, muchas veces carece de fuentes verificables.

Otra característica de las Tecnologías de Información y Comunicación es el paralelismo que ofrece en el consumo de medios de comunicación. Casas (2011) y Castells (2012) señalan que la gente no solo ve televisión o escucha radio, sino al mismo tiempo manda correo electrónicos, escribe en Twitter para expresar su opinión sobre lo que está sintiendo y platica con sus iguales sobre lo que está observando.

Este es el resumen del modelo de autocomunicación de masas que define Castells (2012), un universo multimodal, multicanal y multiplataforma en el que la simultaneidad de la práctica comunicativa gira en torno a Internet gracias a una audiencia creativa y activa que remezcla todo el contenido que consume.

Esta nueva configuración mediática comienza a hacerse sentir en los estudios más recientes sobre comunicación. Sunkel (2002) analiza la obra de Martín-Barbero y observa cómo el autor en sus últimas publicaciones incluye el cambio en el contexto social, cultural y tecnológico que han tenido los medios de comunicación. En la misma línea, García Luengo (2005; 2016) y Atilano (2016) llaman la atención a la necesidad de incluir el Internet en el estudio de la comunicación política dado el creciente nivel de apoyo que posee dicha plataforma, un escenario que ha brindado la oportunidad de dar un mayor seguimiento a la información política (Flores, 2012).

Hanson *et al.* (2010, citado por Muñiz & Maldonado, 2011) identifican que plataformas como los blogs y las redes sociales, mismas que entran en la categoría de la Web 2.0 y las Tecnologías de Información y Comunicación, se han alzado como agentes de “transmisión de

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

información y generación de unos mejores niveles de cultura política entre los jóvenes” (p. 34).

Esta misma aceptación la mencionan Dalton & Wattenberg (2000, citado por Brussino & Rabbia, 2007) y García Trejo (2013) al apuntar que la accesibilidad que ofrecen estas ya consolidadas plataformas ha contribuido a reducir brechas entre la sociedad y la política, potencial que en muchas ocasiones es inimaginable, y para ello solo hay que ver el poder que plataformas como Facebook y Twitter han tenido en el campo político (Pareja & Molina, 2011).

No obstante, los mismos medios de comunicación tradicionales, siendo estos la prensa, radio y televisión, han sufrido de cambios en este nuevo escenario de medios para adaptarse debido a una crisis en el modelo de comunicación de uno a muchos que ocasionó la descentralización de la información en Internet (Scolari, 2008).

La televisión ha visto como el cable, el satélite y el video en demanda han ganado su lugar y han mejorado la capacidad de transmisión de más programación, segmentada por audiencia y con la opción de ser consumida cuando el usuario lo quiera, sin sujetarse a un horario, con lo que se ha desvanecido el conocido *prime time* de la televisión tradicional y surgiendo el *my time* del video en streaming (Castells, 2012).

La radio se ha trasladado al Internet ocasionando un aumento de emisoras, lo que todavía le ofrece el título de ser el medio de comunicación más adaptable de todos. A su vez, el audio digital y los catálogos grabados, también conocidos como podcast, ofrecen al usuario nuevas formas de experimentar la radio (Castells, 2012).

Mientras que la prensa escrita, como ya se ha planteado en párrafos anteriores, ha visto disminuido su tiraje impreso en favor de su mudanza a los portales de noticias que se actualizan

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

en tiempo real. Además, la labor del periodista ha evolucionado para ser también multimedia (Salaverría, 2003; citado por Castells, 2012).

Scolari (2008) habla de este nuevo escenario de medios como hipermediación, eliminando el prefijo de nuevo porque en un momento será obsoleto este término al consolidarse como un modelo de comunicación dinámico, activo y descentralizado, característica que también firma Castells (2012) al considerar que estamos ante el precursor de un nuevo modelo de comunicación interactivo.

“Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectado tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008: 113-114).

Los jóvenes, y principalmente los millennials, dan sustento al escenario en el que el Internet se ha adueñado del resto de los medios de comunicación. Sin embargo, el Internet perjudica a la política en la parte en que el usuario puede elegir qué ver, y si no se interesa por la política, simplemente no la buscará.

3.5. Las Teorías de los efectos mediáticos

El estudio de la comunicación ha visto cómo la disciplina desarrolló teorías para explicar los efectos de los medios de comunicación en la audiencia como principal problema de investigación. La comunicación política se ha visto beneficiada de esta literatura principalmente con las denominadas Teorías de los efectos mediáticos.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

García Luengo (2005) enlista bajo las Teorías de los efectos mediáticos los postulados correspondientes a la Teoría de la agenda setting, Teorías de la persuasión y Teorías de la (des)movilización política. En estas últimas se encuentran la Teoría del malestar mediático y la Teoría de la movilización política, las cuales son las que se recuperan para la presente investigación.

3.5.1. Teoría del malestar mediático

El primer indicio de la teoría del malestar mediático data de 1966 con el trabajo de Lang & Lang cuando sugirieron vínculos entre los canales de información mediáticos y el descontento de la ciudadanía con la política. De acuerdo a estos autores, los contenidos de la televisión acentuaban los conflictos políticos de la elite gobernante y fomentaban el cinismo en su audiencia, lo que intensificaba una cultura política incongruente con el sistema político (Schreiber & García Luengo, 2004; Aruguete & Muñiz, 2012, Díaz & Muñiz, 2017).

Un año después, en 1967, Robert Dahl ocupa por primera vez los términos televisión y malestar en su texto *The City and the Future of Democracy*, lo que daría pie a un estudio sobre la conexión entre el desencanto político y los medios de comunicación (García Luengo, 2005; Aruguete & Muñiz, 2012).

Sin embargo, no sería sino hasta 1976 con Michael Robinson cuando se popularizó el concepto de *videomalestar* o *videomalaise* en su artículo *Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of The Selling of the Pentagon*. La acepción del videomalestar como un nombre alternativo de la Teoría del malestar mediático tiene su base en este estudio ya que en aquellos años era total el análisis que se hacía sobre los efectos de los medios en la televisión en el comportamiento de la población, efectos que en lo general

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

ocasionaban disminución en la confianza hacia el sistema político (García Luengo, 2005; Rojas, 200; Muñiz & Maldonado, 2011, Díaz & Muñiz, 2017).

Robinson (1976) encontró seis factores que se interrelacionan para explicar el crecimiento del videomalestar, mismos que son citados en Schreiber & García Luengo (2004):

1. “La magnitud y forma anómalas de la audiencia televisiva.
2. Las percepciones públicas sobre la credibilidad de los programas.
3. El carácter interpretativo de la cobertura informativa.
4. El énfasis en lo negativo de los informativos televisivos.
5. El acento en el conflicto y la violencia de los reportajes.
6. El sesgo anti-institucional de los programas informativos de la televisión” (p, 133).

El postulado principal de la Teoría del malestar mediático, según recuperan autores como Rojas (2006), Jorge & Miró (2011), Muñiz (2012a) y Díaz & Muñiz (2017), es que se asume que el impacto de los medios de comunicación en la audiencia genera desconfianza, alienación y desinterés político debido a la cobertura obsesiva de casos sensacionalistas y a la supremacía de contenidos de entretenimiento relegando a la información noticiosa a un segundo plano.

En resumen, Schreiber & García Luengo (2004) y García Luengo (2005) sostienen que la Teoría del malestar mediático asume dos puntos medulares:

1. Los procesos de comunicación política a partir de los medios de comunicación tienen un impacto significativo sobre el compromiso cívico de los ciudadanos.
2. De forma desafortunada, esta repercusión se produce para formar una orientación negativa.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

La Teoría del malestar mediático ha tenido especial aplicación en el contexto estadounidense gracias a autores como Cappella y Jamieson (1997) o Valentino *et al.* (2001), con una reciente penetración en el ámbito europeo debido a De Vreese (2005), De Vreese & Elenbaas (2008) y Jackson (2011), estudios citados por Muñiz & Maldonado (2011).

No obstante, Putnam (2002) hace énfasis en la ambigüedad de la creencia de la teoría al considerar que si se reajustan las categorías del malestar mediático, los resultados que se obtienen se acercan más a los postulados de la Teoría de movilización política (citado en García Luengo, 2005), confirmando la intrínseca relación entre ambas teorías.

3.5.2. Teoría de la movilización política

En oposición a la Teoría del malestar mediático, la Teoría de la movilización política surge a modo de falsación de las hipótesis del *media malaise* al observar actitudes políticas reforzadas por los medios de comunicación cuestionando el discurso central del videomalestar (Schreiber & García Luengo, 2004).

García Luengo (2005) recupera algunos hallazgos de inicios de los noventa que hicieron dudar de la Teoría del malestar mediático asociados con estudios de los efectos de los medios de comunicación en la ciudadanía:

1. “No existe prueba de que el malestar político esté asociado con la exposición elevada a los medios televisivos en general.
2. La lectura frecuente de periódicos de información general está conectada de forma significativa con indicadores de conocimiento, entendimiento e interés políticos.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

3. El consumo de noticias televisivas de carácter político presenta una tendencia similar al anterior, aunque algo más débil, pese a que comprende a un mayor número de ciudadanos” (p. 16).

En este sentido, Perse (2006; citado por Aruguete & Muñiz (2012) encontró validación al segundo punto en que la prensa escrita se constituye como un actor fundamental para la generación de una mejor cultura política congruente a lo que requiere una democracia estable.

Por lo tanto, en la Teoría de la movilización política o cognitiva se asume que el consumo de medios de comunicación genera en sus usuarios un mayor compromiso cívico y confianza pública en los asuntos políticos, mejores niveles de información política y una mayor capacidad de pensamiento y acción política (Jorge & Miró, 2011; Muñiz, 2012a; Díaz & Muñiz, 2017).

Estudios como los de Martin (2001) y Voltmer & Schmitt-Beck (2001) sustentan la Teoría de la movilización política al comprobar el aporte de los medios de comunicación en la consolidación democrática de las naciones más recientes en adoptar esta forma de gobierno, por lo que existe una mejor congruencia entre la democracia y la cultura política de sus ciudadanos (citado en García Luengo, 2005).

A su vez, Schreiber & García Luengo (2004), Rojas (2006), Muñiz & Maldonado (2011) y Aruguete & Muñiz (2012) citan los aportes de Norris (2000) sobre una premisa muy particular de esta teoría: el círculo virtuoso. Al recuperar la tradición de la Escuela de Columbia que concebía a los medios como ejecutores de una fuerza positiva sobre la democracia, esta autora ejemplifica un modelo a modo de proceso y ciclo en el que existe una doble direccionalidad: el ciudadano más sofisticado políticamente es el que se expone a la cobertura mediática de los

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

asuntos públicos promoviendo su activismo y regresando a los medios para buscar más información y contenido político.

Saldierna *et al.* (2015) explican la Teoría del círculo virtuoso “al apuntar que las personas más activas políticamente accederán a contenidos informativos y acrecentarán su información, generando a su vez mayor activismo en todas sus facetas” (p. 62).

Cabe señalar que García Luengo (2005) reconoce que los autores circunscritos a la Teoría de la movilización política aceptan que variables como la educación concede importancia a los niveles de conocimiento e interés político que los ayudan en sus procesos de conversación política, favoreciendo la movilización ciudadana tanto en el nivel cognitivo como en el del comportamiento.

La relación entre la Teoría del malestar mediático y la Teoría de la movilización política es tan estrecha que Rojas (2006) considera que más que determinar si hay una relación, sea positiva o negativa, entre el tipo de medio y la configuración de la cultura política, parece más adecuado afirmar que es el contenido que se consume y el uso que el individuo hace con la información lo que influencia en la actitud del individuo.

4. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación se enmarca dentro de los trabajos del Cuerpo Académico en Opinión Pública y Cultura Cívica del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico (ICGDE) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), grupo de trabajo que abonó en la retroalimentación y armado del instrumento. De igual forma, se contó con el apoyo de miembros del Laboratorio de Investigación Social Aplicada (LISA) del ICGDE, quienes apoyaron en la supervisión y aplicación del instrumento.

4.1. Tipo de estudio

4.1.1. Método

Una investigación de índole social puede tener dos propiedades, cuantitativa y cualitativa. Determinar el método adecuadamente abre las puertas para la definición de los siguientes puntos, y elaborar así una técnica de recolección de datos beneficiosa.

Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio (2014) explican las características principales de estos tipos de investigación. El enfoque cuantitativo basa su método en números. Las estadísticas que se obtengan al analizar la información deben probar una hipótesis previamente pensada, misma que debe englobar la inquietud de la investigación. La investigación cuantitativa se basa en una técnica mucho más estructurada: el cuestionario. El diseño del cuestionario hace posible la medición de las variables gracias a la codificación natural

MARCO METODOLÓGICO

de los reactivos. Hernández Sampieri *et al.* (2014) enlistan las características más importantes del enfoque cuantitativo:

1. La redacción de una hipótesis, la cual se aprobará o rechazará al finalizar la investigación
2. La recolección de los datos se fundamenta en la medición, a partir de procedimientos ya aceptados por la comunidad científica
3. Los resultados son fríos, analizados mediante valores numéricos con procesos estadísticos.

Por su parte, la investigación cualitativa reconstruye la realidad con base en observaciones gracias a la calidad descriptiva que se obtiene de las propias experiencias de las personas y sin necesidad de una medición numérica. Asimismo, López & Sandoval (2006) numeran las características fundamentales de la investigación cualitativa:

1. Es inductiva, ya que el investigador desarrolla conceptos, comprensiones y pautas debido al diseño de la investigación no tan estricto.
2. El escenario de la investigación es un todo contextual, no grupos reducidos.
3. El investigador es susceptible a los efectos de posibles resultados, incluso antes de la resolución de las respuestas.
4. Se trata de comprender a las personas dentro de su marco de referencia social.
5. El investigador debe apartar sus creencias, no dar nada por entendido, incluso al finalizar la investigación.
6. Todas las perspectivas son valiosas.
7. Los estudios cualitativos son humanistas.
8. Permanece próximo al mundo empírico, o a la *realidad*.

MARCO METODOLÓGICO

9. Cualquier persona o escenario puede ser estudiado
10. La investigación cualitativa alienta a crear un método diferente para cada averiguación.

El modelo elegido para desarrollar esta investigación es el enfoque **cuantitativo**. Como ya se indicó en páginas anteriores, se busca aplicar el modelo de análisis que ha implementado Muñiz (2012a) en el área de Monterrey, con el cual ha investigado la relación entre los hábitos comunicativos y determinadas variables de la cultura política en los pre-ciudadanos.

4.1.2. Alcance

Una investigación parte de un propósito que en gran medida establece el alcance que se le dará a la misma. Este alcance depende básicamente de dos factores, el estado actual del tema, conocido por la información literaria obtenida; y el rumbo que se le pretende dar al estudio, el cual es totalmente subjetivo. En esta línea, Rosado (2003) explica los alcances que puede tener una investigación.

El estudio exploratorio se lleva a cabo en un área problema debido a que examina un tema poco estudiado, y conforme va avanzando, el investigador es capaz de formular hipótesis más definidas que marcarán tendencias en el tema. Es la base para futuras indagaciones (Rosado, 2003).

La descripción en una investigación registra, analiza e interpreta condiciones del momento, ya sea comparando o estableciendo relaciones causa-efecto para llegar a la explicación exacta del objeto de estudio. Igual que en los estudios exploratorios, comprende la predicción e identificación del problema (Rosado, 2003).

MARCO METODOLÓGICO

Las técnicas en un estudio correlacional se determinan al involucrar dos o más variables en un ambiente establecido para observar el grado de correspondencia entre ellas, conociendo así un comportamiento mucho más amplio de situaciones sociales y reales. El valor de este estudio es bastante fiable, ya que en el accionar humano siempre se intercambian experiencias diferentes (Rosado, 2003).

