



**ICGDE**

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

El uso de las redes sociales y sus efectos en la participación política online y offline de los mexicanos.

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

Presenta: Lic. Gerardo Moctezuma Castillo

Director de tesis: Dr. Martín Rodrigo Echeverría Victoria

15 de enero de 2024

# ÍNDICE

## Capítulo 1.

<b>1. Introducción y planteamiento del problema</b> .....	3
1.1 Pregunta de investigación .....	17
1.2 Preguntas derivadas.....	17
1.3 Objetivos.....	17
1.4 Objetivo general.....	17
1.5 Objetivos específicos.....	17
1.6 Hipótesis.....	18
1.7 Justificación.....	19

## Capítulo 2.

<b>2. Marco Teórico</b> .....	21
2.1 Engagement político, internet y redes sociales.....	22
2.2 Participación política.....	30
2.2.1 Modalidades y tipos de participación (convencional y no convencional)	
2.2.2 Participación política en México	
2.3 Participación política Online y Offline.....	50
<b>3. Metodología</b> .....	59
<b>4. Hallazgos</b> .....	60
<b>5. Conclusiones</b> .....	75

## 1. Introducción y planteamiento del problema

Internet, desde su aparición en el panorama mundial como un medio de transmisión de datos y de información en 1990, se consolidó como un espacio que permitió el libre flujo de todo tipo de información y contenidos (fotos, audio, video, escritos), convirtiéndose en un medio de comunicación multicultural en el que existe lugar para todo tipo de expresiones, opiniones y sobre todo de pensamientos e ideologías. Se concibe actualmente como un medio digital plural, aunque su acceso sigue estando subordinado a condiciones tecnológicas y económicas.

Algunos teóricos han estado interesados principalmente en el potencial que tiene Internet en permitir la autoexpresión, pero sobre todo, en explicar si este sería coadyuvante en los procesos de democratización o si tendría algún papel importante en la política, principalmente en lo concerniente a la participación ciudadana. En un término muy amplio, no solo se refiere al hardware y al software como una infraestructura técnica, incluye ahora tecnologías adicionales como la telefonía celular, hasta las actuales plataformas de redes sociales. Dahlgren (2015) considera que “internet, dada su ubicuidad social, se ha convertido en una tecnología de comunicación comprensiblemente significativa para el espacio cívico y para el funcionamiento de la democracia” (p.17). Todas estas funciones han sido consideradas de utilidad para fortalecer las democracias, al permitir la participación política. De esta forma, encontramos dos líneas opuestas en torno al uso político de la red de redes: una que plantea que el Internet ha conformado un nuevo espacio político, que es determinante para el fortalecimiento de las democracias, que es la anterior, y otra que nos dice que el internet es un espacio para practicar la política como usualmente se hace (Margolis y Resnick, 2000).

Según la perspectiva optimista “el uso de Internet incrementa los niveles de participación política sugiriendo que afecta positivamente la recogida de información política y las actividades políticas” (Davis, 1999; Hill y Hughes, 1998; Norris, 2001). Según

la visión pesimista “Internet no tendría efecto en la participación política en general porque el mero uso no hace que las personas se interesen por la política” (Bimber, 1999; Iyengar, 2001).

Sobre la manera en que las nuevas tecnologías influyen, Anduiza, et al. (2010) explican tres posturas en torno al Internet y la participación política: la primera, que considera que el Internet permite un rápido acceso a la información política y a sus representantes; la segunda, que explica que el uso de Internet nos transforma en seres desvinculados del entorno y atomizados y por ende, menos interesados en los temas públicos; y finalmente la tercera, que manifiesta que esta nueva tecnología no genera cambios, ni en los comportamientos, ni en las opiniones de ciudadanos. (p. 7)

Como medios de comunicación digitales, las Redes Sociales o *social media*, como se les conoce en el idioma inglés, ofrecen un espacio para el diálogo, la crítica, y la argumentación ideológica y política, apuntalando en ciertos países la participación ciudadana. Esta condición se ha desarrollado más con la llegada de diversas plataformas de *social media* que contribuyen a la difusión de contenidos políticos, por tanto, algunos autores refieren que el “Abordar las Redes Sociales es útil para comprender cómo las comunidades políticas utilizan Internet para crear sus propios canales de comunicación contribuyendo al desarrollo del conocimiento político” (Calderaro, 2018, p.781).

Contreras (2019) explica que, a diferencia de los llamados medios de comunicación tradicionales, como la televisión y la radio, que por décadas jugaron un rol vertical en el control y distribución de la información, los nuevos medios digitales permiten a las personas crear sus propios contenidos sin necesidad de intermediarios. “En este nuevo escenario las personas opinan sobre lo que otros opinan, los políticos tienen la capacidad de relacionarse directamente con los usuarios y los conflictos sociales pueden pasar de la red a la calle”. (p. 91)

La nueva era digital de la sociedad de la información requiere investigaciones que permitan conocer los usos que realizan ciudadanos respecto a las denominadas *Social Media*, también catalogados como nuevos medios de comunicación (*New Media*), pero ante todo poder analizar los alcances de estos espacios virtuales para el debate de ciudadanos en torno a temas políticos y así identificar su posible influencia en la denominada participación política.

Es importante mencionar que desde el año 2009, Castells explicaba que, con el Internet, surgía una nueva forma de comunicación, que a diferencia de la comunicación de masas que era unidireccional, se caracterizaba por poder enviar mensajes de muchos a muchos y en tiempo real, a esta nueva forma histórica de comunicación la llamó autocomunicación de masas, porque los propios usuarios eran capaces de generar sus mensajes, definir los posibles receptores y seleccionar los mensajes:

Actores sociales y ciudadanos de todo el mundo están usando esta nueva capacidad de las redes de comunicación para hacer avanzar sus proyectos, defender sus intereses y reafirmar sus valores (Downing, como se citó en Castells, 2009, p. 91).

En México la aparición de Internet (1988-1989) configuró un nuevo espacio donde cualquier grupo social o político podía opinar y realizar llamados a la acción, sobre todo después de 70 años de la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional en el poder y de los medios de comunicación de esa época, que funcionaron como sus aliados y cómplices, como fue el caso de Televisa, por mencionar el más significativo. En este país, la participación ciudadana y el uso del *social media* tienen un vínculo estrecho, cabe recordar uno de los primeros antecedentes que se dio en el año 2012, con el surgimiento del movimiento #YoSoy132, mediante el cual se constituyó la primera acción colectiva de jóvenes originada en las redes de internet con un impacto importante en la esfera política nacional.

Actualmente existen en Latinoamérica y México diversos estudios que permiten conocer cuáles son los porcentajes de consumo de Internet y de Redes Sociales de los mexicanos, lo que brinda información valiosa para un primer acercamiento respecto a los tiempos y los usos de estos medios digitales y así poder tener un panorama para analizar si dichos medios son utilizados como herramientas ciudadanas con fines participativos, como lo es la política.

Por principio de cuentas, a nivel global, datos publicados por la asociación internacional *We are Social* y la agencia Hootsuite en su reporte anual *Digital 2021 Global Overview Report (2021)*, detallan que un total de 1,3 millones de nuevos usuarios se unieron a las redes sociales cada día durante 2020, es decir 15 nuevos usuarios se sumaban a los *social media* cada segundo.

Debido a la pandemia, los usuarios de las Redes Sociales crecieron con la mayor rapidez antes vista, durante los tres últimos años. Actualmente, existen 4.200 millones de usuarios de Redes Sociales conectados en todo el mundo, lo que representa un crecimiento superior al 13%, es decir, 490 millones de nuevos usuarios; hoy los usuarios de Redes Sociales del planeta equivalen al 53% de la población mundial.

Este reporte digital destaca también el tiempo total que los usuarios pasan en línea a nivel internacional, el cual ha aumentado considerablemente, pues “el usuario medio de Internet pasa ahora casi 7 horas al día utilizando Internet en todos los dispositivos”, lo anterior representa que un usuario medio ocupa más de 2 días completos en línea en una semana de 7 días.

En lo que atañe a México, para enero del 2021 ya había un total de 100 millones de usuarios de redes sociales, esta cantidad tuvo un incremento de 11 millones (12%) entre el 2020 y el 2021. El número de usuarios de redes sociales en este país equivale al 77.2% del

total de la población. En este sentido, el tiempo empleado en dichas redes por usuarios entre los 16 y los 64 años es de 3 horas con 27 minutos.