Finalmente, el estudio explicativo dirige sus respuestas a revelar las causas de los fenómenos. Es una investigación más estructurada, debido a que toman las razones del resto de los alcances (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

El alcance de esta investigación se adentra dentro de lo **correlacional** y lo **exploratorio**. La correspondencia entre la cultura política y el consumo de medios de comunicación en el siglo XXI ofrece una mirada diferente a la que hubo entre la cultura política y la comunicación de masas tradicional del siglo pasado, por lo que el alcance correlacional ayuda a definir el paradigma que existe entre esta relación. De igual forma, el alcance exploratorio intenta aclarar la dinámica que entablan los pre-ciudadanos con los medios de comunicación que consumen, y cómo los diferentes soportes influyen en la configuración de la cultura política de los sujetos.

4.1.3. Tiempo de recolección de datos

En cualquier investigación, el tiempo cumple funciones dentro del diseño y la ejecución de las actividades, así como para su aplicación y el informe de resultados. El tiempo influye en la capacidad de descubrir conocimientos gracias al método científico, pues hoy en día, caducan con mucha mayor frecuencia que en años anteriores (Babbie, 2002).

MARCO METODOLÓGICO

El estudio transversal toma un corte en un fenómeno y lo analiza al momento, comúnmente en una sola observación del evento. La gran mayoría de las investigaciones exploratorias y descriptivas suelen ser de este tipo. El caso de los estudios transversales ubican una problemática: comprender y entender las causas en el tiempo con base en conclusiones hechas en una vista (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

En cambio, los estudios longitudinales están diseñados para sacar las conclusiones al finalizar un periodo considerable, después de numerosas observaciones y análisis de resultados. Es más difícil, pero la mayoría de las investigaciones requieren de constante observación directa (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Debido al tiempo para esta investigación, el modelo elegido es el del estudio **transversal**. Además, el tema de la construcción de la cultura política en los pre-ciudadanos se encuentra en un constante cambio, y para analizar el fenómeno en una nueva generación de pre-ciudadanos, se requeriría un nuevo estudio transversal de los hechos.

4.1.4. Tipo de caso

Dependiendo de la naturalidad del fenómeno y la manipulación de las variables por parte del investigador, la siguiente clasificación de la investigación puede ser experimental o no experimental, de los cuales, Rosado (2003) define los tipos de caso que hay.

El diseño experimental se presenta cuando las condiciones de la naturaleza no son las idóneas para las observaciones pertinentes, por lo que se construye el ambiente del fenómeno intentando simular el contexto natural. En este tipo de estudio, se tiene cierto control, de manera rigurosa, sobre el desenvolvimiento del evento (Rosado, 2003).

MARCO METODOLÓGICO

Mientras que el estudio no experimental observa los fenómenos tal cual suceden en el contexto donde se desarrollan, no se construye un escenario, sino que se observa desde la atmósfera ya predeterminada. Este caso debe ser el idóneo para las investigaciones sociales, sin embargo, a veces es difícil presentarse en el espacio y tiempo correcto (Rosado, 2003).

Determinado por el nivel de medición que se presenta más adelante, se considera esta investigación de tipo **no experimental**. El evento se realizará una sola vez, y a partir de ahí, se analiza la información obtenida para analizarla y obtener las conclusiones correspondientes.

4.2. Técnicas de recolección de datos

Una vez determinado el diseño de la investigación, el siguiente paso es recolectar los datos verídicos con los que se sustentará la investigación. Dicha recolección, según Hernández Sampieri *et al.* (2014), se dividen en tres actividades:

1. Seleccionar el instrumento. Esto depende del área de estudio y tipo de investigación. Dicho instrumento debe ser válido y confiable, porque de lo contrario puede invalidar la investigación.
2. Aplicar el instrumento. El objeto elegido se debe implementar en las condiciones adecuadas para generar resultados adecuados, de lo contrario, en muchas ocasiones se quema la muestra.
3. Tabulación de resultados. A partir de las observaciones, se registran y miden los resultados para analizarlos correctamente.

4.2.1. El instrumento

El instrumento más utilizado en la investigación cuantitativa es el cuestionario, el cual devuelve un sinnúmero de posibilidades, siempre y cuando se responda a alguna de las variables que se van a medir (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Un cuestionario es una serie de preguntas cuidadosamente diseñadas para medir determinadas variables de investigación. Las preguntas pueden contener respuestas cerradas o abiertas (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Las preguntas cerradas contienen opciones de respuesta previamente delimitadas, aunque pueden incluir una elección abierta para considerar respuestas no contempladas por el investigador pero que sea importante abordar por el cuestionado. Estos casos deben ser mínimos. Las respuestas cerradas, a su vez, pueden ser dicotómicas, donde solamente hay dos posibles respuestas, una afirmativa y la otra positiva (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Cuando las respuestas incluyen varias opciones de respuesta, la posibilidad a elegir alguna de ellas varía. El primer filtro es cuando solo se puede elegir alguna respuesta entre las opciones. Por lo general, en este tipo de preguntas las opciones de respuesta se encuentran en una escala Likert con cinco o siete categorías (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Mientras que en las preguntas abiertas, la opción de respuesta es infinita, la codificación del resultado se elabora dependiendo de la frecuencia de las respuestas del número total de los cuestionarios. Posteriormente se clasifican las derivaciones por temas o ámbitos y se les asigna un código. La codificación facilitará el vaciado de los resultados obtenidos en las preguntas del cuestionario (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

MARCO METODOLÓGICO

Sean cerradas o abiertas, se deben mantener ciertos criterios para la elaboración de preguntas, por ejemplo, ser claras, precisas y comprensibles; ser lo más breves posibles; redactarse con un vocabulario sencillo; deben ser preguntas neutras; no deben inducir a una posible respuesta (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

4.2.2. El cuestionario

Para obtener los datos que sustenten la presente investigación, se elaboró un cuestionario con base en reactivos que se preguntaron en la última edición de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Practicas Ciudadanas (Segob, 2013) correspondiente al 2012, así como en los instrumentos aplicados por Muñiz en sus investigaciones.

A su vez, las preguntas se tomaron a partir de una operacionalización de variables realizada antes del armado del cuestionario. A continuación se detallan las variables, así como sus categorías y preguntas.

Variables independientes

Consumo de medios de comunicación. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Siempre), se cuestionó sobre cuánto ocupaba el pre-ciudadano un determinado medio (televisión, radio, medios impresos y medios digitales) sin importar para el fin que lo utilice. Asimismo, se interrogó a la muestra las horas que dedica a los medios en cuestión durante el día.

Atención a contenidos de entretenimiento. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Siempre), se les preguntó a los pre-ciudadanos sobre cuánta atención le dedicaban a ciertos contenidos de los medios de comunicación (telenovelas,

MARCO METODOLÓGICO

películas, series de televisión, deportes, música, videos y memes) con un fin recreativo y de diversión, y sin distinción sobre el medio en el que consumen el contenido.

Atención a contenidos de política. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Siempre), se les preguntó a los pre-ciudadanos sobre su grado de atención a programas relacionados con la política (debate político, noticieros, revistas especializadas, portales web de periódicos, redes sociales de periódicos, portales web de actores políticos y redes sociales de actores políticos) en los diferentes medios de comunicación.

Conversación política interpersonal. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Siempre), se buscó medir el grado de conversación política cara a cara que tienen los jóvenes pre-ciudadanos con grupos como familiares, amigos, compañeros de escuela, profesores, vecinos y personas, así como gente con ideas políticas similares y personas con ideas políticas distintas.

Conversación política digital. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Siempre), se buscó medir la intensidad con que los pre-ciudadanos platican de política en las plataformas de comunicación interactiva. En concreto, se les interrogó sobre platicar con otras personas mediante estas vías, enviar correos electrónicos a actores políticos y medios de comunicación, participar en chats o foros de política, escribir comentarios en los espacios designados de las notas informativas de periódicos digitales y comentar en las redes sociales de políticos o medios de comunicación.

Variables dependientes

Interés por la política. A través de una escala Likert de cinco puntos (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Mucho, 5-Bastante), se evaluó el grado de interés que tiene el pre-ciudadano por la política en general y por la política en tres diferentes ámbitos (nacional, internacional y municipal y/o estatal).

Participación política y cívica. Basada en un modelo de escala dicotómica se cuestionó a los pre-ciudadanos sobre su participación durante su estancia en la BUAP, en el aspecto político de forma directa a través de las elecciones a Consejo Universitario que se celebraron en el primer cuatrimestre de este año, y en el aspecto cívico a lo largo de sus tres años en la Educación Media Superior de la Universidad. De igual forma, se abordaron indicadores sobre sus expectativas sobre participación política cuando sean legalmente ciudadanos.

Conocimiento político. Para esta variable se revisó si respondían de forma correcta o incorrecta a diez interrogantes sobre conocimiento tópico o conocimiento temporal. Las preguntas aplicadas incluyen cuatro sobre tópicos de interés general cuya información se obtiene principalmente de la educación básica (cuáles son los tres poderes de la Unión, cuánto tiempo duran en el poder los diputados federales, en qué año se promulgó la Constitución Mexicana y mencionar el nombre del primer Presidente de México). Las seis preguntas restantes incluyen temas sobre las esferas de lo nacional (quién es el titular de la Secretaría de Gobernación y cuál o cuáles son las tareas del Presidente de México), internacional (quién es el actual Presidente de Estados Unidos y de qué trata el Brexit) y local (quién es el alcalde de la ciudad de Puebla y cuántos municipios está integrado el Estado de Puebla), mismas que incluyen aspectos de

MARCO METODOLÓGICO

reconocimiento de actores políticos, funcionalidad de las instituciones e información de los medios de comunicación.

Variables de control

Sexo. Para determinar si se presenta algún tipo de sesgo en el género respecto al conocimiento político, interés político y participación de los pre-ciudadanos, se requirió como una variable socio-demográfica que especificaran su sexo.

Escuela de procedencia. Para determinar cómo su educación básica, si fue en una escuela pública o privada, influyó en sus niveles de conocimiento político, interés por la política y participación, se pidió que el encuestado especificara el tipo de su escuela de procedencia.

Preferencia partidista/ideología. Para determinar si la preferencia partidista o la ideología es un determinante en el conocimiento, interés por la política y participación de los jóvenes pre-ciudadanos, se solicitó que el sujeto especificara si tiene una preferencia por alguna de las fuerzas partidistas del país, o que especificara si tiene alguna ideología con la que se identifique.

Terminal de estudio. Para determinar si el área de estudio al que quieren ingresar en su vida universitaria es una variable que influye en el conocimiento político, interés por la política y participación de los pre-ciudadanos, se solicitó que el encuestado detallara la carrera que quiere estudiar cuando cumpla 18 años de edad y entre en su preparación profesional.

4.2.3. Muestreo

Una muestra es un subgrupo de la población de la que se recabarán los datos para su análisis, y que a su vez, representa adecuadamente al total de la población. A su vez, la población o universo es el conjunto de todos los individuos que cumplen con las condiciones a estudiar (Hernández Sampieri *et al.*, 2014)

En una muestra probabilística, cualquier individuo puede ser seleccionado por el investigador; mientras que una muestra es no probabilística cuando la elección de los individuos depende de las características de la investigación (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

Dentro del muestreo probabilístico se pueden seleccionar a los participantes al azar; la muestra estratificada es cuando la población se divide en segmentos y se escogen personas por segmento; por racimos cuando la muestra se encuentra en determinados lugares físicos; y sistémica cuando son señalados por intervalos, y en ese orden participan en el instrumento (Hernández Sampieri *et al.*, 2014).

CUADRO 10. ALUMNOS INSCRITOS EN EL ÚLTIMO AÑO DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR EN LAS PREPARATORIAS DE LA BUAP EN LA CIUDAD DE PUEBLA.

	ALUMNOS DE ÚLTIMO AÑO
ALFONSO CALDERÓN	731
2 DE OCTUBRE	660
BENITO JUÁREZ	582
ENRIQUE CABRERA	422
EMILIANO ZAPATA	322
LÁZARO CÁRDENAS	274
TOTAL	2,991

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Unidad de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales de la BUAP.

Para efectos de esta investigación se seleccionó una muestra probabilística estratificada de los estudiantes inscritos en el último año de las preparatorias de la Benemérita Universidad

MARCO METODOLÓGICO

Autónoma de Puebla (BUAP) de la ciudad de Puebla. De acuerdo a la Unidad de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales de la BUAP, se inscribieron un total de 2,991 alumnos en las seis preparatorias ubicadas en la ciudad de Puebla (*ver Cuadro 10*).

CUADRO 11. UNIVERSO Y MUESTRA DE LOS ALUMNOS DE ÚLTIMO AÑO DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR EN LAS PREPARATORIAS DE LA BUAP EN LA CIUDAD DE PUEBLA.

	UNIVERSO	MUESTRA
ALFONSO CALDERÓN	731	99
2 DE OCTUBRE	660	90(110)
BENITO JUÁREZ	582	79(99)
ENRIQUE CABRERA	422	57(77)
EMILIANO ZAPATA	322	44(64)
LÁZARO CÁRDENAS	274	37(57)
TOTAL	2,991	407

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Unidad de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales de la BUAP.

La muestra quedó conformada por 407 estudiantes, cálculo que se realizó con un nivel de confianza del 97 por ciento y un error del 5 por ciento. Para estratificar la selección de la muestra, en primer lugar se determinó la proporción de estudiantes inscritos en cada una de las preparatorias de la BUAP en la ciudad de Puebla, y después se igualó esta proporción al de la muestra para obtener cuántos alumnos se necesitaban por centro educativo (*ver Cuadro 11*).

Ya con el cálculo proporcional realizado, se solicitó por la vía institucional mediante un oficio dirigido a los directores de las unidades académicas firmadas por el propio director del ICGDE la oportunidad de acudir a sus instituciones para poder aplicar el instrumento a sus alumnos.

Desafortunadamente, el único director del que no se tuvo respuesta fue el de la Preparatoria Alfonso Calderón, quien a pesar de la insistencia del investigador e incluso del director del ICGDE, no respondió, por lo que se reajustó la muestra con los 99 alumnos y se

MARCO METODOLÓGICO

distribuyeron los individuos en las demás preparatorias. La nueva muestra se observa en el *Cuadro 11* en las cifras entre paréntesis.

El proceso continuó con acudir a cada una de las preparatorias de la BUAP en la ciudad de Puebla y se aplicó por salones el instrumento elaborado, mismo que se detalló más arriba y cuyo cuestionario se puede consultar en el *Anexo 1*.

El cuestionario fue autoaplicado en un periodo del 11 al 17 de mayo del año en curso, por lo que antes de que los alumnos lo contestaran, se explicó a los sujetos de estudio el objetivo de la investigación y como debían contestar el instrumento.

Antes de la aplicación del cuestionario, se llevó a cabo una prueba piloto durante la primera semana de mayo para verificar que el instrumento fuera legible y entendible, y con el cual se identificaron mínimos detalles de redacción que fueron corregidos para la aplicación final.

Finalmente, tras la aplicación del instrumento en las preparatorias de la BUAP de la ciudad de Puebla, se contabilizaron un total de 426 encuestas, número que supera la muestra que se debía recabar.

Una vez levantados los cuestionarios, estos se vaciaron y codificaron a un archivo de Microsoft Excel del 29 de mayo al 24 de junio, para después ser exportados al software estadístico PASW Statistics (SPSS) v18.0.0, en donde se corrieron las análisis correspondientes mismos que son presentados en el siguiente capítulo.

4.3. Hipótesis de investigación

Con base en la revisión de la literatura especializada, se determinaron las siguientes hipótesis de investigación para poner a prueba en el contexto de la ciudad de Puebla en relación al consumo de medios de comunicación y la conformación de la cultura política del pre-ciudadano, en concreto, su conocimiento político, interés por la política y participación.

H1. El consumo de medios digitales tendrá una relación positiva en los niveles de conocimiento político del pre-ciudadano.

En ese punto se espera encontrar que aquel pre-ciudadano que tenga un consumo mediático más dirigido a los medios digitales, como periódicos en línea o redes sociales, y que presente mejores niveles de conocimiento político. Esta hipótesis va en línea con la característica mediática del pre-ciudadano desde su punto de vista tecnológico como millennial sobre su uso preferencial por el Internet por sobre la televisión (Barton *et al.*, 2012; Prensky, 2012). De igual forma, se espera que el consumo mediático de los pre-ciudadanos sea mayor para los medios digitales que para televisión, radio y medios impresos.

En estudios pasados, Barabas *et al.* (2012) apuntaló que el consumo de medios de comunicación favorecía el conocimiento político de los individuos, aunque más en concreto para temas de coyuntura actual, y la educación favorecía a esta misma variable de forma más general.

En esta línea, Rodríguez & Muñiz (2009) encontraron que los niños de escuelas privadas tenían un mejor conocimiento político que los de escuelas públicas. Por su parte, Muñiz (2012a) observó que los medios escritos favorecían el conocimiento político de los pre-ciudadanos de

MARCO METODOLÓGICO

Monterrey, hallazgo que se adentra en la Teoría de movilización política, en concreto, de la corriente del Círculo Virtuoso.

H2. La atención a contenidos políticos tendrá una relación positiva en el interés por la política del pre-ciudadano.

En ese punto se espera encontrar que aquel pre-ciudadano que tenga mayor atención a los contenidos de política en los medios de comunicación presente un mayor interés político; en contraparte, aquellos pre-ciudadanos con preferencia por los contenidos de entretenimiento tendrán niveles menos favorecedores en el interés político. La razón de esta hipótesis tiene su fundamento en lo que expresan Muñiz & Maldonado (2011) sobre el interés por la política y su relación directa con la exposición a un medio de comunicación y la atención que se le preste a lo que ve, y que de haber disponibilidad y preferencia por ciertos temas, en este caso los políticos, el interés y la atención serán mayores.

Scherman (2011) halló que el consumo de medios digitales favorecía el interés por la política en los ciudadanos chilenos, esto con base en los datos obtenidos de la Sexta Encuesta Nacional UDP de Percepciones y Actitudes Sociales (citado por Muñiz & Maldonado, 2011).

De igual forma, Corduneanu & Muñiz (2011) encontraron que la disponibilidad de los ciudadanos mexicanos para encontrar información política generaba mejores niveles de interés por la política. En línea con este hallazgo, Muñiz & Maldonado (2011) afirmaron que los pre-ciudadanos de Monterrey que apenas se acercan a los medios de comunicación para buscar información política demuestran su poco interés por la política. Asimismo, Muñiz (2012b) encontró de forma directa que el consumo de los contenidos de política se relaciona positivamente con buenos niveles de conocimiento político e interés político.

H3. Las dos dimensiones de conversación política, tanto interpersonal como digital, tendrán una relación positiva en la participación política del pre-ciudadano.

En ese punto se espera encontrar que aquel pre-ciudadano que tenga mejores niveles de conversación política, ya sea conversación política interpersonal o conversación política digital, presenten indicios positivos por la participación política. La base de esta hipótesis se encuentra en la afirmación de Muñiz (2012b) cuando asegura que la participación política de un individuo aumenta cuando dialoga e intercambia sus puntos de vista con otras personas.

En esta línea, Muñiz (2012b) encontró que aquellos pre-ciudadanos de Monterrey que conversaban más políticamente hablando tenían más tendencia a participar en las actividades de la política, mas no en actividades de índole civil.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El siguiente apartado se desarrolla en cuatro partes. La primera valida la escala y los indicadores del instrumento aplicado en los sujetos de estudio; a continuación, la segunda parte presenta los resultados descriptivos de los datos obtenidos; mientras que la tercera profundiza en la estadística inferencial para modelar relaciones entre las variables de la población bajo estudio. Finalmente, la última fracción presenta una comparación de los resultados obtenidos con otros previamente revisados en la literatura especializada. Para obtener los resultados estadísticos antes mencionados se usó el software PASW Statistics (SPSS) v18.0.0.

5.1. Validación de escalas e indicadores

De manera previa al examen estadístico de la información recabada se realizó un análisis de la consistencia interna de las escalas y los indicadores mediante las pruebas Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y el Alfa de Cronbach (α), al igual que lo ejecutaron varios autores (Muñiz & Maldonado, 2011; Aruguete & Muñiz, 2012; Muñiz, 2012a; Muñiz, 2012b; Saldierna *et al.*, 2015; Leyva *et al.*, 2016) para certificar la fiabilidad de los datos obtenidos.

En relación a las pruebas a emplear, Carmona (2014) explica que el índice Kaiser-Meyer-Olkin compara los coeficientes de correlación de las variables con los coeficientes de correlación parcial para determinar la compatibilidad de la escala.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Mientras que Frias-Navarro (2017) define que “el método de consistencia interna basado en el Alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica” (p. 1).

En ambas pruebas, el índice Kaiser-Meyer-Olkin y el Alfa de Cronbach deben devolver un resultado lo más próximo a 1 para que se interprete como más fuerte la relación entre los constructos. Asimismo, el resultado nunca debe estar por debajo de 0.5 (Carmona, 2014; Frias-Navarro, 2017).

Las variables a las que se les calcularon estos índices son las que están construidas a partir de una Escala Likert. En primer lugar, el consumo de medios de comunicación devolvió un KMO de 0.550 y un α de 0.539, por lo que se encuentran en el límite de validación y con lo que convendría revisar estos indicadores para futuras aplicaciones.

Para la atención a contenidos de entretenimiento, los resultados obtenidos son un KMO de 0.648 y un α de 0.563, y para la atención a contenidos de política los datos devueltos son un KMO de 0.840 y un α de 0.879.

La variable relacionada a la conversación política en su modalidad interpersonal trajo un KMO de 0.771 y un α de 0.843, mientras que la conversación digital alcanzó un KMO de 0.770 y un α de 0.861.

El interés por la política también se midió con una Escala Likert, cuya prueba de consistencia interna consiguió un KMO de 0.814 y un α de 0.875.

5.2. Análisis descriptivo de la muestra

Como ya se comentó en el capítulo pasado, la muestra quedó integrada por un total de 407 estudiantes y se levantaron 426 encuestas, la cual al finalizar su aplicación y comenzar el análisis de los datos recolectados, se filtró de acuerdo a la edad de los encuestados para eliminar a aquellos jóvenes que rebasen la edad de 18 años, límite que se estableció de acuerdo a la definición de pre-ciudadanía.

CUADRO 12. VARIABLE DE CONTROL. EDAD DE LA MUESTRA.					
MUESTRA TOTAL			MUESTRA FINAL		
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
17 AÑOS	154	36.2	17 AÑOS	154	40.8
18 AÑOS	223	52.3	18 AÑOS	223	59.2
19 AÑOS	12	2.8	TOTAL	377	100
PERDIDOS	37	8.7			
TOTAL	426	100			

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Con este parámetro en mente, se extrajo la edad de los encuestados teniendo que un 36.2 por ciento (154 estudiantes) cuentan con 17 AÑOS DE EDAD y un 52.3 por ciento (223 estudiantes) cuentan con 18 AÑOS DE EDAD, para ser un total de 377 estudiantes, número final en que quedó conformada la muestra. Solamente el 2.8 por ciento (12 estudiantes) afirmaron contar con 19 AÑOS DE EDAD, mientras que un 8.7 por ciento (37 estudiantes) se consideran VALORES PERDIDOS al no contestar la edad que tienen. Por lo tanto, este 11.5 por ciento (49 estudiantes) quedó fuera de la muestra final (ver *Cuadro 12*).

El porcentaje final para la edad de los encuestados quedó conformada de la siguiente manera: un 40.8 por ciento cuentan con 17 AÑOS DE EDAD y un 59.2 por ciento cuentan con 18 AÑOS DE EDAD, con una media (M) de 17.59 y una desviación estándar (DE) de 0.492 (ver *Cuadro 12*).

CUADRO 13. VARIABLE DE CONTROL. SEXO DE LA MUESTRA.

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO (1)	244	64.7
MASCULINO (2)	133	35.3
TOTAL	377	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

De los 377 estudiantes encuestados, el 64.7 por ciento fueron mujeres, equivalente a 244 individuos del sexo FEMENINO, y un 35.3 por ciento fueron hombres, para ser 133 personas del sexo MASCULINO, con una M de 1.35 y una DE de 0.478 (ver Cuadro 13).

CUADRO 14. VARIABLE DE CONTROL. EDUCACIÓN BÁSICA EN LA QUE ESTUDIÓ LA MUESTRA.

PRIMARIA			SECUNDARIA		
ESCUELA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	ESCUELA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PÚBLICA (1)	255	67.6	PÚBLICA (1)	275	72.9
PRIVADA (2)	118	31.3	PRIVADA (2)	96	25.5
PERDIDOS	4	1.1	PERDIDOS	6	1.6
TOTAL	377	100	TOTAL	377	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

A continuación se cuestionó sobre la educación básica de procedencia de la muestra (1. ¿En qué tipo de escuela estudiaste tu...?), la cual estuvo dividida en primaria y secundaria. En ambos casos, la EDUCACIÓN PÚBLICA prevaleció, un 67.6 por ciento en la primaria y un 72.9 por ciento en la secundaria, contra un 31.3 por ciento para la EDUCACIÓN PRIVADA en la primaria y un 25.5 por ciento para la educación privada en la secundaria. Para la educación primaria se obtuvo una M de 1.33 y una DE de 0.586, y la educación secundaria tuvo una M de 1.30 y una DE de 0.780 (ver Cuadro 14).

Cabe recordar que la muestra se levantó en una universidad pública, por lo que los resultados encontrados mantienen congruencia con el tipo de escuela que precede a los jóvenes.

CUADRO 15. VARIABLE DE CONTROL. ÁREA DE ESTUDIO DE LA CARRERA QUE QUIERE ESTUDIAR LA MUESTRA.

ÁREA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES (1)	91	24.1
CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS (2)	75	19.9
INGENIERÍAS Y CIENCIAS EXACTAS (3)	66	14.5
CIENCIAS NATURALES Y DE LA SALUD (4)	121	34.1
PERDIDOS	24	6.4
TOTAL	377	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

La siguiente pregunta se relacionó con la carrera que el pre-ciudadano deseaba estudiar, respuestas que se aglomeraron en las áreas de estudios en que la BUAP divide sus licenciaturas (2. *Carrera que vas a estudiar:*). El área que presentó un mayor porcentaje es la de CIENCIAS NATURALES Y DE LA SALUD con un 34.1 por ciento de respuestas (121 estudiantes), seguido de las CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES con un 24.1 por ciento (91 estudiantes). Esta variable obtuvo una M de 2.65 y una DE de 1.304 (ver Cuadro 15).

CUADRO 16. VARIABLE DE CONTROL. IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA Y POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LA MUESTRA.

IDENTIFICACIÓN PARTIDISTA			POSICIÓN IDEOLÓGICA		
PARTIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	POSICIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PAN	36	9.5	1	29	7.7
PRI	24	3.7	2	10	2.7
PRD	9	2.4	3	26	6.9
PVEM	2	0.5	4	48	12.7
PT	4	1.1	5	98	26.0
MC	7	1.9	6	42	11.1
PANAL	8	2.1	7	20	5.3
MORENA	53	14.1	8	36	9.5
PES	5	1.3	9	12	3.2
NINGUNO	232	61.5	10	6	1.6
PERDIDOS	7	1.9	PERDIDOS	50	13.3
TOTAL	377	100	TOTAL	377	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

PAN (Partido Acción Nacional), PRI (Partido Revolucionario Institucional), PRD (Partido de la Revolución Democrática), PVEM (Partido Verde Ecologista de México), PT (Partido del Trabajo), MC (Movimiento Ciudadano), PANAL (Nueva Alianza), Morena (Movimiento Regeneración Nacional), PES (Partido Encuentro Social).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En relación a los aspectos políticos de los encuestados se preguntaron dos cuestionamientos. El primero se acerca a una identificación partidista de la muestra (3. *¿Con cuál partido político te identificas más?*), cuya respuesta más demandada fue que existía NINGUNA simpatía con algún partido político (61.5 por ciento, 232 estudiantes). No obstante, el partido político más mencionado fue Morena (14.1 por ciento, 53 estudiantes), seguido del PAN (9.5 por ciento, 36 estudiantes) y en tercer lugar el PRI (3.7 por ciento, 14 estudiantes). La media fue de 8.2 y la DE de 3.090 (ver *Cuadro 16*).

A lo largo de su andanza, la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) cuestionó sobre la preferencia partidista y la posición ideológica de la sociedad. En su última entrega en 2012, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) era el partido con mejor preferencia con un 33.66 por ciento sobre el 100 por ciento, y en segundo lugar se encontraba la opción de ninguna preferencia con 31-07 por ciento.

En su estudio, Gómez-Tagle *et al.* (2017) recupera datos de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 con resultados similares. La mayor preferencia partidista era del PRI con 26.11 por ciento y después ninguna preferencia con 22.33 por ciento, ambos resultados sobre el 100 por ciento.

Cabe recordar que en 2012, el PRI volvió a la Presidencia de la República, por lo que los resultados expuestos en la literatura mantienen congruencia con la realidad. Destacan las respuestas en el presente estudio en las que el PRI baja hasta la tercera preferencia partidistas sin tomar en cuenta la respuesta NINGUNA.

La segunda pregunta relacionada a los aspectos políticos tiene que ver con la posición ideológica (4. *¿En qué posición ideológica te ubicas? Si se supone 1 como máximo a la IZQ. y*

ANÁLISIS DE RESULTADOS

10 como máximo a la DER.). La mayor concentración de respuestas se encuentra en el CENTRO de la escala con un 49.8 para las posiciones 4, 5 y 6, que tienen un 12.7 por ciento (48 estudiantes), 26 por ciento (98 estudiantes) y 11.1 por ciento (42 estudiantes), respectivamente. La media es de 5.07 y la desviación estándar de 2.140 (ver Cuadro 16).

5.2.1. Consumo de medios de comunicación

CUADRO 17. VARIABLE INDEPENDIENTE. NIVEL DE CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA MUESTRA.

MEDIO	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	DE	MEDIA HRS.
TELEVISIÓN	1	5	2.38	0.912	1.60
RADIO	1	5	2.22	0.994	1.22
PERIÓDICOS	1	5	1.69	0.791	0.46
REVISTAS	1	5	1.80	0.888	0.55
INTERNET	1	5	4.55	0.680	5.71
REDES SOCIALES	1	5	4.33	0.856	5.49

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Por otro lado, al comenzar con las variables independientes, se analizan la relación de los jóvenes pre-ciudadanos y su consumo de medios de comunicación (5. *¿Qué tanto consumes los siguientes medios?*) y se evidencia que la plataforma preferencial de este grupo de población es el INTERNET (M= 4.55, DE= 0.680) y las REDES SOCIALES (M= 4.33, DE= 0.856), cuyos promedios se acercan al límite máximo de la escala (ver Cuadro 17).