Al respecto de las horas empleadas en Internet por usuarios entre los 16 años y los 64, el total es de 9 horas con 1 minuto al día, donde el 95.5 por ciento de usuarios accede a través de su dispositivo celular. Estas rutinas extensas de exposición a redes sociales y al Internet de parte de internautas mexicanos, marca una pauta no esperada en tiempos previos a la pandemia, lo que ha ocasionado cambios circunstanciales en los consumos informativos, pero también en la información que se difunde a través de estos nuevos medios digitales. De esta forma, se considera importante conocer de manera más precisa para qué están utilizando sus redes sociales los mexicanos y lograr conocer si más allá de formas de entretenimiento o de información, las redes pueden convertirse en elementos que coadyuven en la participación política ciudadana de distintas maneras.

Para documentar los usos políticos de las redes sociales utilizadas por mexicanos, partimos del Informe anual presentado por la Corporación Latinobarómetro (2021), el cual obtuvo en esta ocasión datos de 18 países de Latinoamérica, a través de la aplicación de 20.204 entrevistas en total; en el caso de México fueron 1.200 casos representativos. Los datos generales del Informe 2021 son los siguientes: respecto del papel que desempeñan las redes sociales, se observa en la región un aumento entre 2015 y 2020 del 30% al 40% de las personas que dicen que estas no sirven para participar en política. Otro 21% dice que en 2020, las redes sociales crearon la ilusión de participar en política, en un porcentaje que se mantiene desde 2015, mientras que el 22% dice que sí se puede participar en política a través de las Redes Sociales. ( p.92)

Las Redes Sociales, según el estudio, intervienen en la participación política creando la ilusión de hacerlo. De esta forma, podemos observar que en la pregunta: *¿Cuál de las siguientes frases está más cerca de su manera de pensar?*, donde las frases eran las siguientes: *Las Redes Sociales no sirven para participar en política, Las Redes Sociales*

*permiten que uno participe en política y Las Redes Sociales crean la ilusión que uno está participando en política*, la muestra de México arrojó los siguientes datos destacados: en el análisis se concluye que existe un 36.3% de afinidad con la primera frase; un 19.6% con la segunda; y un 24.8% con la tercera, lo cual indica que la frase que está más cercana a la manera de pensar de los mexicanos es: *“Las Redes Sociales no sirven para participar en la política”* (Latinobarómetro, 2020). (Ver tabla 1). Con estos datos, podemos visualizar que la participación ciudadana a través de las redes sociales en México tiene agendas variadas. Ciudadanos mexicanos que no se encuentran inmersos dentro de la política, las utilizan con fines de entretenimiento y sobre todo informativos, pero parecen no tener interés en utilizarlas con fines políticos.

Llama la atención que, en el estudio antes citado, elaborado por Corporación Latinobarómetro (2021), el 37.6% de los encuestados en México afirma no estar satisfecho con el funcionamiento de la democracia en el país, cuando solo el 4.7% dice sí estarlo. Lo anterior confirma el desencanto hacía la política y los políticos, pero reafirma también que los procesos electorales y el voto siguen siendo los elementos centrales de la democracia mexicana.

Retomando el tema de los medios de comunicación, Contreras (2019) refirió que a diferencia de los llamados medios de comunicación tradicionales, como la televisión y la radio, que por décadas jugaron un rol vertical en el control y distribución de la información, los nuevos medios digitales permiten a las personas crear sus propios contenidos sin necesidad de intermediarios, de esta manera, las plataformas de Redes Sociales posibilitan la coordinación de diferentes comunidades para producir bienes colectivos. Actualmente los mexicanos hacen uso diario de las redes sociales y existe un constante incremento de usuarios que le dedican cada vez más horas a estos formatos digitales conocidos también como *Social Media*.



Por tanto, es también motivo de análisis el hecho de que exista un distanciamiento de sus usuarios, de los usos políticos de las mismas y por otro lado, el gusto, interés o la necesidad de emplearlas con estos fines. Estos nuevos medios de interacción digital, son empleados por millones de personas, quienes día con día les dedican tiempo importante y parte de su rutina para informarse, comunicarse o entretenerse, pero también para expresar opiniones y puntos de vista en temas de política, siendo esto lo que interesa a esta investigación.

Algunos autores que han abordado este tema, confirman que Internet ha tenido un impacto considerable en diferentes actividades relacionadas con la política, por ejemplo, sobre los usos políticos de Internet en España, Anduiza et al. (2010), encontraron que la participación online varía notablemente en función de las características sociodemográficas (género, edad, estudios, ingresos): “Estos efectos son en general pequeños para el género, significativos para la edad, y muy importantes para la educación y los ingresos. Como consecuencia, los ciudadanos con menores niveles de estudios y de ingresos están muy fuertemente subrepresentados entre los participantes online” (p. 91). Además, comprobaron que “la frecuencia de la participación política online de los internautas españoles oscila entre el 5% del contacto con políticos y el 20% de la participación en webs, blogs o foros de contenido político” (p. 91).

En otro ámbito, respecto a los usos de internet en campañas electorales, Vaccari (2008), confirmó que, en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2004, se emplearon diferentes herramientas de Internet para difundir el mensaje, influir en los medios ganados, así como para recaudar fondos y movilizar voluntarios y votantes en el campo. (p.661) Por su parte, en una encuesta realizada a 10 mil jóvenes en los países bajos, Bakker y de Vreese (2011) encontraron que el uso de Internet, es un medio más fuerte para las formas más nuevas de participación política, que para las formas

tradicionales, además de que el consumo de noticias a través de periódicos, televisión e Internet está positivamente relacionado con la participación política.

La misma tendencia se encuentra para las formas de comunicación en línea. donde se encontraron relaciones positivas de manera predominantemente y significativa entre las formas de comunicación en línea (principalmente correo electrónico y uso de foros) y participación, lo que respalda nuestra expectativa de que la comunicación interactiva en línea se relacione positivamente con la participación. (pp. 462-463)

Diversos estudios determinan que el uso de los medios y las redes están relacionados con la producción de capital social y con la participación de los individuos en actividades cívicas y causas políticas (Gil-de-Zúñiga, H., Jung, N., Valenzuela, S.,2012), por los que los autores continúan discutiendo si el Internet y el *Social Media* aumentan el interés en temas políticos entre los ciudadanos y facilitan los debates políticos, ayudándoles a incrementar su conocimiento político. Al respecto hay quienes consideran que el uso del Internet y las Redes Sociales abonan a la democracia y que gracias a estos, los ciudadanos pueden ser partícipes de la cultura política. Para Schradie (2015), la *World Wide Web*, como también se le conoce, funciona como un espacio democrático sin jerarquías, donde los usuarios pueden acceder, crear e interactuar con información política: “En una gama más amplia de actividades, ya sea como parte de campañas electorales, peticiones online, activismo digital o incluso en un cambio revolucionario” (p.67).

El autor explica además que la comunicación digital, a través de las tecnologías, permite a los ciudadanos participar en la política con mayor facilidad, de manera activa y directamente, a diferencia de las formas tradicionales, por lo que Internet ofrece desde blogs, publicaciones en video y por supuesto las Redes Sociales, que permiten eliminar las denominadas barreras para la participación política.

Es cada vez más el individuo quien participa en la política digital sin la participación de un grupo cívico o político. En conjunto, esto crea un escenario más democrático en el que los individuos ejercen la libertad de expresión en una red digital horizontal y participativa, sin burocracia, organización o intervención del Estado. (Schradie, 2015, p. 67)

Al respecto Dahlgren (2015) detalla que la red de redes sí es un espacio plural y afirma que “En un nivel obvio, Internet, dada su ubicuidad social, se ha convertido en una tecnología de comunicación comprensiblemente significativa para el espacio cívico y para el funcionamiento de la democracia” (p.17). Esto debido a que la democracia está relacionada con la participación ciudadana, y esta participación necesita de espacios para llevarse a cabo.

Cuando el Internet surgió a mediados de la década de 1990 como un fenómeno de masas, algunos observadores lo descartaron como insignificante para la política. Sin embargo, pronto se hizo evidente que esta tecnología de la comunicación iba a desempeñar un papel cada vez más importante en la vida de la democracia. (Dahlgren, 2015, p. 17).

Internet ha contribuido a las transformaciones masivas de la sociedad contemporánea en todos los niveles durante aproximadamente dos décadas, y sería complicado determinar que no haya alterado también las premisas y la infraestructura de la vida política.

Al poner a disposición grandes cantidades de información, fomentar la descentralización y la diversidad, facilitar la interactividad y la comunicación individual, al tiempo que proporciona un espacio comunicativo aparentemente ilimitado para quien lo quiera, a velocidades instantáneas, ha redefinido las prácticas y carácter de la interacción en temas políticos (Dahlgren, 2016, p.29).

Otros incluso lo asocian con el espacio donde se puede interactuar políticamente a través de varias acciones, donde el Internet se convierte en un espacio democrático no jerárquico, en el que los usuarios pueden libremente acceder a información política, pero también crear y actuar en consecuencia de dichos contenidos, esto como parte de campañas electorales, mediante el activismo digital, o las peticiones online.

En contraposición, hay quienes subrayan que el uso de Redes Sociales e Internet para temas políticos es de lo menos frecuente. Para autores como Coleman y Freelon (2015), los ciudadanos pueden concebir a la política digital como “lo mismo de siempre, mensajes como antes, ahora invadiendo sus bandejas de entrada y teléfonos”. (p.2). Sin embargo, reconocen que el consumo de información política proviene de una multitud de direcciones las 24 horas del día, ya que mientras en el pasado las audiencias interesadas en la información política la buscaban de manera deliberada en momentos específicos del día, ahora es mucho más probable que tales mensajes se encuentren inadvertidamente.

Hindman (2009) and Morozov (2011) están entre las voces que confirman que los beneficios de Internet para la democracia han sido exagerados, ya que la regulación a su alrededor, los principales operadores quienes definen cómo funciona, y las diversas plataformas disponibles en él, están condicionados por los temas comerciales de la economía política y las relaciones de poder que de ellas se derivan, en detrimento del carácter de estos espacios cívicos. Por otro lado, sobre los efectos del Internet en procesos electorales, Bimber (2003) encuentra que su uso político predijo la votación en 2000, pero no en 1998. Tolbert y McNeal (2003) examinan tres ciclos electorales y llegan a la misma conclusión, pero agregan que los medios digitales predijeron la votación prevista en 1996 y en 2000. Cho et al. (2009) encuentran que la publicidad política en línea ejerció un mayor efecto sobre la participación en 2004 que en 2000.

Otros estudios en Latinoamérica han analizado también la relación entre medios digitales, redes sociales y diversos tipos de participación política online-offline, en diversos

sectores y grupos de la población. Es el caso de Delfino et al. (2019), quienes mediante una muestra a 502 participantes, residentes en la zona metropolitana de Buenos Aires, encontraron que: “las actividades online más realizadas son las sociales, mientras que las actividades políticas presentan una baja frecuencia de realización, siendo las más habituales firmar una petición y poner “me gusta”. Destaca en su trabajo que el 74,1% de los participantes dijo no hablar nunca o pocas veces de política, sin embargo, los autores confirman una relación positiva y significativa entre la realización de actividades sociales en Internet y la realización de actividades políticas en Internet. (p. 204)

En otro trabajo, Rodríguez-Estrada et al. (2019) analizaron la relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial, buscando conocer si las campañas electorales con alta presencia en redes sociodigitales estimulan la participación en línea de los ciudadanos y si ello se traduce en una participación fuera de redes (offline) de mayor alcance. Mediante un estudio realizado a 3.516 ciudadanos de todo México (aplicado en 3 olas, antes, durante y después de la campaña presidencial 2012) los resultados demuestran que la campaña electoral no pareció impactar en un cambio del nivel de participación de los ciudadanos participantes, ni de la participación política online con la offline.

“Parece existir una persistencia del modelo de las *oldpolitics* sobre las *newpolitics*, que se puede llevar a un efecto spillover (Kim, Russo & Amnå, 2017) en donde las nuevas plataformas sólo permiten una extensión de la práctica de participación política offline en la online de los ciudadanos” (p. 304).

Sobre la participación política online de los jóvenes en México, España y Chile, De-la-Garza-Montemayor, et al. (2019), destacan la existencia de varias formas de ciberactivismo que son realizadas por una mayor proporción de los jóvenes. Estos refieren que las acciones de participación en línea más realizadas por los universitarios mexicanos,

españoles y chilenos son: buscar información sobre política, leer contenido humorístico sobre política, leer discusiones sobre política y ver vídeos de contenido político.

“Estas formas de participación digital realizadas «algo» por los mexicanos son: leer contenido humorístico sobre política (38,2%), buscar información sobre política (36,6%), leer discusiones sobre política (33,7%), ver vídeos de contenido político (33,4%), compartir contenido humorístico sobre política (26,8%), seguir cuentas de periodistas y líderes de opinión (26,8%), compartir un vídeo de contenido político (25,6%) y dar *like* a un comentario sobre política (24,9%). Asimismo, el 27,4% de los mexicanos participa en discusiones sobre política, aunque lo hacen «poco»” (p. 89).

En otro trabajo para conocer sobre las dimensiones de la participación política offline y online en personas del Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador (N: 1136) Zumárraga-Espinosa et al. (2019) confirmaron que quienes optan por un mayor involucramiento en actividades políticas de corte digital no necesariamente participarán con la misma fuerza en acciones políticas fuera de la Internet, estando más propensos a incurrir en nuevas actividades de tipo online. Además, dicha investigación detalla que “la participación online efectivamente constituye una nueva dimensión de acción política, lo cual coincide con la tesis de la movilización”. Los autores reportan que “quienes presentaron poco o nulo involucramiento en actividades políticas offline por limitación de recursos pueden participar activamente en la vida política gracias a la arena digital” (p. 125).

Respecto a las diferentes problemáticas que existen en los estudios actuales sobre la participación política, Bimber y Copeland (2013) explican que a la fecha, las investigaciones muestran que el uso de los *Social Media* está relacionado positivamente con la participación política, pero existen deficiencias:

“Esta relación no aparece en todos los estudios ya que generalmente se han tratado hallazgos inconsistentes de un estudio a otro y de una elección a otra como un problema empírico que refleja las diferencias en la medición y la especificación del modelo” (p. 125).

Para Vissers y Stolle (2014), otro de los problemas de los estudios que analizan la relación entre la participación política, en sus vertientes online y offline es que se requiere introducir un mayor rigor teórico en el estudio de este fenómeno y aplicar un enfoque multidimensional. Para ellos, la mayoría de las investigaciones tratan la participación política en línea como un tema unidimensional, sin distinguir varias clases o tipos de actividades online. Para los autores, “las actividades en línea y fuera de línea a menudo se dividen en dos escalas solamente, es decir, una fuera de línea y una escala de participación en línea, sin embargo, es probable que, al igual que la participación política fuera de línea, la participación política en línea tenga diferentes dimensiones”. (p. 941). Explican además que la mayoría de los estudios que examinan la relación entre la participación política en línea y fuera de línea emplean técnicas de regresión de mínimos cuadrados ordinarios, donde la escala de suma de la participación online, sirve como variable independiente y la escala de suma de la participación política offline, funciona como la variable dependiente o viceversa.

Otra carencia de las investigaciones, estriba en la forma en cómo la investigación empírica sobre la participación política en línea (OPP) ha operacionalizado y medido la OPP. Al respecto, Ruess, C. et al. (2021) concluyeron que 138 de 289 estudios empíricos cuantitativos en idioma inglés sobre PP online, carecen en gran medida de definiciones del concepto con respecto a la esfera en la que tiene lugar la participación política: “La falta identificada de una base teórica podría ser la causa de las operacionalizaciones inconsistentes aplicado al fenómeno y las ‘medidas arbitrarias’” (p.14). Sumado a esto, otra problemática en las investigaciones actuales sobre PP online es la falta de transparencia

en cuanto a la aplicación de la metodología, ya que, en 34 casos de los analizados, la operatividad exacta de la participación política online no se explica por completo, o no se explica en absoluto:

“La información sobre la consistencia interna de los índices falta en el 39,3% de las mediciones de PPO, y varias publicaciones se abstienen de indicar el año (s) de recopilación de datos (n = 27), el país de recopilación de datos (n = 2), el tamaño de la muestra (n = 5), o el modo de encuesta (es decir, recopilación de datos en línea, por teléfono, cara a cara, etc.)” (Ruess, C. et al., 2021, p.14).