Este resultado se torna interesante cuando en la década pasada el INTERNET todavía no contaba con una fuerte penetración en el ambiente mexicano, lo cual se reflejó en resultados de encuestas con porcentajes bajos tal y como lo presentan en sus textos Abundis (2007, citado por Muñiz & Maldonado, 2011; citado por Aruguete & Muñiz, 2012), Corduneanu & Muñiz (2011) y la propia Encup 2012 (Segob, 2013).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Caso contrario a lo explicado por Leyva *et al.* (2016) al afirmar que “los más jóvenes cada vez se alejan más de la televisión, la radio y la prensa en favor de internet, las redes sociales y la prensa digital” (p. 63), aunque resalta que la atención a los medios tradicionales sigue siendo mayor a la que se le presta a los medios digitales.

Asimismo, se preguntó sobre las horas al día de los encuestados que emplean en los medios de comunicación mencionados (6. *¿Cuántas horas al día consumes estos medios?*), y se corrobora que el promedio más alto de la muestra es precisamente para los medios digitales con 5.71 horas para INTERNET y 5.49 horas como REDES SOCIALES (ver *Cuadro 17*).

Después de estas plataformas digitales, la TELEVISIÓN (M= 2.38, DE= 0.912) defiende su privilegio como el medio de comunicación masivo por excelencia, aunque si se compara con otros niveles en estudios previos, se constata que su preferencia ha bajado (ver *Cuadro 17*). Flores (2012), Abundis (2007, citado por Muñiz & Maldonado, 2011; citado por Aruguete & Muñiz, 2012) y la Encup 2012 (Segob, 2013) presentan datos sobre cómo la televisión era el medio preferido en la década pasada.

Los datos obtenidos en la presente investigación corroboran lo dicho por Barton *et al.* (2012) y Castells (2012) sobre la absoluta preferencia de los millennials para con las plataformas digitales, así como la pérdida de influencia de la TELEVISIÓN en el público más joven (Ferrer, 2010; Prensky, 2012).

5.2.2. Atención al tipo de contenido en los medios de comunicación

CUADRO 18. VARIABLE INDEPENDIENTE. ATENCIÓN AL TIPO DE CONTENIDO QUE CONSUME LA MUESTRA.

<i>CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO</i>				
<i>CONTENIDO</i>	<i>MÍNIMO</i>	<i>MÁXIMO</i>	<i>MEDIA</i>	<i>DE</i>
TELENOVELAS	1	4	1.30	0.596
PELÍCULAS	1	5	3.54	0.884
SERIES DE TELEVISIÓN	1	5	3.20	1.225
DEPORTES	1	5	2.36	1.272
MÚSICA	1	5	4.01	1.076
VIDEOS	1	5	3.69	1.025
MEMES	1	5	3.51	1.242
<i>CONTENIDOS DE POLÍTICA</i>				
<i>CONTENIDO</i>	<i>MÍNIMO</i>	<i>MÁXIMO</i>	<i>MEDIA</i>	<i>DE</i>
DEBATE POLÍTICO	1	5	2.01	1.009
NOTICIEROS	1	5	2.55	0.995
PERIÓDICOS DIGITALES	1	5	2.09	1.039
REDES SOCIALES DE PERIÓDICOS DIGITALES	1	5	1.78	0.935
PÁGINAS WEB DE POLÍTICOS	1	5	1.64	0.933
REDES SOCIALES DE POLÍTICOS	1	5	1.59	0.904

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Una vez observado el comportamiento del pre-ciudadano y su consumo de medios de comunicación, la siguiente variable determina a qué es lo que el individuo está atento en estas plataformas (7. *¿Qué tanto consumes los siguientes contenidos?*), esto al dividir el tipo de contenidos en de entretenimiento y de política. En general, el promedio alcanzado por los contenidos de entretenimiento ($M= 3.08$) es más alto que el logrado por los contenidos de política ($M= 1.94$) (ver Cuadro 18).

En cuanto a los contenidos de entretenimiento, la MÚSICA es la que tuvo el mejor promedio de respuesta ($M= 4.01$, $DE= 1.076$), y el género de la TELENOVELA el menor con ($M= 1.30$, $DE= 0.596$). Este es un dato interesante cuando la TELENOVELA estaba considerada como uno de los géneros de mejor penetración en la población mexicana (Almanza, 2005; Pareja,

ANÁLISIS DE RESULTADOS

2013), e incluso, Gómez-Tagle *et al.* (2017) identificaron que la TELENOVELA es el contenido que más ven los jóvenes en televisión.

Por su parte, de los contenidos de política, el NOTICIERO es el compendio con mejor desempeño de este campo ($M= 2.55$, $DE= 0.995$), seguido de los PERIÓDICOS DIGITALES ($M= 2.09$, $DE= 1.039$) y programas de DEBATE POLÍTICO ($M= 2.01$, $DE= 1.009$). Cabe mencionar que en su estudio, Gómez-Tagle *et al.* (2017) identificaron que los NOTICIEROS es el segundo contenido que más ven los jóvenes en televisión (*ver Cuadro 18*).

Es de destacar que el mejor promedio individual de los constructos de los contenidos de política no logra rebasar el promedio de los contenidos de entretenimiento, lo que deja en evidencia lo establecido y comprobado por autores como Muñiz & Maldonado (2011) sobre que el entretenimiento es preferible por los jóvenes por sobre la política. De igual forma, hay que observar que en las acciones políticas que involucran Internet y redes sociales, son las de peores promedios sin lograr rebasar el valor de 2.

Un antecedente directo a esta pregunta se realizó en la Encuesta Nacional de Juventud 2005 (2006) al cuestionar sobre la frecuencia con que buscaban contenido de política los jóvenes. Más de la mitad de las respuestas se ubicó en las opciones de algunas veces y nunca, dejando a la luz el desencanto de los jóvenes por la política.

En su estudio, Nateras (2007) halló resultados parecidos en un segmento de la población más jóvenes, en concreto en estudiantes de primaria y secundaria en la Ciudad de México, con respuestas a las opciones bajas y media por encima de la opción alta para su exposición a contenidos de política en televisión, principalmente.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a los postulados de la Teoría del malestar mediático, que se preste menor atención a contenidos de política que de entretenimiento representa un riesgo para la formación política de un individuo ya que se presentan más signos de desconfianza, alienación y desinterés político (Rojas, 2006; Jorge & Miró, 2011; Muñiz, 2012a; Díaz & Muñiz, 2017).

5.2.3. Conversación política interpersonal y digital

CUADRO 19. VARIABLE INDEPENDIENTE. NIVEL DE CONVERSACIÓN POLÍTICA DE LA MUESTRA.

<i>CONVERSACIÓN POLÍTICA INTERPERSONAL</i>				
	<i>MÍNIMO</i>	<i>MÁXIMO</i>	<i>MEDIA</i>	<i>DE</i>
FAMILIA	1	5	2.61	1.047
AMIGOS	1	5	2.09	0.942
COMPAÑEROS DE ESCUELA	1	5	2.04	1.027
PROFESORES	1	5	2.36	1.093
VECINOS	1	4	1.26	0.578
GENTE CON IDEAS POLÍTICAS SIMILARES	1	5	2.00	1.130
GENTE CON IDEAS POLÍTICAS DISTINTAS	1	5	1.89	1.043
<i>CONVERSACIÓN POLÍTICA DIGITAL</i>				
	<i>MÍNIMO</i>	<i>MÁXIMO</i>	<i>MEDIA</i>	<i>DE</i>
HABLAR CON OTRAS PERSONAS	1	5	2.14	0.962
ENVIAR CORREOS ELECTRÓNICOS A POLÍTICOS	1	5	1.18	0.528
ENVIAR CORREOS ELECTRÓNICOS A MEDIOS DE COMUNICACIÓN	1	5	1.21	0.570
OPINAR EN FOROS	1	5	1.40	0.763
COMENTAR EN NOTAS DE MEDIOS DIGITALES	1	5	1.30	0.671
COMENTAR EN REDES SOCIALES DE POLÍTICOS	1	5	1.31	0.651
COMENTAR EN REDES SOCIALES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	1	5	1.34	0.685

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

La última variable independiente es la conversación política, la cual se puede dividir en conversación política interpersonal, es decir, cara a cara (8. ¿Qué tanto sueles hablar sobre

ANÁLISIS DE RESULTADOS

política con...?), y la conversación política digital, la cual se realiza a través de Internet y redes sociales (9. *¿Qué tanto sueles realizar estas acciones políticas?*). En comparación, la conversación política interpersonal recibió un mejor promedio ($M= 2.03$) a diferencia de la conversación política digital ($M= 1.41$) (*ver Cuadro 19*).

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el sector con el que más hablan de política los pre-ciudadanos es el de la FAMILIA ($M= 2.61$, $DE= 1.047$) y el grupo con el que menos hablan es el de los VECINOS ($M= 1.26$, $DE= 0.578$). De igual forma, Gómez-Tagle *et al.* (2017) encontró que la FAMILIA era el segmento con el que más hablan los jóvenes de política (*ver Cuadro 19*).

En relación a las actividades de conversación política digital, la que más se realiza es la de HABLAR CON OTRAS PERSONAS ($M= 2.14$, $DE= 0.962$), en el caso contrario, la que menos recibió respaldo por parte de la muestra es la de ENVIAR CORREOS ELECTRÓNICOS A LOS POLÍTICOS ($M= 1.18$, $DE= 0.528$). Gómez-Tagle *et al.* (2017) también halló que la principal acción que realizan los jóvenes en las plataformas digitales es comunicarse con otras personas (*ver Cuadro 19*).

En su estudio, Leyva *et al.* (2016) encontraron una media de 1.12 en la conversación política con personas cercanas como familiares, amigos o compañeros de trabajo. Para el presente estudio, si se promedian estos mismos públicos y se suman los profesores, vitales en la formación de un estudiante, se obtiene una media de 2.27, superior a lo conseguido por Leyva y compañía.

Estos datos recabados coinciden y reafirman lo establecido por Muñiz & Maldonado (2011) quienes dicen que “la conversación interactiva centrada en Internet sigue estando relegada a un segundo lugar frente a la conversación cara a cara o interpersonal”. Asimismo, cabe

ANÁLISIS DE RESULTADOS

destacar que los autores realizaron su estudio con sujetos de estudio iguales a los de la presente investigación.

5.2.4. Interés por la política

CUADRO 20. VARIABLE DEPENDIENTE. NIVEL DE INTERÉS POR LA POLÍTICA DE LA MUESTRA.				
	<i>MÍNIMO</i>	<i>MÁXIMO</i>	<i>MEDIA</i>	<i>DE</i>
POLÍTICA EN GENERAL	1	5	2.75	1.044
POLÍTICA NACIONAL	1	5	3.00	1.071
POLÍTICA INTERNACIONAL	1	5	2.83	1.040
POLÍTICA MUNICIPAL Y ESTATAL	1	5	2.62	1.020

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

El interés por la política es la primera variable dependiente que se cuestionó a la muestra (10. *¿Qué tan interesado estás por la política...?*), cuyo promedio de los constructos alcanza el 2.8, y que si se toma en cuenta el indicador en solitario de política en general (M= 2.75, DE= 1.044), mantiene congruencia en los datos obtenidos (ver Cuadro 20).

Particularmente, el resto de los indicadores (Política nacional, Política internacional y Política municipal y estatal) conservan una diferencia entre las medias de 0.38, aunque esto significa que el nivel de interés del pre-ciudadano para con la política se encuentra entre POCO y REGULAR.

Estos resultados se equiparan con los conseguidos por Del Tronco (2012), quien afirma que el interés por la política en los jóvenes es poco al publicar que en la década pasada, dos de cada tres mexicanos decían estar poco o nada interesados en política, un sentimiento similar al que reporta García Clarck (2001) en los años noventa cuando el desinterés del mexicano por la política se situaba como la principal respuesta.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con una muestra de jóvenes, Leyva *et al.* (2016) citan un estudio realizado en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en la que se comprueba que los porcentajes dominantes del interés por la política son poco interesados y nada interesados, algo que va en línea con lo conseguido en la atención a contenidos de política. Igualmente, Gómez-Tagle *et al.* (2017) demostró que los jóvenes presentan poco interés en la política.

5.2.5. Participación política y social

CUADRO 21. VARIABLE DEPENDIENTE. PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL DE LA MUESTRA DURANTE SU ESTANCIA EN LA BUAP

<i>PARTICIPACIÓN POLÍTICA</i>				
	<i>SÍ</i>		<i>NO</i>	
	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
VOTAR EN LAS ELECCIONES	304	80.9	72	19.1
COLABORAR EN CAMPAÑA	45	12.1	326	87.9
ASISTIR A PLÁTICAS	93	25.1	277	74.9
HACER UNA PETICIÓN	107	29.0	262	71.0
<i>PARTICIPACIÓN SOCIAL</i>				
	<i>SÍ</i>		<i>NO</i>	
	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
ASISTIR A TALLERES	313	84.4	58	15.6
TRABAJAR POR UNA CAUSA	130	35.1	240	64.9
REPRESENTAR A LA BUAP	164	44.2	207	55.8
SER VOLUNTARIO	177	47.7	194	52.3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Para medir la participación política (11. *Tomando a consideración las últimas elecciones a Consejo Universitario, ¿qué actividades ejerciste?*) y civil (13. *Durante tu estancia en la BUAP, ¿en cuáles de estas actividades participaste?*) de los pre-ciudadanos se aprovechó su pertenencia a la BUAP para esta variable.

Dentro de la participación política, el único cuestionamiento que se inclinó a la balanza afirmativa fue la de si VOTÓ en las elecciones a Consejo Universitario (80.9 por ciento), mientras que las actividades alrededor del sufragio no lograron rebasar el 30 por ciento para el Sí, en

ANÁLISIS DE RESULTADOS

concreto, la de hacer una petición al candidato en turno llegó a 29.0 por ciento de afirmación (*ver Cuadro 21*).

Las actividades de participación civil dentro de la BUAP mejoraron sus números, siendo la de mejor respuesta la de si ASISTIÓ A TALLERES DEPORTIVOS Y/O CULTURALES con un 84.4 por ciento de Sí. Las opciones de REPRESENTAR A LA BUAP EN ACTIVIDADES y SER VOLUNTARIO en actividades recibieron un porcentaje favorable del 44.2 y 47.7, respectivamente (*ver Cuadro 21*).

Gómez-Tagle *et al.* (2017) encontró resultados parecidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 respecto a la participación civil. De acuerdo a su análisis, los jóvenes no participan en organizaciones estudiantiles (88.91 por ciento) ni en talleres deportivos y/o culturales (79.40 por ciento).

CUADRO 22. VARIABLE DEPENDIENTE. EXPECTATIVA DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA CUANDO LA MUESTRA SEA LEGALMENTE CIUDADANA.

	Sí		No	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VOTAR EN ELECCIONES	339	90.4	36	9.6
SER CANDIDATO	79	21.1	295	78.9
TRABAJAR EN CAMPAÑA	105	28.2	268	71.8
ASISTIR A MÍTINES	108	29.1	263	70.9
PERTENECER A UN PARTIDO POLÍTICO	94	25.2	279	74.8

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Asimismo, se consideró pertinente preguntar sobre la expectativa del pre-ciudadano para cuando logre conseguir su estatus legal de ciudadano con su participación política (12. *Cuando seas mayor de edad, ¿te gustaría...?*). En línea con lo encontrado en su participación política universitaria, la mejor respuesta es para VOTAR EN ELECCIONES con un 90.4 por ciento de respuesta al Sí. Una vez más, el resto de las respuestas no logró rebasar el 30 por ciento, con ASISTIR A MÍTINES como la de mejor flujo con 29.1 por ciento (*ver Cuadro 22*).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De forma general, se observa que la participación política en la muestra, tanto en su participación universitaria como en su perspectiva de participación se limita a la expresión del voto, actividad que precisamente Somuano (2005) es la que asegura a la que se cierra la ciudadanía.