Finalmente, a manera de justificación cabe la pena mencionar que este trabajo resulta de interés para quienes se encuentran investigando si las personas confieren usos políticos a sus redes sociales, y si existe una relación entre el uso de estas redes y la PP en sus modalidades on y off; por lo que esta investigación es de utilidad tanto para expertos del área de la Comunicación Política, como para analistas en Marketing Político. De la misma forma, será útil para académicos que ya realicen investigaciones en este campo y deseen conocer más al respecto, así como estudiantes de áreas afines al tema como puede ser mercadotecnia, comunicación, ciencias políticas, entre otras, y que necesiten material empírico para documentar sus trabajos académicos y/o tesis.

Es importante señalar que también resulta de interés para quienes se dedican al manejo de medios de comunicación, reporteros, periodistas, quienes siempre desean conocer más datos sobre los usos y efectos de las redes sociales y su vínculo con la política, además de consultores, asesores de políticos, gobernantes y candidatos; así como también lo es para partidos políticos y agrupaciones sociales quienes podrían también considerar de utilidad la información vertida en este trabajo.

Investigadores del tema (Calderaro, 2018; Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., y Kwak, N.,2005), afirman que para entender si las Redes Sociales influyen en la política, debemos



abordar como las facilidades de conectividad ofrecidas por estas crean nuevas oportunidades para acceder a la información y aumentar el conocimiento político, para así determinar si esto influye y cómo influye las formas de participación política. En este trabajo se plantea si el uso de las Redes Sociales incrementa o no, la participación política. Por tanto, es importante resolver cuáles son los elementos que subyacen al vínculo entre el uso de las redes sociales y los usos políticos de los ciudadanos en México.

### **1.1 Pregunta de Investigación**

¿En qué medida el uso de redes sociales incrementa o decrementa la participación política online y offline en México?

### **1.2 Preguntas derivadas:**

¿Son las redes sociales utilizadas como herramientas de la participación política online y offline?

¿De qué manera influye el uso de las redes sociales dentro de la participación política de ciudadanos mexicanos?

¿Cómo utilizan los mexicanos sus redes sociales en temas de política?

### **1.3 Objetivos**

De acuerdo con el contexto de la investigación se plantean los siguientes objetivos, pretendiendo alcanzarlos a través de la aproximación cualitativa:

#### **1.4 Objetivo General**

Determinar si el uso de las redes sociales en México incrementa o decrementa la participación política en sus modalidades offline y online.

#### **1.5 Objetivos específicos**

Comprobar si las redes sociales de ciudadanos mexicanos son utilizadas como herramientas de la participación política online y offline.

Demostrar de qué manera influye el uso de las redes sociales dentro de la participación política de ciudadanos mexicanos.

Determinar cómo utilizan los mexicanos sus redes sociales en temas de política.

## 1.6 Hipótesis

Esta investigación considera la idea de que existe una relación entre el uso del Internet, y en particular las Redes Sociales y la participación política ciudadana. Discurre sobre cómo el uso de dichas redes puede incrementar o decrementar la PP online, o en su caso la PP. offline, o actuar de igual manera en ambos casos, entre usuarios mexicanos, quienes hacen cada vez más uso de estas redes no solo en tiempos electorales, sino de manera cotidiana.

Analizado cómo la información difundida a través del *social media* se convierte en un elemento clave en el desarrollo del conocimiento político, generando compromiso político y mejorando las formas de participación política, las hipótesis planteadas establecen que:

H1 El uso de redes sociales incrementa la participación política online más que la participación política offline.

H2 El uso de redes sociales incrementa la participación política offline más que la participación online.

H3 El uso de redes sociales incrementa de manera similar la participación política offline, que la participación online.

## 1.7 Justificación

El estudio de las redes sociales como herramientas de la participación ciudadana y como medios de comunicación de la democracia digital en México, requiere de un análisis continuo, sobre todo, durante procesos electorales, que son los momentos en que electores y ciudadanía en general, están sumados a la democracia. Existen análisis, investigaciones y publicaciones anuales de carácter internacional que determinan los usos de dichas redes en este país, pero a nivel nacional, se requieren de más investigaciones que arrojen mayores datos sobre el objeto de estudio.

Es importante considerar un elemento adicional para entender el uso de las redes sociales por ciudadanos, esto es, el proceso de mediatización como una nueva forma de articulación simbólica de los conflictos y decisiones políticas, que va más allá de los medios de comunicación empleados en dicho proceso: “En ella, la actividad política y mediática coevolucionan con la propia cultura contemporánea en un proceso social de trilateral interdependencia” (Bloc, 2013, como se citó en Dader, 2013).

En las sociedades contemporáneas, las redes sociales pueden ser un complemento importante en el consumo de información, sobre todo si nos referimos a la población juvenil y adolescente; sin embargo, Flores-Saviaga, Howard, Monroy-Hernández, Savage y Toxtli (2016) aluden a las dificultades de medir la participación ciudadana en las redes sociales, “sobre todo porque usualmente no existe un sitio central de dichas redes que utilicen tanto ciudadanos como políticos”.

Además, Contreras refiere que uno de los principales problemas que enfrenta hoy en día la deliberación, es que “la nueva tecnología da el derecho a todos de participar en igualdad de circunstancias aun cuando cada individuo piense y viva en contextos informativos diferentes” (2019, p. 95).

Retomamos entonces la importancia de reconsiderar las dos perspectivas planteadas desde el inicio para el estudio de la relación existente entre la participación política y el uso del Internet, y en su caso de las Redes Sociales. La optimista, donde el uso de Internet aumenta los niveles de participación política, en la que el mismo Internet afecta de manera positiva la difusión de información política y los niveles de participación política; y la pesimista, que explica que Internet no tiene efecto alguno en la participación política en general, porque su uso no genera que los ciudadanos se interesen por la política (Delfino, et al., 2019, p. 199).

La información del análisis presentado aquí daría pie para reforzar la postura negativa o pesimista, ya que en general las Redes Sociales, como productos digitales del Internet, no ocasionan interés político en usuarios, pudiendo así responder que los ciudadanos promedio en México no las ven como herramientas democráticas, ni tampoco las usan con estos fines, lo que contrasta con la hipótesis planteada al inicio de esta investigación.

Sin embargo, para poder afirmar la anterior premisa con mayor precisión y acorde a una metodología más concreta, es necesario asumir el análisis a través de métodos cualitativos y cuantitativos, que permitan recoger mediante muestras específicas mayores datos al respecto y así plantear un panorama basado en otras investigaciones empíricas que pudieran generar un nuevo modelo de investigación de las redes sociales con fines políticos pero desde una perspectiva ciudadana, y no solamente desde el análisis de cómo son utilizadas por políticos y partidos para la difusión de sus mensajes y propuestas.

Sartori (1994) define que la participación de los ciudadanos en temas políticos es importante para la mejora continua de la democracia ya que considera que a mayor participación de lo civil en asuntos políticos, será mejor el nivel democrático. A pesar de los múltiples argumentos respecto a la influencia del Internet y de las Redes Sociales en la esfera política, los *Social Media* se han consolidado como una herramienta de colaboración

e interacción entre los ciudadanos, facilitando la comunicación y fortaleciendo las relaciones. Uno de sus principales objetivos es permitir la circulación de información proveniente de diversas fuentes, por lo que el espacio digital permite que los usuarios desarrollen su conocimiento político, pero sobre todo que puedan lograr de manera directa generar diálogos en torno a esta información, desarrollando así su participación democrática e involucrándolos en el debate político.

Esto no significa que exista interés en hacer uso político en las redes personales, ni que exista un nivel elevado de debate político que conduzca a acciones concretas en materia de movilización y participación ciudadana; lo que sí existe es la oportunidad de formar grupos, de sumarse a espacios donde se hable de temas democráticos necesarios para la sociedad, y también, está ahí la posibilidad de dar un mejor uso a los medios digitales, para consolidarlos como verdaderos espacios democráticos.

Esta revisión, permitirá saber si en México, los usuarios del *social media* le confieren usos políticos, a través de la publicación de información versada en este tipo de contenidos, y a la vez, ayudará a conocer si ciudadanos utilizan dichas redes sociales con fines políticos, lo que permitirá determinar si estas nuevas herramienta digitales suman a la participación política de quienes viven en este lugar, o sí continúa siendo un espacio cívico donde lo digital no se cruza con lo político, reafirmando o rechazando la teoría de que existe una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la participación política. (Boulianne, 2015). A la vez, será material de interés para ampliar el debate sobre el tema y también permitirá ampliar mediante metodología cuantitativa y cualitativa, el conocimiento sobre dicho tema.