Cuna (2012) y Leyva *et al.* (2016) ya preveían resultados apáticos en los jóvenes para con la participación, aunque Cuna, a través de su estudio cualitativo, prestó atención a que los jóvenes se exigen una “mayor participación en la toma de decisiones, y aspiran a representar una ciudadanía más activa”, aunque de lograr esto, los resultados se verían para la siguiente generación, ya que consideran que la actual está perdida.

5.2.6. Conocimiento político

CUADRO 23. VARIABLE DEPENDIENTE. CALIFICACIÓN DE RESPUESTAS CORRECTAS PARA EL CONOCIMIENTO POLÍTICO DE LA MUESTRA.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	3	0.8
2	6	1.6
3	22	5.8
4	51	13.5
5	74	19.6
6	69	18.3
7	69	18.3
8	44	11.7
9	27	7.2
10	12	3.2
TOTAL	377	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

Finalmente, la última variable a medir es la de conocimiento político, la cual se integró de un total de 10 preguntas que engloban las dos dimensiones que conforman el tema. La media de la variable fue de 0.601, con la mediana ubicada en 0.6, la moda en 0.5 y la desviación estándar en 0.187 (ver Cuadro 23).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Cabe destacar que de los 377 encuestados, solamente 12 individuos lograron contestar correctamente las 10 preguntas, es decir, el 2.65 por ciento de la muestra. El porcentaje acumulado del mayor número de respuestas correctas suma 22.1 para los valores de 8 a 10, por lo tanto, no se alcanza a que la cuarta parte de la muestra tenga una calificación aprobatoria (*ver Cuadro 23*).

Sin embargo, la mayor concentración de calificación se situó entre 5 y 7 respuestas correctas con el 56.2 por ciento del total, es decir, más de la mitad de la muestra, con una ligera inclinación hacia la calificación de 5 (*ver Cuadro 23*).

Si se comparan estos resultados con los obtenidos por Muñiz & Maldonado (2011), se equiparan al estar integrados por una muestra igual. Los autores encontraron que “en promedio no se acertaron más de 7 preguntas de las 18 realizadas sobre asuntos políticos de índole general” (p. 50), e incluso ningún alumno consiguió tener correctas todas las respuestas.

Del otro lado de la balanza, García Clarck (2001) cita un estudio de conocimiento político de los jóvenes de 28 países cuyo resultado general es que el adolescente promedio se describe como un sujeto que posee conocimientos sobre los principios democráticos fundamentales y que cuenta con la capacidad para analizar información cívica.

Si se analizan los resultados alcanzados de forma particular por pregunta, se obtienen datos interesantes. La pregunta 20. *¿Quién es el actual Presidente de Estados Unidos?* es la que cosecha el mejor índice de respuestas correctas con un 98.7 por ciento con solamente una respuesta incorrecta y 5 respuestas NS/NC. Dicho cuestionamiento manda a una dimensión temporal del conocimiento político debido al pronto cambio que hubo en el puesto y que los medios de comunicación se han encargado de divulgar. Además, esta respuesta ha tenido una

ANÁLISIS DE RESULTADOS

gran exposición mediática para el nombre del presidente Donald Trump, por lo tanto, este era un resultado esperado para este tópico (ver Cuadro 24).

CUADRO 24. VARIABLE DEPENDIENTE. CONOCIMIENTO POLÍTICO DE LA MUESTRA.			
	<i>CORRECTO</i>	<i>INCORRECTO</i>	<i>NS/NC</i>
¿CUÁLES SON LOS TRES PODERES DE LA UNIÓN?	67.4 % (91 %)	6.6 % (9 %)	26 %
¿CUÁNTO TIEMPO DURAN EN EL PODER LOS DIPUTADOS?	30.5 % (40.8 %)	44.3 % (59.2 %)	25.2 %
¿EN QUÉ AÑO SE PROMULGÓ LA CONSTITUCIÓN MEXICANA?	88.9 % (92.5 %)	7.2 % (7.5 %)	4 %
¿QUIÉN FUE EL PRIMER PRESIDENTE QUE TUVO MÉXICO?	77.5 % (82.7 %)	16.2 % (17.3 %)	6.4 %
¿QUIÉN ES EL ACTUAL SECRETARIO DE GOBERNACIÓN?	53.1 % (71.9 %)	20.7 % (28.1 %)	26.3 %
¿CUÁLES SON LAS TAREAS DEL PRESIDENTE DE MÉXICO?	53.8 % (79.6 %)	13.8 % (20.4 %)	32.4 %
¿QUIÉN ES EL ACTUAL PRESIDENTE DE ESTADOS UNIDOS?	98.7 % (99.7 %)	0.3 % (0.3 %)	1.1 %
EN GENERAL, ¿DE QUÉ TRATA EL BREXIT DEL REINO UNIDO?	29.2 % (90.2 %)	3.2 % (9.8 %)	67.6 %
¿QUIÉN ES EL ACTUAL ALCALDE DE LA CIUDAD DE PUEBLA?	44.3 % (50 %)	44.3 % (50 %)	11.4 %
¿CUÁNTOS MUNICIPIOS INTEGRAN EL ESTADO DE PUEBLA?	58.1 % (66.8)	28.9 % (33.2 %)	13 %

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

NS/NC (No sabe/No contestó)

Entre paréntesis se muestra el porcentaje válido de las respuestas sin contar NS/NC

García Trejo (2013) explica este resultado debido a que al ser esta una respuesta de tipo temporal, la información es recibida directamente de los medios de comunicación. A pesar de que el cambio en la Presidencia de Estados Unidos es reciente, la exposición que ha tenido en los medios hace que este sea un resultado esperado.

En segundo lugar se encuentra 16. *¿En qué año se promulgó la Constitución Mexicana?* con un 88.9 por ciento de respuestas correctas (92.5 si se toma en cuenta el porcentaje válido). Esta pregunta intenta recordar un conocimiento político de tipo tópico que se enseña desde la educación primaria, y que este año se ha reforzado por haberse cumplido el centenario de la

ANÁLISIS DE RESULTADOS

promulgación de la Constitución Mexicana y por haberse puesto en circulación un billete de 100 pesos conmemorativo (ver Cuadro 24).

Un caso interesante de mencionar es la pregunta 21. *En general, ¿de qué trata el Brexit del Reino Unido?*, la cual además de ser una de las preguntas abiertas de este encuesta, es la que mayor porcentaje de NS/NC tuvo (67.6), pero que en su porcentaje válido devuelve uno de los tres mejores número de respuestas correctas con un 90.2 por ciento, es decir, quienes se atrevieron a contestar lo hicieron con la certeza de que sabían la respuesta. Esta pregunta se engloba dentro de la dimensión temporal al ser un tema que cobró relevancia a partir del 23 de junio de 2016 cuando se celebró el referéndum británico con el que se decidió iniciar el proceso de salida del Reino Unido de la Unión Europea (ver Cuadro 24).

Otra pregunta a tomar en cuenta es la de 15. *¿Cuánto tiempo duran en el poder los diputados?*, cuya diferencia entre respuestas correctas e incorrectas es de 13.8 por ciento. El porcentaje de respuestas correctas de este reactivo fue el más bajo de las preguntas de conocimiento político, reluciendo una confusión en la duración de los diputados en su curul legislativo y en este tema de dimensión tópica que se imparte durante la educación cívica (ver Cuadro 24).

Esta pregunta también se realizó a lo largo de las cinco ediciones de la Encup, en cuya encuesta de 2012 se encontraron porcentajes parecidos, principalmente en el porcentaje de respuestas NS/NC con 23.66, y con respuestas correctas e incorrectas cercanas con 40.34 por ciento y 36.01 por ciento, respectivamente (Segob, 2013).

Un caso similar se presenta en la pregunta 22. *¿Quién es el actual alcalde de la Ciudad de Puebla?*, en la que la diferencia entre respuestas correctas e incorrectas es de cero al tener los

ANÁLISIS DE RESULTADOS

misimos porcentajes y con un mínimo de NS/NC de 11.4 por ciento. El porcentaje de respuestas incorrectas de esta pregunta, junto con la presentada en el párrafo actual, es la más alta de las preguntas de conocimiento político (44.3), lo que deja en evidencia que los pre-ciudadanos no reconocen quién es el alcalde actual de la Ciudad de Puebla aun cuando es el municipio en donde estudian. Cabe recordar que Luis Banck Serrato es el presidente municipal de Puebla desde 2016, y que no fue electo por el voto popular, ya que tomó el puesto que dejó José Antonio Gali Fayad para competir por la gubernatura de Puebla. La confusión en las respuestas a esta pregunta se podría derivar a partir de este argumento (*ver Cuadro 24*).

Con base en las descripciones obtenidas, se puede obtener un perfil del pre-ciudadano encuestado: se trata de un joven que ya no cree en los partidos políticos, cuyo hábito mediático se focaliza en los medios digitales como Internet y redes sociales, que preferentemente usa los medios para entretenerse y divertirse, y que cuando habla de política lo hace cara a cara. Además, no le interesa la política, y piensa que participar en política es limitarse al voto electoral, y cuyos niveles de conocimiento político son pobres.

5.3. Análisis correlacional de la muestra

En este apartado final del análisis de resultado se profundiza en los datos recogidos mediante la estadística inferencial, para este caso, con correlaciones para encontrar relaciones entre las variables.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a Castañeda *et. al.* (2010), la correlación determina la intensidad y la dirección en que están relacionadas dos o más variables, además de que funcionan para poder ejecutar estudios más sofisticados de causa-efecto.

Dentro de las correlaciones, el coeficiente de Pearson (P) es uno de los más usados, el cual determina la fuerza de la relación con un valor que va de -1 a 1, mientras el signo positivo o negativo señala si la dirección es directa o inversa (Castañeda *et. al.*, 2010). Las siguientes correlaciones se presentan mediante el coeficiente de Pearson.

CUADRO 25. CORRELACIONES BIVARIADAS ENTRE LAS VARIABLES DE ESTUDIO.			
CONSUMO DE MEDIOS	CONOCIMIENTO POLÍTICO	INTERÉS POLÍTICO	PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL
TELEVISIÓN	0.010	-0.100	-0.052
RADIO	0.058	-0.012	-0.045
PERIÓDICOS	0.107*	0.040	0.052
REVISTAS	0.161*	0.022	0.022
INTERNET	0.025	-0.020	0.062
REDES SOCIALES	0.054	-0.038	0.061
ATENCIÓN A CONTENIDOS	CONOCIMIENTO POLÍTICO	INTERÉS POLÍTICO	PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL
ENTRETENIMIENTO	0.032	0.085	0.081
POLÍTICA	0.112*	0.554**	0.417**
CONVERSACIÓN POLÍTICA	CONOCIMIENTO POLÍTICO	INTERÉS POLÍTICO	PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL
INTERPERSONAL	0.025	0.605**	0.466**
DIGITAL	0.071	0.500**	0.426**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS.

*p < 0.05 (bilateral); **p < 0.01 (bilateral).

Contrario a los hallazgos presentados en el subtítulo pasado de este capítulo en relación a la mayoría de uso de las plataformas digitales en los jóvenes, el Internet y las redes sociales no presentan correlación significativa con alguna de las variables dependientes (*ver Cuadro 25*).

Esto significa que la primera hipótesis (**H1. El consumo de medios digitales tendrá una relación positiva en los niveles de conocimiento político del pre-ciudadano**) presentada en el

ANÁLISIS DE RESULTADOS

capítulo pasado no se comprueba al no existir una relación positiva en el consumo de medios digitales en los niveles de conocimiento político del pre-ciudadano.

Sin embargo, el consumo de medios de comunicación escritos, llámense periódicos y revistas, mantiene correlación con el conocimiento político, aunque el valor absoluto de la intensidad de esta relación no rebase el valor absoluto de 0.2 en su coeficiente de correlación de Pearson (Periódicos, $P = 0.107^*$, $*p < 0.05$; Revistas, $P = 0.161^*$, $*p < 0.05$) (ver Cuadro 25).

Este hallazgo se ubica dentro de los términos que postula la Teoría de la movilización política, y más en específico, en la parte en que García Luengo (2005) reconoce que la lectura de periódicos se conecta con indicadores como el conocimiento político. Esta aproximación también fue encontrada por Muñiz (2012a) al observar que los medios escritos favorecían el conocimiento político de los pre-ciudadanos de Monterrey.

En relación con la segunda hipótesis formulada (**H2. La atención a contenidos políticos tendrá una relación positiva en el interés por la política del pre-ciudadano**), el análisis de los datos comprueba que la atención a contenidos políticos tiene una relación positiva en el interés por la política del pre-ciudadano.

El coeficiente de correlación de Pearson devuelve que la atención a los contenidos de políticos está relacionados no solo con el interés por la política ($P = 0.554^{**}$, $^{**}p < 0.01$), sino también con la participación política y social del sujeto de estudio ($P = 0.417^{**}$, $^{**}p < 0.01$) (ver Cuadro 25).

Una vez más, se encuentra una coincidencia entre el presente estudio y lo realizado por Muñiz (2012b) y Leyva *et al.* (2016) cuando encontraron que la atención a los contenidos de

ANÁLISIS DE RESULTADOS

política se relaciona positivamente con buenos niveles de conocimiento político e interés político. Rojas (2006) señala que esta concordancia es valiosa debido a que se presenta un sujeto más activo al elegir él mismo qué ver en los medios, a diferencia de un sujeto que solo se expone genéricamente a los medios.

En cuanto a la tercera hipótesis (**H3. Las dos dimensiones de conversación política, tanto interpersonal como digital, tendrán una relación positiva en la participación política del pre-ciudadano**), también se valida la relación positiva que tienen las dos dimensiones de la conversación política, tanto la interpersonal como la digital, con la participación política del pre-ciudadano.

El coeficiente de correlación de Pearson para las variables de Conversación política interpersonal y Participación política y social ($P = 0.466^{**}$, $^{**}p < 0.01$) es similar al de Conversación política digital y Participación política y social ($P = 0.426^{**}$, $^{**}p < 0.01$) (ver Cuadro 25).

Igualmente, se encuentra relación entre las dos conversaciones políticas del individuo con el interés por la política: de $P = 0.605^{**}$, $^{**}p < 0.01$ para la conversación interpersonal y de $P = 0.500^{**}$, $^{**}p < 0.01$ para la conversación digital (ver Cuadro 25).

Este resultado se asemeja con el de Muñiz (2012b) quien publicó que los pre-ciudadanos de Monterrey que conversaban más políticamente tenían más tendencia a participar en la política, aunque no en las actividades sociales. Cabe señalar que para la presente investigación, el constructor de participación política y participación social se integró en un solo valor.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Lo encontrado en las correlaciones de la Atención a los contenidos de política y las dos dimensiones de la Conversación política con el Interés político y la Participación política y social pautan los postulados de la ya mencionada Teoría de la movilización política y como se genera un mayor compromiso cívico en los individuos (Jorge & Miró, 2011; Muñiz, 2012a; Díaz & Muñiz, 2017).

En esta línea, Muñiz (2012b) resalta la función de la mediación de la conversación política para reflexionar sobre los asuntos públicos de los visto o aprendido en los medios de comunicación y un siguiente paso como lo puede ser el votar. En el presente estudio destaca que el coeficiente de correlación de Pearson más intenso se da entre la Conversación política interpersonal y el Interés político ($P = 0.605^{**}$, $^{**}p < 0.01$) (*ver Cuadro 25*).

Con base en las correlaciones obtenidas, se puede concluir que existen algunas relaciones en los pre-ciudadanos: aquellos con un nivel alto de atención a contenidos y conocimiento sobre política, con preferencia en los medios escritos; aquellos quienes platican de política, interpersonal y digitalmente; y aquellos quienes tendrán mayores niveles de interés político y participación política y social.

5.4. Análisis comparativo de la muestra

Para finalizar con este capítulo, a continuación se presenta una comparación de los resultados obtenidos en la presente tesis con el trabajo de investigación realizado en Monterrey por Saldierna (2013), quien ocupó una muestra similar y cuyo estudio también estuvo basado en el trabajo de Muñiz.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Esta comparación se realiza con el sustento de que ambos trabajos de investigación contaron con preguntas de similar redacción que buscaban medir variables iguales, con la construcción de respuestas igualmente basadas en escalas Likert, y bajo el argumento que se realizaron en contextos similares en las ciudades de Monterrey y Puebla.

Relativo a este último punto, las ciudades de Monterrey y Puebla son la tercera y cuarta ciudades más pobladas de México, al igual que sus zonas metropolitanas, y cuentan con un Índice de Desarrollo Humano Muy Alto. En aspectos políticos, ambas cabeceras municipales ya han celebrado alternancias políticas en varias ocasiones, así como en sus gobiernos estatales.

Para esta comparación se recuperan cuatro preguntas en concreto debido a lo igual que son sus cuestionamientos y respuestas, aunque en algunos casos se tuvo que encontrar la respuesta que más se acercaban en ambos cuestionarios.

Asimismo, es importante señalar que aunque en ambos estudios, el presente realizado en Puebla y el de Saldierna (2013) realizado en Monterrey, la muestra es igual: pre-ciudadanos, existe una temporalidad de cuatro años en el levantamiento de los datos.

5.4.1. Consumo de medios de comunicación

Ante el cuestionamiento sobre el consumo de medios de comunicación, en lo general se encuentran mayores promedios para Monterrey que para Puebla. La capital poblana ($M= 4.55$) solamente supera a Monterrey ($M= 4.35$) en la media de INTERNET, lo que apuntala el hallazgo sobre que esta plataforma cada año gana más penetración en la gente joven. Asimismo, la desviación estándar es menor en Puebla ($DE= 0.68$) que en Monterrey ($DE= 0.98$) (ver *Cuadro 26*).

CUADRO 26. COMPARACIÓN ENTRE LOS DATOS ENCONTRADOS EN PUEBLA Y MONTERREY PARA EL CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

	MEDIA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
	PUEBLA	MONTERREY	PUEBLA	MONTERREY
TELEVISIÓN	2.38	3.91	0.91	1.04
RADIO	2.22	2.89	0.99	1.12
PERIÓDICOS*	1.69	2.49	0.79	0.96
PRENSA DIGITAL*		2.75		1.40
REVISTAS	1.80	2.57	0.88	1.00
INTERNET	4.55	4.35	0.68	0.98
REDES SOCIALES**	4.33		0.85	
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS y a partir de Saldierna (2013).				
*En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por prensa escrita y prensa digital, cada una por separado.				
**En Monterrey, Saldierna (2013) no preguntó por las redes sociales de manera individual.				

Para la TELEVISIÓN, hay una diferencia en las medias de 1.53, la mayor de todos los promedios de ambas ciudades. En Puebla hay una media de 2.38 contra la media de Monterrey de 3.91. Asimismo, estos resultados van en línea con como la televisión pierde vigencia en el público joven (ver *Cuadro 26*).

5.4.2. Atención a contenidos de entretenimiento

CUADRO 27. COMPARACIÓN ENTRE LOS DATOS ENCONTRADOS EN PUEBLA Y MONTERREY PARA LA ATENCIÓN A CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO.

	MEDIA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
	PUEBLA	MONTERREY	PUEBLA	MONTERREY
TELENOVELAS	1.30	2.80	0.59	1.47
PELÍCULAS	3.54	3.74	0.88	1.12
SERIES DE TELEVISIÓN	3.20	3.82	1.22	1.12
DEPORTES*	2.36	2.77	1.27	1.43
MÚSICA**	4.01	4.43	1.07	0.93
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS y a partir de Saldierna (2013).				
*En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por prensa deportiva.				
**En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por bajar música.				

A diferencia del cuadro anterior, en la comparativa sobre la atención a los contenidos de entretenimiento se encuentran intervalos más cerrados en cuanto a la diferencia de los promedios de Puebla y Monterrey (ver *Cuadro 27*).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La mayor diferencia se halla en el consumo de TELENOVELAS, cuando en Puebla hay una media de 1.30, en Monterrey se registró una media de 2.80, con la característica de que la desviación estándar fue también mayor en la ciudad nuevoleonense con 1.47, contra el 0.59 encontrado en Puebla (ver *Cuadro 27*).

En las relaciones posteriores, aunque Monterrey presenta medias más altas que Puebla, destacan las diferencias cerradas. De 0.2 para PELÍCULAS, de 0.62 para SERIES DE TELEVISIÓN, de 0.41 para DEPORTES y de 0.42 para MÚSICA (ver *Cuadro 27*).

5.4.3. Atención a contenidos de política

CUADRO 28. COMPARACIÓN ENTRE LOS DATOS ENCONTRADOS EN PUEBLA Y MONTERREY PARA LA ATENCIÓN A CONTENIDOS DE POLÍTICA.

	MEDIA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
	PUEBLA	MONTERREY	PUEBLA	MONTERREY
DEBATE POLÍTICO*	2.01	1.53	1.00	0.86
NOTICIEROS**	2.55	2.61	0.99	1.78
PERIÓDICOS DIGITALES***	2.09	2.23	1.03	1.01
PÁGINAS DE POLÍTICOS****	1.64	1.69	0.93	1.03
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS y a partir de Saldierna (2013).				
*En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por programas de política.				
**En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por noticias de televisoras nacionales, internacionales y locales. Estas tres medias y desviaciones estándar se promediaron para sacar un valor único.				
***En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por noticias en periódicos nacionales, internacionales y locales. Estas tres medias y desviaciones estándar se promediaron para sacar un valor único.				
****En Monterrey, Saldierna (2013) preguntó por páginas de contenido político.				

Al igual que en el caso anterior, la diferencia entre los promedios obtenidos en Puebla y en Monterrey para la atención a contenidos de política es mínima, lo que deja entrever la similitud de las muestras en relación a esta variable (ver *Cuadro 28*).

El único caso en el que Puebla supera a Monterrey es en la pregunta relativa a DEBATE POLÍTICO. En la capital poblana la media es de 2.01, mientras que en la ciudad regia el promedio

ANÁLISIS DE RESULTADOS

es de 1.53. En este caso, la desviación estándar es mayor en Puebla (DE= 1.00) que en Monterrey (DE= 0.86) (ver *Cuadro 28*).

En las preguntas con respuestas de NOTICIEROS y PERIÓDICOS DIGITALES, aunque en el caso de Monterrey se preguntó por separado de acuerdo a las dimensiones de las noticias - nacional, internacional y local-, destaca lo cercano de los promedios con diferencias de 0.06 para los NOTICIEROS y de 0.14 para PERIÓDICOS DIGITALES (ver *Cuadro 28*).

5.4.4. Conversación política interpersonal

CUADRO 29. COMPARACIÓN ENTRE LOS DATOS ENCONTRADOS EN PUEBLA Y MONTERREY PARA LA CONVERSACIÓN POLÍTICA INTERPERSONAL.

	MEDIA		DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
	PUEBLA	MONTERREY	PUEBLA	MONTERREY
FAMILIA	2.61	2.61	1.04	1.09
AMIGOS	2.09	1.95	0.94	1.04
COMPAÑEROS DE ESCUELA	2.04	2.00	1.02	0.98
PROFESORES	2.36	2.37	1.09	1.07
VECINOS	1.26	1.66	0.57	0.89
GENTE CON IDEAS POLÍTICAS SIMILARES	2.00	1.92	1.13	1.04
GENTE CON IDEAS POLÍTICAS DISTINTAS	1.89	1.92	1.04	1.07
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos analizados en SPSS y a partir de Saldierna (2013).				

Finalmente, la última comparación viable entre los datos obtenidos en la presente investigación y la realizada por Saldierna (2013) va dirigida hacia la variable de la conversación política en su dimensión interpersonal, es decir, comunicación cara a cara.

Los datos obtenidos en ambos casos mantienen estrechas distancias, aunque en esta ocasión si se dividen las medias superiores e incluso se halla un empate para la conversación política interpersonal con miembros de la Familia (M= 2.61).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Las medias que son superiores en Puebla son Amigos ($M= 2.09$), Compañeros de escuela ($M= 2.04$) y Gente con ideas políticas similares ($M= 2.00$), mientras que Monterrey rebasa en Profesores ($M= 2.37$), Vecinos ($M= 1.66$) y Gente con ideas políticas distintas.

A manera de reflexión sobre estas comparaciones, es de destacar lo próximas que son las medias entre las variables balanceadas en los casos de Puebla y Monterrey, lo que refleja la similitud entre las muestras a pesar de las diferencias geográficas y sociales que puedan presentar estas pre-ciudadanías.

6. CONCLUSIONES

La presente investigación pretendió dar un acercamiento al cómo se configura la cultura política de los pre-ciudadanos de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) de la ciudad de Puebla mediante un estudio exploratorio y correlacional que vincule el consumo de medios de comunicación en el nuevo escenario de medios del siglo XXI con variables de la cultura política como conocimiento político, interés político y participación política.

Desde una óptima cuantitativa, se encontraron resultados que concuerdan con lo leído en la literatura especializada y que se encuentra plasmada en los Capítulos II y III de la investigación.

Por ejemplo, en línea con los postulados de la Teoría de la movilización política, se halló que los medios de comunicación escritos, como el periódico y las revistas, así como la conversación política en sus dos modalidades, tanto interpersonal como digital, tienen relación con el conocimiento político y con el interés político, respectivamente.

Con esto se corrobora el papel de la comunicación para la construcción de la cultura política de los jóvenes, esfera cuyos cambios han dado grandes pasos en este siglo XXI con el avance de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs).

Destaca cómo en la literatura revisada, el Internet apenas tenía penetración en la década pasada, y en estudios más reciente se presenta como una de las principales plataformas de información incluso rebasando a la televisión como el medio favorito. Los datos recabados en

CONCLUSIONES

este estudio también se alinean con la nueva tendencia de favoritismo hacia las plataformas digitales.

Sin embargo, este hallazgo contrasta con lo que se esperaba encontrar en la primera hipótesis de la investigación sobre que el consumo de medios digitales tendría una relación positiva en los niveles de conocimiento político del pre-ciudadano. Sobre esto se puede inferir que los pre-ciudadanos utilizan el Internet y las redes sociales para atender otras necesidades que no son las de obtener información política, esto al recordar que los contenidos de política son menos demandados que los contenidos de entretenimiento en la muestra.

Respecto a esta hipótesis se esperaba encontrar una relación positiva y significativa entre el uso de las TICs y los niveles de comunicación política. Aunque se considera al Internet como un gran espacio con información abierta al público, en este caso no se aprovecha para la política. En este aspecto se debe profundizar en futuros espacios y con ello conseguir respuestas mejor fundamentadas: ¿para qué utilizan los jóvenes las plataformas digitales en temas como la política? Además, que este patrón sea un común denominador en la literatura previa apuntala más la necesidad de ahondar en el tema.

Con la segunda hipótesis presentada se pudo corroborar en que la atención a contenidos políticos tiene una influencia positiva en el interés por la política del pre-ciudadano, y no solo para esta variable, sino para el conocimiento político y la participación política.

La Teoría de la movilización política es más fuerte en estos individuos, e incluso se adentra en el Círculo Virtuoso en el que el pre-ciudadano interesado en la política regresa por sí solo a los medios de comunicación para ampliar su conocimiento político, información que más

CONCLUSIONES

tarde conversa con otros para tener una participación mejor sustentada, proceso que se vuelve a repetir.

La base de este hallazgo se sustenta en que el interés por contenidos de política ya se encuentra en un nivel mayor al buscar este tema por iniciativa propia. Es natural que quien esté interesado por la política va a buscar de política en los medios de comunicación, que concatenado con los párrafos anteriores, medios como revistas especializadas y periódicos presentan esta información de mejor forma que los comunes en televisión o Internet.

Bajo esta línea, se esperaba encontrar esta relación con el supuesto de que quien platicaba de temas de política no tenía miedos sobre qué podrían decir al respecto, por lo que está más propenso a manifestarse activamente mediante la participación.

Finalmente, la tercera hipótesis buscaba encontrar una relación positiva en las dos dimensiones de conversación política, tanto interpersonal como digital, en la participación política del pre-ciudadano. Esta relación también se encontró con los datos recabados.

Sin embargo, destaca que en los datos descriptivos, por ejemplo, se halló que la proporción de interesados por la política es regular, nunca ubicándose en los extremos de muy interesado o nada interesado, con lo que se deduce que los individuos a los que les funciona la Teoría de la movilización política son pocos.

El mismo caso se da con el nivel de conocimiento político, cuando la mayoría de los encuestados se encuentra en el umbral de las calificaciones intermedias y solamente un mínimo porcentaje con las resultados correctamente contestadas.

CONCLUSIONES

Una explicación a estos argumentos la ofrece Cuna (2012), quien asegura que los jóvenes son demócratas insatisfechos que observan a la democracia como un mero ejercicio de poder, aunque conscientes de que tienen que hacer algo más para colaborar.

Los datos descriptivos que se presentaron pueden sustentar la visión de Cuna (2012) con jóvenes sin identificación partidista y con poco interés en la política, que prefieren entretenerse en los medios a aprovechar el vínculo que son estos para con la política, y que no están más propensos a participar dentro de la institucionalidad de la democracia más que con su voto.

Si se comparan los resultados obtenidos con la investigación de Muñiz en Monterrey, estas conclusiones se vuelven más válidas cuando el mismo autor ha publicado diferentes resultados con la misma muestra pero variando en la temporalidad. Muñiz & Maldonado (2011) englobaron, en lo general, sus resultados dentro de la Teoría del malestar mediático al existir una mayoría de contenidos de entretenimiento en su muestra y un conocimiento político pobre, sin embargo, destacaron la existencia de individuos de lado de la Teoría de la movilización política con preferencias a los medios escritos y tendencia a participar.

Un año después, Muñiz (2012a; 2012b) publicaba como la Teoría de la movilización política se presentaba más que la Teoría del malestar mediático en su análisis de pre-ciudadanos, igualmente con una mejor contribución de los medios escritos para con el conocimiento político y el interés por la política.

Estos resultados se presentan debido a que los medios escritos cuentan con contenidos de política más especializados y mejor trabajados que otros medios, esto gracias a que conllevan más investigación y un mejor manejo de la información, algo que los interesados en política propensos a participar de mejor forma buscan.

CONCLUSIONES

Que los resultados oscilen entre la Teoría de la Movilización Política y la Teoría del Malestar Mediático no es algo por lo que se deba de alarmar. Putman (2002) ya hacía énfasis en esta relación intrínseca cuando cada paradigma es simplemente un reajuste de las categorías.

En la presente investigación, las correlaciones ejecutadas dan sustento a la existencia de individuos dentro del paradigma de la Teoría de movilización política, con preferencia por estos medios escritos, y relaciones entre conversación política, atención a contenidos de política, interés político y participación política y social.

Sin embargo, los resultados obtenidos a través de la estadística descriptiva son menos alentadores con jóvenes a los que no les interesa la política, que no consumen política y que no participan en la política más que con el voto.

Este último párrafo se podría incluir dentro de la Teoría del malestar mediático al encontrar una mayor preferencia por la atención a los contenidos de entretenimiento por sobre los de política.

Estos son apenas algunos resultados obtenidos con los presentes datos, mismos que se pueden aprovechar en una agenda de investigación más rigurosa que involucre estudiar la información mediante análisis multivariantes en modelos estructurales para encontrar relaciones más concretas entre las variables.