## **2. Marco Teórico**

En el primer apartado se revisarán y expondrán los conceptos del engagement o compromiso político y su relación con el uso de internet y principalmente de las redes

sociales. Se brindarán definiciones y se analizarán las posturas de autores varios en torno a sus dimensiones. Se pretende explicar cómo es que el compromiso político pudiera vincularse con la participación política en sus modalidades online y offline.

Posteriormente, se brindan definiciones del concepto de participación política (PP) y se describirán diversas posturas en torno al fenómeno, sus modalidades convencional y no convencional, y se ejemplifican diversas tipologías que permiten orientar el uso de variables para realizar el análisis cuantitativo de este trabajo. En un subtema, se hablará también de la PP en México, como un elemento de la democracia participativa y de la forma de acción política en el país.

En el capítulo siguiente, se plantean las definiciones de los conceptos de PP en sus modalidades online y offline, diferenciando las acciones que las conforman y la manera en que han sido entendidas por diversos investigadores; se analiza más a fondo la participación online, para así poder conocer ampliamente el fenómeno que actualmente existe gracias a las nuevas tecnologías, en específico el Internet y las redes sociales, lo que permite nuevas formas de interacción política entre los ciudadanos en espacios digitales y virtuales, distintos al espacio presencial.

## **2.1 Engagement político, Internet y Redes Sociales**

Con el surgimiento de Internet y sobre todo de las redes sociales, los ciudadanos tuvieron nuevos canales para poder informarse, pero a la vez expresarse sobre diversos temas que son de interés común. Participar en política es uno de ellos, por lo que actualmente existe la discusión para determinar si estos nuevos medios digitales funcionan como espacios generadores de lo que se conoce como “political engagement”, entre quienes los usan de manera rutinaria.

Para definir este concepto, es preciso señalar que la palabra en inglés *engagement*, representa el “estar involucrado, tanto con alguien, cómo con algo, en un intento de

entenderlo”, aunque también se relaciona con los términos “compromiso” o “comprometerse”. (Oxford Dictionary, 2022). En tal sentido, hablamos del concepto de *engagement político*, como este involucramiento y/o compromiso que tienen los ciudadanos con la política, en el afán de entenderla, pero a la vez de participar en ella. El término *engagement*, también puede denotar un acto o una condición, el acto de comprometerse o la condición de ser contratado, lo que presenta dificultades para la ciencia política y la teoría política. (Berger, 2009, p.345). Previo a definir este concepto, algunos autores como Carpini (2004) expresan que antes se debe entender la existencia del concepto de compromiso ciudadano, ya que es necesario para llegar a hablar de *engagement*. El investigador explica que este concepto considera los siguientes elementos: (1) adhesión a las normas y valores democráticos; (2) tener un conjunto de actitudes y creencias empíricamente fundamentadas sobre la naturaleza del mundo político y social; (3) mantener opiniones estables, coherentes e informadas sobre los principales problemas públicos del momento; y (4) participar en comportamientos diseñados para influir, directa o indirectamente, en la calidad de la vida pública para uno mismo y para los demás. (p. 396). Putnam (1993) utilizó en primera instancia el concepto de *civic engagement*, para referirse a diversas actividades ciudadanas que tenían que ver más con la participación, que con el *political engagement*; sin embargo, Berger (2009) comenta que este término se refiere a tantas cosas que no es claro, además de que: “Los académicos usan “compromiso cívico” para describir actividades que van desde bolos en ligas, hasta ver programas de televisión políticos, escribir cheques para grupos de defensa política y participar en mítines y marchas políticas”. (p. 335)

Por tanto para Berger, el término de compromiso cívico carece de claridad conceptual, por lo que es mejor hablar de términos como compromiso social, compromiso moral y compromiso político, ya que esto “incluye cualquier tipo de membresía asociativa o compromiso social, además de participaciones orientadas a la comunidad”, por lo que de manera diferenciada, debemos entender el compromiso político como una actividad o

actividades en los asuntos políticos, las cuales, requieren o exigen la interacción con órganos o instituciones políticas que pueden (pero no necesariamente) combinarse con el compromiso social o moral. (p.344)

Yung y Leung (2014, como se citó en Muñiz y Echeverría, 2020) refieren tres niveles de compromiso político. El primero es el compromiso cognitivo, el cual implica el estar informado sobre política y desarrollar sofisticación política; el segundo es el compromiso expresivo, en el cual se trasladan los puntos de vista personales sobre asuntos públicos a círculos sociales próximos (amigos, familiares) o con cierta cercanía, a través de la conversación política; el último nivel, denominado compromiso de acción, implica participar en niveles institucionales o convencionales, como pueden ser votar, o militar en partidos, y los no institucionales, como participar en manifestaciones o huelgas (p. 4). De esta forma, el compromiso político tiene que ver con las actividades individuales o colectivas que buscan influir en la comunidad. Estas actividades deben asociarse a niveles aceptables de conocimiento político y a otros indicadores como son el capital social, el sentimiento de eficacia política, la confianza política y el activismo político, según explican Muñiz y Meza (2022, p. 41).

Otra variable predictora de suma importancia para el desarrollo del compromiso político de la ciudadanía es la llamada conversación política, la cual se distingue por “suscitarse cara a cara y ser evaluada a través de los niveles en que se conversa sobre política con otras personas, con las que se puede tener afinidad, o bien, diferir en las ideas” (p. 42). Esta conversación política se puede realizar de manera interactiva, mediante la participación en discusiones políticas o el escribir sobre política en la red.

De manera reciente, el término *political o civic engagement*, tiene relación con las nuevas actividades políticas que existen entre los usuarios de Internet; actividades que no sólo se concentran en los votantes reales, sino que también tienen relación con los votantes potenciales y los usuarios de las redes sociales, quienes: “No necesariamente



tienen que estar comprometidos políticamente, pero potencialmente podrían involucrarse con actividades políticas y contenido relevante en línea” (Papagiannidis y Manika, 2016).

Para determinar si el uso de las nuevas tecnologías, en especial del Internet, tienen un impacto negativo o positivo en la vida cívica en general, Kimn y Amna (2015) consideran perspectivas contrastantes, por un lado, las que apoyan un impacto negativo y que son consideradas como “distópicas”, y otras que apoyan un impacto positivo y que son consideradas como “utópicas”. Desde la perspectiva distópica, se analizan las razones por las que las personas que utilizan la web podrían reducir su compromiso político.

Los distópicos anticiparon que Internet se usaría principalmente con fines de entretenimiento, más que para cualquier propósito político o cívico. Por lo tanto, el tiempo dedicado a la Internet (con fines de entretenimiento) ocuparía el tiempo libre que, de lo contrario, podría haberse dedicado al compromiso político. (p. 226)

La perspectiva utópica tuvo una visión más clara de los efectos del uso de Internet en el compromiso político, centrándose en los potenciales que ofrece Internet, como una herramienta que facilita la obtención de información de manera fácil y rápida, así como el facilitar la comunicación interactiva y asíncrona que es una condición previa, o como detonantes del compromiso político: “Investigaciones indican que el uso de Internet, en general, parece tener ciertos impactos únicos y positivos en el compromiso” (p. 228).

En otro sentido, el concepto del *political engagement* se analiza desde una perspectiva multidimensional, al estar conformado por diversas dimensiones como lo son el compromiso cognitivo, la voz política y la participación política: “Todas estas dimensiones constituyen indicadores importantes de participación en la vida política, a pesar de que no implican necesariamente niveles equivalentes de compromiso, esfuerzo o impacto”. (Zukin et al. 2006, pp. 49–87)

Otra definición de compromiso político es aquella explicada por Norris (2002) quien considera que este tiene que ver con lo que la gente sabe acerca de la política, pero

también con su capital social y el apoyo que brindan al sistema político, así como los tipos más comunes de activismo político (incluyendo la discusión política, la participación electoral y el activismo en las campañas) (p.3).

La importancia de las acciones que giran en torno al *political engagement*, se vinculan con la participación política ciudadana, pero también con conceptos como el activismo político (offline) y el apoyo a candidatos y partidos políticos a través de medios digitales (online), así como con las actividades vinculadas a la vida política en una democracia. El estudio de este concepto dio pie a investigaciones que buscan comprobar sus efectos en ciudadanos, que sobre todo, hacen uso de nuevas tecnologías.

### **2.1.1 Efectos de Internet en el Compromiso Político**

La sociedad contemporánea ha sufrido transformaciones masivas en todos los niveles por más de dos décadas, por lo que sería incomprensible creer que esta no se encuentre modificando la infraestructura de la vida política y sus premisas. Internet redefine las prácticas y el carácter del compromiso político, al poner a disposición grandes cantidades de información, pero sobre todo al facilitar la interactividad y la comunicación individual, proporcionando un espacio comunicativo aparentemente ilimitado para quien lo utiliza. Se sabe que los llamados medios de comunicación influyen de forma positiva en la participación, el conocimiento y el interés en política, elementos centrales del compromiso político (Carpini, 2004, p. 398), pero hoy en día, el Internet cumple con la función de brindar información a los ciudadanos y les permite interactuar en temas de interés. Estos cambios conducen a ampliar la noción de participación y compromiso para conocer más sobre el impacto de los nuevos medios digitales en los comportamientos ciudadanos.

Actualmente se discute principalmente si el uso de Internet afecta el compromiso político en general; qué tipos de uso de Internet están más o menos relacionados con el compromiso político que otros; y por qué y cómo se relaciona el uso de Internet con el compromiso político (Kim & Amna, 2015, p. 226). Por ende, partimos de la idea de que

Internet incorporó a la política, en otras partes de la vida social y económica que eran cada vez más cercanas a lo que estaba sucediendo en línea, de esta forma amplió y modificó el espacio disponible para lo que ya se conocía sobre la individualización del compromiso político.

Internet proporcionó un nuevo espacio político para la participación a través de tres mecanismos distintos: como fuente de información, como medio de comunicación y como virtual esfera pública. Podría decirse que las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter ahora desempeñan estos roles de manera interdependiente y simultánea. (Vromen, 2016, p. 53)

Al respecto, Couldry (2015) cuestiona sobre cómo podemos repensar las relaciones entre los medios digitales y la política, de tal forma que se analice más seriamente las consecuencias que tienen los entornos de medios digitales en contextos y recursos que de manera probable apoyen la participación en política (p. 41).

El uso de las redes digitales, derivado de los avances tecnológicos, ha aumentado el alcance del compromiso político, de esta forma, los medios en línea han permitido que las personas logren involucrarse en temas políticos y sociales de manera fácil y rápida. Park y You (2015) explican que gracias a la tecnología, “personas y organizaciones de todo el mundo pueden ponerse en contacto con políticos, partidos o cualquier institución, recopilar información, declarar sus propias opiniones y ponerse en contacto con otros a través de medios en línea de manera más inmediata” (p. 98).

Sobre el vínculo entre el uso de Internet y el compromiso político, Boulianne (2009) (Figura 1) refiere que aparecen entre los investigadores dos posturas que debaten respecto a la relación entre estos. En la primera Putman (2005) consideraba que éste tendría un impacto negativo en el compromiso, ya que las tecnologías se usarían principalmente para entretenimiento, y que como resultado de estas distracciones “los ciudadanos tendrían menor tiempo para actividades cívicas o sociales más devotas, tales como participar en

grupos cívicos, visitar familiares y amigos e incluso participar en una liga de boliche”. (Putnam, 1995, como se citó en Boulianne, 2009, p. 194).

La segunda postura defendida por un primer grupo de académicos, explica que el Internet tiene un impacto positivo en el compromiso político, ya que es de utilidad “para activar a aquellos ciudadanos que ya se encuentran predispuestos y/o interesados en la política”. (Bimber, 1999; Bonfadelli, 2002; DiMaggio, Hargittai, Celeste, & Shafer, 2004)

Por otro lado, en esta misma línea, Boulianne (2009) sostiene que existen quienes consideran que el Internet reduce costos, tiempos y esfuerzos para acceder a la información política, lo que deriva en oportunidades más convenientes para engancharse en la política, resultando de mayor interés para aquellos que de cierta manera ya se encuentran enganchados en procesos políticos: “El uso de los medios servirá para activar a los comprometidos en lugar de movilizar a nuevos participantes para que se involucren en el proceso político” (p.195).

En esta segunda postura, ambos grupos estarían en concordancia en que el Internet facilita la discusión política, sobre todo al haber desarrollado las redes sociales, las cuales ofrecen un espacio alternativo para que los ciudadanos hagan uso de sus expresiones políticas, lo que permite generar actitudes que son favorables para la conformación del compromiso político.

Con la evolución en los usos del Internet, actualmente podemos discutir si es que las redes sociales afectan la participación política y el compromiso político, ya que estas se han encargado de politizar a los ciudadanos, principalmente al permitirles compartir información de tipo político, pero también al permitir a la esfera política hacer contacto con los ciudadanos (Vromen, 2017, p. 54).

Actualmente, las redes sociales se encuentran impactando las formas de compromiso social en sus usuarios, al respecto Chadwick (2009) sugiere que “los procesos de autorrealización del uso ciudadano de Internet tuvieron la capacidad de cambiar el compromiso político irrevocablemente”. El autor consideró que las redes sociales producen

formas cotidianas de compromiso político mediante la construcción de comunidades en línea: “La política en Facebook va a donde está la gente, no a donde nos gustaría que fueran” (p. 30).

Para considerar el uso de las redes sociales en el compromiso político, algunos análisis explican que cuando los usuarios realizan acciones como publicar acerca de política, compartir su afiliación política o hablar con otros de política, se encuentran realizando acciones que construyen el compromiso político: “Aquellos que se dedican a dar me gusta y comentar contenido político son significativamente más propensos a reportar un aumento de sus actividades fuera de línea” (Bole, 2017, p.8).

Específicamente hay quienes consideran que la tecnología de las redes sociales como Facebook a través de su infraestructura, proporciona herramientas para facilitar el compromiso político, cambiando fundamentalmente la forma en la que el usuario/actor político está involucrado, lo que ha convertido a esta red social en una herramienta para medir la participación política y por tanto también el compromiso político:

Creemos que Facebook en sí mismo es único posicionado para facilitar el compromiso en línea porque su conjunto de características (por ejemplo, el "suministro de noticias" y el "muro" del usuario) actúa como mecanismos para apoyar la voz del individuo en la difusión de contenido político a una audiencia en red o esfera pública en línea. (Carlisle y Patton, 2013. pp. 885)

Existe evidencia empírica que sostiene que el Internet y las redes sociales, como fuentes de información sobre las campañas, muestran efectos positivos en indicadores de compromiso cívico: el conocimiento político, la participación comunitaria, la discusión política y la participación electoral.

Papagiannidis y Manika (2016) van más a fondo y consideran que el uso de las redes sociales para comunicar y discutir temas relacionados a la política, se vincula con el compromiso político cuando los usuarios “utilizan hashtags en Twitter, expresan opiniones a otros votantes/usuarios y políticos/partidos políticos, dan me gusta a la página de

Facebook de un político, etiquetan fotos y publican mensajes en las redes sociales relacionados con un político” (p. 2). Sus hallazgos sugieren que los usuarios que participan y se involucran en política, ya sea a través de las redes sociales u otras formas en línea o fuera de línea, es mayormente probable que participen políticamente en más de una forma.

A manera de cierre de este apartado, es importante considerar que para algunos investigadores como Ruess et al. (2021) “Las redes sociales, especialmente, ofrecen nuevas formas de compromiso político, muchas de las cuales tienden a requerir poco tiempo, esfuerzo y recursos financieros en comparación con los actos establecidos de participación formal” (p. 2), pero para otros como Valenzuela et al. (2019), la literatura sobre compromiso y participación política se ha concentrado en los efectos positivos de los medios, principalmente por el *boom* de las redes sociales, por lo que es necesario matizar esta postura, considerando los efectos negativos posibles originados por la relación entre el consumo de medios y el compromiso político.