De igual forma, para incrementar la productividad del estudio se deben involucrar más variables como la confianza en las instituciones, percepción sobre la democracia, eficacia política, variables relaciones con los padres de familia, entre otros.

CONCLUSIONES

Asimismo, la posibilidad de repetir este estudio en varios periodos ofrecerá un vistazo de índole longitudinal al problema de la cultura política en los pre-ciudadanos, y cómo se presentó en las limitaciones de la investigación, aumentar la muestra en niveles más incluyentes para los jóvenes.

Finalmente, la necesidad de incluir un carácter cualitativo en la investigación proporcionaría una mirada a lo que piensan los pre-ciudadanos sobre la cultura política y el consumo de medios de comunicación, para con ello triangular estos resultados con lo cuantitativos y contar con un mejor escenario sobre la realidad del tema.

REFERENCIAS

- ALMOND, G., & VERBA, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- ALONSO, J. (1996). Cultura política y partidos políticos. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 187-214). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- AREA, M., BORRÁS, J., & SAN NICOLÁS, B. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de Estudios de Juventud*(109), 13-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5336879>
- ARGÜELLES, M. (2011). Un análisis a la construcción cultura de la identidad femenina. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 171-194). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- ARUGUETE, N., & MUÑIZ, C. (2012). Hábitos comunicativos y política. Efectos en las actitudes políticas de la población mexicana. *Anagramas*, 10(20), 129-146. Obtenido de www.scielo.org.co/pdf/angr/v10n20/v10n20a10.pdf
- ATILANO, J. (2016). De las redes sociales al voto. El impacto de la interacción virtual en los procesos electorales en México. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 9(18), 9-45. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5814198.pdf>
- BABBIE, E. (2002). *Fundamentos de la investigación social*. México, D.F.: International Thomson Editores.
- BARABAS, J., JERIT, J., POLLOCK, W., & RAINEY, C. (2012). The question(s) of political knowledge. *American Political Science Review*, 108(4). Obtenido de

REFERENCIAS

- <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=9427222&fileId=S0003055414000392>
- BARTON, C., FROMM, J., & EGAN, C. (2012). *The Millennial Consumer. Debunking Stereotypes*. Recuperado el 29 de agosto de 2016, de The Boston Consulting Group: <https://www.bcg.com/documents/file103894.pdf>
- BOOTH, J., & SELIGSON, M. (1984). The Political Culture of Authoritarianism in Mexico: A Reexamination. *Latin American Research Review*, 1(19), 106-124. Obtenido de http://www.jstor.org/stable/pdf/2503299.pdf?_=1465607279773
- BRUSSINO, S., & RABBIA, H. (2007). Análisis psicosocial de las tipologías de vinculación política de Dalton en la Argentina post 2001. *Psicología Política*(35), 53-67. Obtenido de <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N35-3.pdf>
- BRUSSINO, S., SORRIBAS, P., & MEDRANO, L. (2008). Características Psicométricas de la Medición del Conocimiento Político. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 1(25), 179-192. Obtenido de http://www.aidep.org/03_ridep/R25/R259.pdf
- BUAP. (2016). *Anuario Estadístico Institucional 2015-2016*. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de BUAP: http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/wb/Transparencia/anuario_estadistico_20152016
- CALDEVILLA, D. (2010). Las nuevas tecnologías cambian el panorama de la comunicación política. *Perspectivas de la comunicación*, 3(1), 111-122. Obtenido de <http://publicacionescienciasocias.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/90/73>
- CÁMARA DE DIPUTADOS. (2017). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado el 3 de marzo de 2017, de Cámara de Diputados: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>
- CARO, M., PIVATTO, D., QUINTEROS, L., SEMA, G., & TORREJÓN, E. (2011). Conocimiento político en estudiantes secundarios. *Revista Electrónica de Psicología Política*, 9(27). Obtenido de <http://www.psicopol.unsl.edu.ar/abril2012-nota07%20-%20Conocimiento%20politico%20en%20estudiantes.pdf>

REFERENCIAS

- CASAS, M. (2011). Medios de comunicación y procesos de intermediación política. En N. Pareja, & S. Molina, *Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global* (págs. 25-39). Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- CASTAÑEDA, M., CABRERA, A., NAVARRO, Y., & DE VRIES, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS. Un libro práctico para investigadores y administradores educativos*. Porto Alegre: Editoria Universitária da PUCRS.
- CASTELLS, M. (2012). *Comunicacion y poder*. Mexico, D.F.: Siglo XXI Editores.
- CATTERBERG, G., & MORENO, A. (2005). The individual bases of political trust: trends in new and established democracies. *International Journal of Public Opinion Research*(18), 31-48. Obtenido de <http://ijpor.oxfordjournals.org/content/18/1/31.full.pdf>
- CORDUNEANU, I., & MUÑIZ, C. (2011). ¿Autoritarismo superado? Medios y actitudes políticas en el contexto mexicano. En C. Muñiz, *Comunicación, Política y Ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política* (págs. 283-307). México, D.F.: Fontamara.
- COUTIÑO, F. (2011). Introducción. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 9-14). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- COUTIÑO, F. (2011). *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- COUTIÑO, F., & Luengas, J. (2011). Identificación de un área de estudio importante para la investigación en ciencias sociales: introducción a la cultura política. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 15-42). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- CÓZATL, J. (2011). La importancia de la formación cívica para la cultura política. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 131-148). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

REFERENCIAS

- CUNA, E. (2012). Apoyo a la democracia en jóvenes estudiantes de la ciudad de México. Estudio sobre el desencanto ciudadano juvenil con las instituciones de la democracia mexicana. *Polis*, 8(2), 107-151. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polis/v8n2/v8n2a5.pdf>
- DE LA PEÑA, G. (1996). Testimonios biográficos, cultura popular y cultura política: reflexiones metodológicas. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 389-413). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- DEFLEUR, M., KEARNEY, P., PLAZ, T., & DEFLEUR, M. (2005). *Fundamentos de comunicación humana* (3a ed. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- DEL TRONCO, J. (2012). Las causas de la desconfianza política en México. *Perfiles Latinoamericanos*(40), 227-251. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v20n40/v20n40a9.pdf>
- DÍAZ, O., & MUÑIZ, C. (2017). ¿Comunicando desafección? El impacto de los medios de comunicación y las campañas en el compromiso cívico de la juventud en 2012. En S. Gómez-Tagle, *La cultura política de los jóvenes* (págs. 221-286). Ciudad de México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- DUARTE, A., & JARAMILLO, M. (2009). Cultura política, participación ciudadana y consolidación democrática en México. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, XVI(46), 137-171. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/espisal/v16n46/v16n46a5.pdf>
- DURAND, V. (2004). *Ciudadanía y cultura política. México, 1993-2001*. México, D.F.: Siglo XXI.
- ECHEVERRÍA, M., & GARAY, M. (2011). Los jóvenes no saben de política. Patrones de consumo y recepción de información política en jóvenes. En N. Pareja, & S. Molina, *Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global* (págs. 183-203). Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

REFERENCIAS

- ESPINOSA, O., & FIGUERAS, V. (2014). Las elecciones de 2012 en contexto. En O. Espinosa, *Las elecciones federales de 2012: su contexto, procesos y dimensiones* (págs. 7-30). Puebla: Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico ICGDE.
- FERNÁNDEZ COLLADO, C., & GALGUERA GARCÍA, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo* (3a ed. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- FERRER, A. (2010). Millennials, la generación del siglo XXI. *Nueva Revista*(130). Obtenido de <http://www.nuevarevista.net/articulos/millennials-la-generacion-del-siglo-xxi>
- FERRIN, M., & FRAILE, M. (2014). La medición del conocimiento político en España: problemas y consecuencias para el caso de las diferencias de género. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*(147), 53-72. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4773592>
- FLORES, J. (2012). *A 50 años de la cultura cívica: pensamientos y reflexiones en honor al profesor Sidney Verba. Análisis en profundidad de temas específicos de la cultura política mexicana actual*. México, D.F.: Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM.
- FLORES, J., & Meyenberg, Y. (2000). *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores de la democracia*. México, D.F.: Instituto Federal Electoral.
- FRAILE, M. (2007). La influencia del conocimiento político en las decisiones del voto. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*(120), 41-74. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480849>
- FRIAS-NAVARRO, D. (2017). *Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida*. Recuperado el 2 de septiembre de 2017, de Universidad de Valencia: <http://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- GARCÍA CLARCK, R. (2001). Bases para un diagnóstico de la cultura cívica en México. *Revista Sociológica*, 16(45-46), 445-456. Obtenido de <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/4516.pdf>
- GARCÍA GARCÍA, R. (2011). La cultura política en México. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 67-102). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

REFERENCIAS

- GARCÍA JURADO, R. (2006). Crítica de la teoría de la cultura política. *Política y Cultura*(26), 133-155. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26702607>
- GARCÍA LUENGO, Ó. (2005). Desafectos y medios de comunicación: el estado de la cuestión de una relación difusa. *Reflexión Política*, 7(14), 8-24. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/110/11001402.pdf>
- GARCÍA TREJO, Y. (2013). Distribución de la Información Política en México. En V. Romero, & P. Parás, *Cultura política de la democracia en México y en las Américas, 2012: Hacia la igualdad de oportunidades* (págs. 173-185). Vanderbilt University. Obtenido de www.vanderbilt.edu/lapop/mexico/Mexico_Country_Report_2012_W.pdf
- GÓMEZ-TAGLE, S., TEJERA, H., AGUILAR, J., RAMÍREZ, J., & DÍAZ, O. (2017). *Informe de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de Cultura política de los jóvenes en México: http://www.culturapoliticajovenes.colmex.mx/wp-content/uploads/2017/02/Informe-Encuesta-Final_20.-feb.2017-con-portada.pdf
- GONZÁLEZ CASANOVA, P. (1986). *El estado y los partidos políticos en México*. México, D.F.: Ediciones Era.
- GONZÁLEZ, M. (1996). Participación y cultura política en la psicología mexicana. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 147-183). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- GUTIÉRREZ, R. (1996). La cultura política en México: teoría y análisis desde la sociología. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 39-72). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2015). La generación Millennials y la nueva política. (108), 161-169. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5195617>

REFERENCIAS

- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- HERNÁNDEZ, J., & MENDIETA, A. (2011). Enfoques de estudio de la cultura política. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 43-65). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- HERNÁNDEZ, M. A. (2008). La democracia mexicana, presa de una cultura política con rasgos autoritarios. *Revista Mexicana de Sociología*, 2(70), 261-303. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v70n2/v70n2a2.pdf>
- IMJUVE. (2002). *Encuesta Nacional de Juventud 2000*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de Base de datos para el análisis social: <http://bdsocial.inmujeres.gob.mx/bdsocial/index.php/enjuve-38/encuesta-nacional-de-juventud?id=50:encuesta-nacional-de-juventud-enjuve-2000&catid=1>
- IMJUVE. (2006). *Encuesta Nacional de Juventud 2005*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de Base de datos para el análisis social: <http://bdsocial.inmujeres.gob.mx/bdsocial/index.php/enjuve-38/encuesta-nacional-de-juventud?id=78:encuesta-nacional-de-juventud-enjuve-200511&catid=1>
- IMJUVE. (2011). *Encuesta Nacional de Juventud 2010*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de Base de datos para el análisis social: <http://bdsocial.inmujeres.gob.mx/bdsocial/index.php/enjuve-38/encuesta-nacional-de-juventud?id=245:encuesta-nacional-de-juventud-enjuve-2010&catid=1>
- INEGI. (2015). *Encuesta Intercensal 2015*. Recuperado el 29 de mayo de 2016, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/ei2015/doc/eic_2015_presentacion.pdf
- INGLEHART, R. (1988). Cultura política y democracia estable. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*(42), 45-66. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/249185.pdf>

REFERENCIAS

- INGLEHART, R. (2005). Modernización y cambio cultural: la persistencia de los valores tradicionales. *Quaderns de la Mediterrània*(5), 21-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1395031>
- INGLEHART, R., & WELZEL, C. (2003). Political Culture and Democracy: Analyzing Cross-Level Linkages. *1*(36), 61-79. Obtenido de http://www.jstor.org/stable/pdf/4150160.pdf?_=1465604948640
- ISLAS, O., & ARRIBAS, A. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos. En A. Piscitelli, I. Adaime, & I. Binder, *El proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (págs. 147-161). Barcelona: Editorial Ariel.
- ISLAS, O., & GUTIÉRREZ, F. (2003). Internet, el medio que cambió a la comunicación. *Razón y Palabra*(34). Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2003/septiembre.html>
- JORGE, J., & MIRÓ, E. (2011). Medios de comunicación, democracia y cultura política. *Question*, *1*(30). Obtenido de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1049/1063>
- KROTZ, E. (1996). Aproximaciones a la cultura política mexicana como fenómeno y como tema de estudio. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 11-35). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- KROTZ, E. (1996). *El estudio de la cultura politica en Mexico: perspectivas disciplinarias y actores politicos*. México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- KROTZ, E., & WINOCUR, R. (2007). Democracia, participación y cultura ciudadana: discursos normativos homogéneos versus prácticas y representaciones heterogéneas. *Estudios Sociológicos*, *XXV*(73), 187-218. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59807307>

REFERENCIAS

- LANDI, Ó. (1982). Comunicación, cultura y proceso político. *Crítica y Utopía*(7), 1-9. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/critica/nro7/landi.pdf>
- LATINOBARÓMETRO. (2016). *Informe Latinobarómetro 2016*. Recuperado el 31 de agosto de 2017, de Latinobarómetro: <http://www.latinobarometro.org/latNewsShow.jsp>
- LEHMAN, E. (1972). On the Concept of Political Culture: A Theoretical Reassessment. 3(50), 361-370. Obtenido de <http://www.bibliocatalogo.buap.mx:2150/stable/pdf/2577040.pdf>
- LEYVA, O., MUÑIZ, C., & FLORES, M. (2016). La conformación de actitudes políticas de los jóvenes universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León. *Revista Mexicana de Opinión Pública*(21), 51-70. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n21/2448-4911-rmop-21-00051.pdf>
- LIJPHART, A. (1971). Comparative Politics and the Comparative Method. *The American Political Science Review*, 3(65), 682-693. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/1955513>
- LÓPEZ, Á. (2008). Las teorías de sistemas en el estudio de la cultura política. *Política y Cultura*(29), 171-190. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n29/n29a8.pdf>
- LÓPEZ, N., & SANDOVAL, I. (2006). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Retrieved 2016 йл 5-noviembre from Universidad de Guadalajara Virtual: http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/1103/1/Metodos_y_tecnicas_de_investigacion_cuantitativa_y_cualitativa.pdf
- MERINO, M. (2003). México: la transición votada. *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*(33), 63-72. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1456801>
- MORENO, A. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- MORLINO, L. (2007). Explicar la calidad democrática: ¿qué tan relevantes son las tradiciones autoritarias? *Revista de Ciencia Política*, 27(2), 3-22. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32427201>