## **2.2 Participación política**

De manera inicial, podemos considerar que el concepto de participación política se encuentra enmarcado en una extensa carga retórica, debido a que históricamente se remonta a los tiempos clásicos de la antigua Grecia. Desde esa época, ya se consideraba a la PP como parte importante del funcionamiento del sistema político, donde ésta, era más una forma de participación directa en el gobierno de la ciudad. Sin embargo, existían otras formas de actividad que también eran orientadas a la influencia política, aunque de forma menos directa, tales como la discusión política e incluso la conspiración en el mercado, donde se buscaba el destierro de los contrincantes políticos. Incluso existían campañas políticas que eran destinadas a orientar y/o pervertir el voto en la asamblea. La PP estaba ligada al ejercicio de la ciudadanía, ya que la ciudadanía de esa época se relacionaba con el actuar intenso, pero a la vez exclusivo de la actividad política. De esta forma, el ejercicio

de la ciudadanía en la antigüedad consistía en la participación en el gobierno. (Rivero, 2009, pp. 208, 209).

En las democracias actuales, existe la idea de participación política como aquellas acciones que los ciudadanos realizan como parte de los mecanismos legales y las instituciones formales dentro de un sistema político, tales como ejercer el voto, constituir partidos con registro, formar parte de comisiones, cabildos e incluso ejercer cargos o funciones públicas. Esto orienta la creencia de que la PP es únicamente para quienes ejercen la política de manera profesional u oficialmente, o que la única forma democrática de participar es a través del voto, pero lo cierto es que existen otros elementos, actividades y acciones que se relacionan con el concepto, más allá del sufragio en tiempos electorales.

Así, el concepto de participación política y democracia, se encuentran estrechamente relacionados, por lo tanto, es oportuno hablar de democracia desde la perspectiva teórica moderna. Para Przeworski (2010) la democracia, con todos sus cambiantes significados, enfrentó repetidamente cuatro desafíos que actualmente continúan provocando una insatisfacción intensa y muy extendida. Esos desafíos son: 1) la incapacidad de generar igualdad en el terreno socioeconómico, 2) de hacer sentir a la gente que su participación política es efectiva, 3) de asegurar que los gobiernos hagan lo que se supone que deben hacer y no hagan lo que no se les ha mandado hacer, y 4) de equilibrar orden con no interferencia. (p.33-34). Para el autor, la democracia “no es sino un marco dentro del cual un grupo de personas más o menos iguales, más o menos eficientes y más o menos libres puede luchar en forma pacífica por mejorar el mundo de acuerdo con sus diferentes visiones, valores e intereses” (p.53). En ese sentido, la participación de ese grupo de personas concebidas como ciudadanos, o representantes dentro de una sociedad, tiene importante significación en la consolidación de las democracias.

Sin embargo, Pzerkowski, considera que la participación dentro de la democracia es limitada ya que en realidad son nuestras instituciones las que nos representan y refiere que “los ciudadanos no gobiernan; son gobernados por otros, quizás otros que cambian en forma regular, pero siempre otros”, de ahí que no exista un sistema político que sea capaz de “hacer efectiva la participación política de cada persona, ni de hacer que los gobiernos sean los perfectos agentes de los ciudadanos, aunque el autor manifiesta que la democracia es aquel que más se acerca aproxima a esto” (p.53).

El concepto de participación política ha sido ampliamente definido y estudiado enfocándose en la manera en que esta se lleva a cabo en las diferentes democracias del mundo. Los primeros estudios empíricos de este fenómeno ocurrieron alrededor de los años cincuenta y se concentraron en entender por qué la gente votaba y por qué no. Con el paso del tiempo, las investigaciones avanzaron a otros comportamientos como el participar en campañas, realizar contribuciones monetarias, asistir a eventos, y otros más que parecían ampliar las acciones participativas. A mediados del siglo XX, la mayoría de las investigaciones se concentraron principalmente en los Estados Unidos de Norteamérica, pero también se realizaron en Europa, lo que generó interés entre quienes se dedicaron a entender por qué la gente participa o no en política y cómo es que las personas lo hacen.

Milbrath (1965), uno de los autores pioneros en este campo, comenzó a realizar investigaciones empíricas para poder identificar las principales generalizaciones acerca de por qué las personas se involucran en una variedad de actividades políticas. El autor investigó a la participación política en función de los estímulos y en función de la posición social en las personas.

“Toda decisión de actuar o no actuar, se ve afectada por el entorno inmediato de la persona, particularmente los estímulos que se presentan en el ambiente. Un entorno que tiene un largo número de estímulos políticos



relevantes, es probable que induzca niveles más altos de participación que un entorno con un empobrecido nivel de estímulos” (Milbrath, 1981, p. 208).

De esta manera, determinó que a pesar de que diversas investigaciones habían encontrado que entre más estímulos sobre política reciba una persona, más grande será la probabilidad de que él o ella participe en la política y mayor la profundidad de esa participación, lo cierto es que “esto no significa que la recepción de estímulos políticos, genere participación política, sino que las personas con una atracción positiva hacia la política son más propensas a recibir estímulos sobre política y participar más” (p. 209). Explicó también que la decisión de participar o no, estaba directamente afectada por las actitudes, creencias y rasgos de personalidad de los ciudadanos, por lo que dichos factores personales, probablemente tendrían efectos más fuertes y profundos en la determinación de si una persona participa o no: “Estas posiciones de vida/actores generalmente se identifican y miden por variables familiares como educación, ingresos, edad, raza, y así sucesivamente. Estos factores también constituyen recursos que una persona puede utilizar para hacer política” (pp. 208, 209).

Otros autores como Verba, et al., (1972) concibieron a la PP como un modelo compuesto y no como un modelo unidimensional, integrada por factores como: a) las actividades de campaña política; b) actividades comunitarias; c) contactos con la administración; y d) el voto. Más adelante, Nie, et al. (1974) comenzaron a realizar estudios empíricos sobre el involucramiento ciudadano en la política en diversos países, analizando cómo cambia la gente su tasa de participación política a medida que envejecen, en específico en el voto. A los pocos años, una de las primeras definiciones del concepto de PP fue puesta en la mesa por estos autores (1978) explicándola como: “los actos legales de los ciudadanos particulares que están más o menos dirigidos de manera directa a influir en la selección de personal gubernamental y/o las acciones que toman” (p. 1).

En oposición a esta definición, diversos investigadores (Nelson, 1979; Milbrath, 1981; Conge, 1988;) manifestaron que Verba *et. al.* (1974, 1978), solo se enfocaron en la participación que implicaba intentos ya sea exitosos o no, de influir en el gobierno, dejando fuera otros tipos de acciones que no buscan solo influir en los gobiernos, como la desobediencia civil y la violencia política, de su definición de participación política, así como los esfuerzos para cambiar o mantener la forma de gobierno: comportamiento fuera de la esfera del gobierno, comportamiento movilizado por el gobierno y el resultado político no deseado. (Conge, 1988, p. 242).

Por su parte, Milbrath (1981) sostuvo que este fenómeno democrático no podía conceptualizarse como un grupo de actividades, sino que existían diversos estilos y formas de participación. Para él, la PP debía considerarse como “aquellas acciones de ciudadanos particulares por las que buscan influir o apoyar el gobierno y la política” (p. 196). Esta definición sería más amplia, ya que incluiría no sólo los roles activos que las personas persiguen para influir en los resultados políticos, sino también las actividades consideradas como ceremoniales y de apoyo. El autor menciona también que Verba *et. al.*, habrían excluido de su trabajo las actividades de protesta. Respecto a las decisiones que se presentan acerca de la participación, Milbrath (1981) explicó además que el tomar una acción política conlleva dos decisiones: decidir si actuar o no actuar, y también decidir la dirección de las acciones. Como ejemplo, una persona decide no sólo si votar o no votar, sino también por quién votar. En cuanto a la dimensión general del activismo en la población, refiere que existen tres modelos básicos: “los apáticos, personas que se retiran de lo político; los espectadores, personas que están mínimamente involucradas en la política; y gladiadores, personas que son combatientes activos” (p.200).