REFERENCIAS

- MUÑIZ, C. (2012a). Creando ciudadanos comprometidos. Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes. *Revista Mexicana de Opinión Pública*(12), 55-74. Obtenido de <http://www.journals.unam.mx/index.php/rmop/article/view/41349/37601>
- MUÑIZ, C. (2012b). El diálogo político juvenil. Cómo los medios y la sofisticación influyen en la conversación política. *Revista Comunicación y Ciudadanía*(5), 36-52. Obtenido de <http://www.journals.unam.mx/index.php/rmop/article/view/41349/37601>
- MUÑIZ, C., & MALDONADO, L. (2011). Entre la movilización y el malestar mediático. Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes. *Perspectivas de la comunicación*, 4(2), 32-54. Obtenido de <http://publicacionescienciasocias.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/117/100>
- NATERAS, 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*, 12(35), 1357-1403. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/140/14003511.pdf>
- NEWTON, K. (1999). Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise? *British Journal of Political Science*, 29(4), 577-599. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/194239>
- ONU. (2017). *Temas mundiales. Juventud*. Recuperado el 15 de marzo de 2017, de Organización de las Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/globalissues/youth/>
- PAREJA, N. (2011). La cultura política y la comunicación política en las elecciones intermedias de 2009. En N. Pareja, & S. Molina, *Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global* (págs. 50-67). Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- PAREJA, N. (2012). La democracia, cultura política y comunicación. Un estudio de la recepción de noticias televisivas con familias en condición de pobreza en la ciudad de México. *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política*(30), 115-131. Obtenido de http://version.xoc.uam.mx/tabla_contenido.php?id_fasciculo=608

REFERENCIAS

- PAREJA, N. (2013). La comunicación y la cultura política. Una propuesta teórico-metodológica para analizar su relación. En J. Castillo, A. Mendieta, & F. Coutiño, *La realidad de la comunicación política. Relaciones de poder, actores y escenarios emergentes* (págs. 215-243). México, D.F.: Fontamara.
- PAREJA, N., & MOLINA, S. (2011). Introducccón. En N. Pareja, & S. Molina, *Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global* (págs. 13-22). Zamora: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- PESCHARD, J. (2001). *La cultura política democrática*. México, D.F.: Instituto Federal Electoral.
- PRENSKY, M. (2010). *Cuadernos SEK 2.0*. Recuperado el 29 de agosto de 2016, de Nativos e Inmigrantes Digitales: [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, E. (2012). Retos y encrucijadas conceptuales del estudio de la política como sistema cultural. *Andamios*, 9(18), 263-291. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v9n18/v9n18a12.pdf>
- RODRÍGUEZ ESTRADA, A. (2015). Aproximaciones para analizar las prácticas y redes del campo científico de la Comunicación Política en México. *Razón y Palabra*(91), 611-628. Obtenido de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/135/185>
- RODRÍGUEZ, A., & MEYER, J. (2016). Prácticas objetivadas y subjetivadas en la producción de investigadores del campo científico de la comunicación política en México. *Global Media Journal México*, 13(25), 24-41. Obtenido de https://journals.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_EI/article/view/231/251
- RODRÍGUEZ, A., & MUÑIZ, C. (2009). Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial del 2006. *Comunicación y Sociedad*(11), 99-134. Obtenido de http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/4_6.pdf
- ROJAS, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*(62), 109-142. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n62/n62a06.pdf>

REFERENCIAS

- ROSADO, M. Á. (2003). *Metodología de Investigación y Evaluación*. México, D.F.: Trillas.
- SALDIERNA, A. (2013). *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 de doctorado, Universidad Autónoma de Nuevo León). Obtenido de: <https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/16696>
- SALDIERNA, A., MARAÑÓN, F., & MUÑIZ, C. (2015). El papel de la comunicación en la generación de interés y conocimiento político entre los preciudadanos: aplicación del modelo O-S-R-O-R al caso mexicano. *Revista Mexicana de Opinión Pública*(19), 147-165. Obtenido de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50212/45761>
- SÁNCHEZ ESPINOZA, F. (2011). La técnica utilizada en los estudios de cultura política. Una revisión de distintas formulaciones de la técnica de muestreo. En F. Coutiño, *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México* (págs. 103-130). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- SÁNCHEZ RUIZ, E. (1996). Cultura política y medios de difusión: educación informal y socialización. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticos* (págs. 253-292). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- SARTORI, G. (2008). Opinión Pública. En G. Sartori, *Elementos de teoría política* (págs. 169-200). Madrid: Alianza Editorial.
- SCHREIBER, D., & GARCÍA LUENGO, Ó. (2004). ¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 41(13), 131-143. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1035998>
- SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa Editorial.

REFERENCIAS

- SEGOB. (2002). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2001*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de ENCUP:
http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Primera_ENCUP_2001
- SEGOB. (2003). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2003*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de ENCUP:
http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Segunda_ENCUP_2003
- SEGOB. (2005). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2005*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de ENCUP:
http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Tercera_ENCUP_2005
- SEGOB. (2008). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2008*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de 2008:
http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Cuarta_ENCUP_2008
- SEGOB. (2013). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012*. Recuperado el 9 de marzo de 2017, de ENCUP:
http://www.encup.gob.mx/es/Encup/Quinta_ENCUP_2012
- SEGOB. (2014). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. Recuperado el 11 de junio de 2016, de ENCUP: <http://www.encup.gob.mx/es/Encup/>
- SEGOVIA, R. (1975). *La politización del niño mexicano*. México, D.F.: El Colegio de México.
- SOMUANO, M. (2005). Más allá del voto: modos de participación política no electoral en México. *Foro Internacional*, XLV(1), 65-88. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/599/59911175003.pdf>
- SUNKEL, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En D. Mato, *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder* (págs. 287-294). Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO. Obtenido de http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/100.pdf
- TEJERA, H. (2006). Cultura ciudadana, gobiernos locales y partidos políticos en México. *Revista Sociológica*, 21(61), 41-70. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3050/305024682003.pdf>

REFERENCIAS

- VARELA, R. (1996). Los estudios recientes sobre "cultura política" en la antropología mexicana. En E. Krotz, *El estudio de la cultura politica en Mexico: perspectivas disciplinarias y actores politicos* (págs. 73-145). México, D.F.: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS-CONACYT.
- VILLARREAL, M. (2009). Participación ciudadana y políticas públicas. *Décimo Certamen de Ensayo Político*, 31-48. Obtenido de http://ceenl.mx/educacion/certamen_ensayo/decimo/MariaTeresaVillarrealMartinez.pdf
- WOLDENBERG, J. (2003). La transición democrática mexicana: seis tesis. En E. Suárez-Íñiguez, *Enfoques sobre la democracia* (págs. 47-64). México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

ANEXO 1. CUESTIONARIO DE APLICACIÓN

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
INSTITUTO DE CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO**

En este cuestionario no hay respuestas correctas o incorrectas.

Marca con una ☒ o contesta la respuesta que mejor refleje lo que tú piensas y tú sabes. ¡Muchas gracias!

Sexo:	☐	☐	Edad: _____
	Femenino	Masculino	_____

1. ¿En qué tipo de escuela estudiaste tu...?

	Primaria	Secundaria
Pública	☐	☐
Privada	☐	☐

2. Carrera que vas a estudiar:

3. ¿Con cuál partido político te identificas más?

- ☐ PAN ☐ PRI ☐ PRD ☐ PVEM ☐ PT
☐ Mov.Ciudadano
☐ NuevaAlianza ☐ Morena ☐ EncuentroSoc.
☐ Ninguno

4. ¿En qué posición ideológica te ubicas? Si se supone

1 como máximo a la IZQ. y 10 como máximo a la DER.

IZQ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	DER.

5. ¿Qué tanto consumes los siguientes medios?

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	SIEMPRE
Televisión	☐	☐	☐	☐	☐
Radio	☐	☐	☐	☐	☐
Periódicos	☐	☐	☐	☐	☐
Revistas	☐	☐	☐	☐	☐
Internet	☐	☐	☐	☐	☐
Redes Sociales (RS)	☐	☐	☐	☐	☐

6. ¿Cuántas horas al día consumes estos medios?**9. ¿Qué tanto sueles realizar estas acciones...? (cont.)**

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	SIEMPRE
Comentar en RS de políticos	☐	☐	☐	☐	☐
Comentar en RS de medios de com.	☐	☐	☐	☐	☐

10. ¿Qué tan interesado estás por la política...?

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	BASTANTE
En general	☐	☐	☐	☐	☐
Nacional	☐	☐	☐	☐	☐
Internacional	☐	☐	☐	☐	☐
Municipal/Estatal	☐	☐	☐	☐	☐

11. Tomando a consideración las últimas elecciones a Consejo Universitario, ¿qué actividades ejerciste?

	SÍ	NO
Votar en las elecciones	☐	☐
Colaborar en la campaña de un candidato	☐	☐
Asistir a pláticas de los candidatos	☐	☐
Hacerle una petición a los candidatos	☐	☐

12. Cuando seas mayor de edad, ¿te gustaría...?

	SÍ	NO
Votar en las elecciones	☐	☐

ANEXO 1

Televisión: _____ Revistas: _____

Radio: _____ Internet: _____

Periódicos: _____ Redes Soc: _____

7. ¿Qué tanto consumes los siguientes contenidos?

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	SIEMPRE
Telenovelas	☐	☐	☐	☐	☐
Películas	☐	☐	☐	☐	☐
Series de TV	☐	☐	☐	☐	☐
Deportes	☐	☐	☐	☐	☐
Música	☐	☐	☐	☐	☐
Videos	☐	☐	☐	☐	☐
Memes	☐	☐	☐	☐	☐
Debate político	☐	☐	☐	☐	☐
Noticieros	☐	☐	☐	☐	☐
Periódicos digitales	☐	☐	☐	☐	☐
RS Periódicos	☐	☐	☐	☐	☐
Páginas Políticos	☐	☐	☐	☐	☐
RS Políticos	☐	☐	☐	☐	☐

8. ¿Qué tanto sueles hablar sobre política con...?

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	SIEMPRE
Familiares	☐	☐	☐	☐	☐
Amigos	☐	☐	☐	☐	☐
Compañeros Escuela	☐	☐	☐	☐	☐
Profesores	☐	☐	☐	☐	☐
Vecinos	☐	☐	☐	☐	☐
Gente con ideas	☐	☐	☐	☐	☐

Ser candidato para algún puesto	☐	☐
Trabajar en la campaña de un candidato	☐	☐
Asistir a un mitin político	☐	☐
Pertenecer a algún partido político	☐	☐

13. Durante tu estancia en la BUAP, ¿en cuáles de estas actividades participaste?

	Sí	No
Asistir a talleres deportivos/culturales	☐	☐
Trabajar por una causa universitaria	☐	☐
Representar a la BUAP en actividades	☐	☐
Ser voluntario en actividades extras	☐	☐

14. ¿Cuáles son los tres poderes de la Unión?

15. ¿Cuánto tiempo duran en el poder los diputados?

☐ 2 años ☐ 3 años ☐ 4 años ☐ No sé

16. ¿En qué año se promulgó la Constitución Mexicana?

☐ 1915 ☐ 1916 ☐ 1917 ☐ No sé

17. ¿Quién fue el primer presidente que tuvo México?

☐ Benito Juárez ☐ Guadalupe Victoria ☐ Agustín de Iturbide ☐ No sé

18. ¿Quién es el actual secretario de Gobernación?

☐ Miguel Ángel Osorio Chong ☐ Luis Videgaray Caso ☐ José Antonio Meade ☐ No sé

19. ¿Cuáles son las tareas del Presidente de México?

ANEXO 1

políticas similares					
Gente con ideas Políticas distintas	☐	☐	☐	☐	☐
9. ¿Qué tanto sueles realizar estas acciones políticas?					
	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	SIEMPRE
Hablar con otras personas de política	☐	☐	☐	☐	☐
Enviar e-mails a políticos	☐	☐	☐	☐	☐
Enviar e-mails a medios de com.	☐	☐	☐	☐	☐
Opinar en foros	☐	☐	☐	☐	☐
Comentar en notas de periódicos dig.	☐	☐	☐	☐	☐

20. ¿Quién es el actual Presidente de Estados Unidos?

☐ Barack Obama	☐ Donald Trump	☐ Hillary Clinton	☐ No sé
---------------------------------------	---------------------------------------	--	--------------------------------

21. En general, ¿de qué trata el Brexit del Reino Unido?

22. ¿Quién es el actual alcalde de la Ciudad de Puebla?

☐ Tony Gali Fayad	☐ Luis Banck Serrato	☐ Eduardo Rivera Pérez	☐ No sé
--	---	---	--------------------------------

23. ¿Cuántos municipios integran el Estado de Puebla?

☐ 217	☐ 218	☐ 219	☐ No sé
------------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

ANEXO 1

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
INSTITUTO DE CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO**

24. ¿México vive o no vive en democracia?					
☐ Sí			☐ No		
25. ¿Qué tan satisfecho estás con la democracia mexicana?					
☐	☐	☐	☐	☐	
Nada	Poco	Regular	Mucho	Bastante	
26. ¿Cuánto crees que mejore la democracia mexicana en el futuro?					
☐	☐	☐	☐	☐	
Nada	Poco	Regular	Mucho	Bastante	
27. ¿Cuánto pueden influir los ciudadanos en las decisiones del gobierno?					
☐	☐	☐	☐	☐	
Nada	Poco	Regular	Mucho	Bastante	
28. ¿Qué tan complicada es la política?					
☐	☐	☐	☐	☐	
Nada	Poco	Regular	Mucho	Bastante	
29. ¿Qué tanto influyen en la vida política de México...?					
	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	BASTANTE
Partidos Políticos	☐	☐	☐	☐	☐
Presidente	☐	☐	☐	☐	☐
Grandes empresas	☐	☐	☐	☐	☐
Sindicatos	☐	☐	☐	☐	☐
Ciudadanos	☐	☐	☐	☐	☐
30. Para resolver un problema que te afecta, ¿alguna vez has tratado de...?					
				Sí	No
Organizarte con otras personas afectadas	☐			☐	☐
Mandar cartas a un periódico	☐			☐	☐

31. En una escala del 0 a 10 donde 0 es nada y 10 es mucho, ¿qué tanto confías en...?	
El Gobierno: ____	La radio: ____
El Presidente: ____	La prensa: ____
El INE: ____	La televisión: ____
Derechos Humanos: ____	Redes sociales: ____
Los jueces: ____	Los empresarios: ____
La Suprema Corte: ____	La iglesia: ____
Los gobernadores: ____	Los maestros: ____
Los alcaldes: ____	Los médicos: ____
La Policía: ____	Los sindicatos: ____
El Ejército: ____	Los vecinos: ____
Los diputados: ____	La familia: ____
Los senadores: ____	Grupos indígenas: ____
Los partidos políticos: ____	
32. ¿Qué tanta confianza le tienes a las leyes mexicanas?	
☐	☐
Nada	Poca
☐	☐
Regular	Mucha
☐	☐
Bastante	
33. ¿Con qué frecuencia confías en que el gobierno mexicano hace lo correcto?	
☐ Nunca	☐ Casi nunca
☐ Casi siempre	☐ Siempre
☐ Algunas veces	
34. ¿Se puede confiar en la mayoría de las personas?	
☐ Sí	☐ No
35. ¿Cuánto se puede confiar en los bienes y servicios	

ANEXO 1

Quejarte ante las autoridades	☐	☐
Pedir apoyo a alguna asociación civil	☐	☐
Asistir a manifestaciones	☐	☐
Solicitar apoyo a un partido político	☐	☐
Pedir ayuda a diputados o senadores	☐	☐
Llamar a un programa de radio o televisión	☐	☐
Escribir al Presidente o a las autoridades	☐	☐
Firmar cartas de apoyo	☐	☐
Colocar mantas, carteles o fotografías	☐	☐
Repartir circulares o manifiestos	☐	☐
Enviar mensajes por redes sociales	☐	☐

que proporciona...?

	NADA	POCO	REGULAR	MUCHO	BASTANTE
El sector público	☐	☐	☐	☐	☐
El sector privado	☐	☐	☐	☐	☐

36. ¿Qué frase se acerca más a tu forma de pensar?

- ☐ La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno
- ☐ Un gobierno autoritario es preferible a uno democrático
- ☐ Da lo mismo un régimen democrático que uno autoritario

¡MUCHAS GRACIAS POR TU APOYO AL CONTESTAR ESTE CUESTIONARIO!