Milbrath (1965) sostuvo además que la PP es acumulativa, por lo que quienes realizan una acción tienden a realizar otras. Las distintas formas pueden ser ordenadas sobre una pirámide, en la que las acciones que suelen ser realizadas con más frecuencia

están en la base y las que cuentan con menos adhesión, se ubican en el extremo superior de la misma:

Las acciones incluidas son, en orden ascendente: exponerse a estímulos políticos, votar, iniciar una discusión política, llevar un pin o un adhesivo en el auto, contactar con políticos, donar dinero a un partido o candidato, asistir a una reunión política (mitin), contribuir con tiempo en una campaña política, ser un miembro activo de un partido político, participar en las reuniones estratégicas del partido, pedir fondos o dinero para la política, ser candidato y dirigir un partido. (Milbrath, 1965, como se citó en Delfino y Zubieta, 2020, p. 212)

Por su parte, Conge (1988) definió a la PP como “cualquier acción (o inacción) de un individuo o una colectividad de individuos que, intencionalmente o no, se opongan o apoyen, cambien o mantengan algunas características de un gobierno o comunidad”. (p. 246). Explicó además que la definición de PP debe cumplir con dos requisitos:

1) Generalidad, en el sentido de que la definición debe ser lo suficientemente amplia para abarcar una gama de comportamiento en una variedad de ambientes culturales;

2) precisión, la definición debe ser limitada en alcance, es decir, se debe excluir algún comportamiento para mejorar el poder explicativo. El autor consideró que “la búsqueda de precisión ha llevado a definiciones de participación política que son estrechas, y que reflejan una gama limitada de actividades” (p. 242).

Para él, era necesario ponerse de acuerdo sobre una definición de participación política, ya que según su análisis, los argumentos sobre el significado del término se centran en seis cuestiones principales:

1) Formas activas versus formas pasivas: ¿La participación política debe definirse en términos de acción como el voto, hacer campaña por un partido político?

¿ O debería incluir formas pasivas, como sentimientos de patriotismo, conciencia de los problemas políticos?

(2) Comportamiento agresivo versus no agresivo: ¿Debería una definición de participación política abrazar la desobediencia civil y la violencia política, o debería limitarse más las actividades "convencionales"?

(3) Objetos Estructurales versus no estructurales: Si los esfuerzos para cambiar o mantener la forma del gobierno deben incluirse en la definición de participación política, o ¿debe incluirse la definición, debe limitarse a los esfuerzos para cambiar o mantener las autoridades gubernamentales y/o sus decisiones?

(4) Objetivos gubernamentales versus no gubernamentales: ¿Debería limitarse la participación política a un comportamiento dirigido hacia las autoridades gubernamentales, políticas y/o instituciones?, ¿O debe incluir fenómenos fuera del ámbito del gobierno?

(5) Acciones Movilizadas versus acciones voluntarias: ¿Debería el comportamiento patrocinado y guiado por el gobierno para mejorar su bienestar llamarse participación política?, ¿O el término debe ser limitado a la conducta iniciada por los ciudadanos en la búsqueda de sus intereses?

(6) Resultados intencionados versus no intencionados: ¿Debería el comportamiento que tiene una consecuencia no intencionada para un gobierno, definirse como participación política? (p. 241).

Por otro lado, Barnes, et. al. (1979, como se citó en Conge, 1988) explican la PP como "todas las actividades voluntarias de ciudadanos individuales destinadas a influir directa o indirectamente en las opciones políticas en varios niveles del sistema político". Dichos autores se enfocaron en realizar encuestas sobre protestas políticas y uso de violencia en Austria, Gran Bretaña, Estados Unidos, Holanda y Alemania. Su trabajo consistió en examinar primero actividades de PP denominadas como convencionales

como: leer sobre política, discutir sobre política, contactar con funcionarios públicos, trabajar para un partido o candidato, y otra actividad, relacionado con el proceso electoral” (p. 242).

Su mayor valor fue analizar el interés de protesta, es decir, qué tan propensas están las personas para comprometerse con formas no convencionales de comportamiento político como “el uso de peticiones, manifestaciones, boicots, rentas o huelgas, ocupación de edificios, bloqueo del tráfico, daños a la propiedad y violencia personal”. (Conge, 1988, p. 242). A partir de su trabajo, algunos autores comenzaron a pensar en la PP como acciones políticas convencionales y no convencionales.

Para Delfino y Zubieta (2010) las formas convencionales de la PP refieren a las actividades como: “hablar de política con amigos, convencer a personas para que voten por el partido con el que se simpatiza, asistir a reuniones políticas, contactar o relacionarse con políticos y realizar campañas con candidatos”, mientras que las no convencionales, se relacionan con las prácticas que pueden estar al margen de la ley, y que se comprenden como “potencial de protesta” (p. 212). Rodríguez-Estrada, et. al (2019) consideran que la PP convencional legitima el orden establecido, mientras que la no convencional, o no tradicional, como también suele llamarse, se orienta al cambio social, es no ortodoxa e incluso ilegal, por lo que se relaciona con el descontento y la movilización a causa de este: “La convencional permite entender y ser parte de procesos de institucionalización, mientras que la no convencional lo postula desde una concepción que pudiera considerarse constructivista, pero a partir de un quiebre con lo establecido” (p. 5).

Sommano Ventura (2005), por su parte, hace una distinción entre la participación política convencional y la no convencional para poder rastrear los distintos tipos y niveles de participación política existentes en México. La autora no considera dentro de su investigación los factores cognitivos, ni la “acción involuntaria”, entendiendo así a la participación política como un término más extenso que el de participación democrática,

pues esta última deja fuera las actividades de protesta tales como las manifestaciones: “la definición más amplia de participación política incluye todo tipo de acciones individuales y colectivas, ya sean convencionales o no, voluntarias o involuntarias” (p. 67).(Figura 2 y 3)

Conge (1988) explica que otros autores que definieron a la PP fueron: Nelson (1979), quien la consideró como una “acción privada de ciudadanos que busca influir las acciones o la composición de un gobierno nacional o local” (p.243); y Verba y Nie (1972), quienes explicaron que son “aquellas actividades de los ciudadanos que intentan influir en la estructura del gobierno, en la elección de autoridades o en las políticas gubernamentales” (p 247).

Autores como Bobbio *et al.* (2007) explican que la expresión “participación política” se utiliza de manera general para designar una serie de actividades como son: a) el acto del voto, b) la militancia en un partido político, c) la participación en manifestaciones, d) la contribución dada a una cierta agrupación política, e) la discusión de sucesos políticos, f) la participación en comicios o en una reunión sectorial, g) el apoyo dado a un determinado candidato en el curso de la campaña electoral, h) la presión ejercida sobre un dirigente política, i) la difusión de información política, entre otros (p. 1137). Sin embargo, consideran que esta expresión refleja únicamente procesos, prácticas y orientaciones que son típicas de las democracias occidentales, por lo que no siempre es positivo aplicar el uso de este concepto para sociedades en vías de desarrollo que carecen de políticas e infraestructura, a diferencia de sociedades que poseen una tradición democrática sólida. Explican además que el término participación: “se presta también a distintas interpretaciones en cuanto se puede participar, o tomar parte en algo, de manera muy diferente como espectador más o menos marginal o como protagonista de relieve” (p. 1137).

Los autores plantean la existencia de tres niveles o formas de participación política: la primera, denominada “presencia”, es considerada una de las formas marginales, pero a

la vez menos intensa de la PP, donde las personas realizan comportamientos de carácter pasivo o receptivo, como puede ser estar presente en reuniones, la exposición voluntaria a mensajes políticos, entre otros. Es decir, se trata de situaciones en las cuales el sujeto no hace ninguna aportación personal.

La segunda forma, es denominada como “activación” y es donde el sujeto desarrolla diversas actividades, tanto dentro, como fuera de una organización política, donde es delegado permanentemente o de las que se encarga vez por vez, o de las cuales puede ser él mismo el promotor: “Esta figura se da cuando se hace obra de proselitismo, cuando se hacen compromisos para trabajar en la campaña electoral, cuando se difunde la prensa del partido, cuando se participa en manifestaciones de protesta, etc.” (p. 1137). La tercera forma, “participación”, se reserva a situaciones en las que el individuo colabora de manera directa o indirectamente en una situación política, esta contribución se puede generar de forma directa únicamente en contextos políticos pequeños donde “en la mayoría de los casos la contribución es indirecta y se evidencia en la elección del personal dirigente” (p. 1137).

Existen además factores que condicionan positiva o negativamente la participación política, relacionados principalmente con las estructuras o las ocasiones de participación política y que están ampliamente determinadas por el ambiente en los cuales el individuo se mueve: “Las estructuras de participación más importantes están vinculadas, en los sistemas democráticos, a los mecanismos de competición entre fuerzas políticas y generalmente están institucionalizadas en los procedimientos del sistema que afectan la renovación de los cargos públicos” (p. 1139).

En lo que respecta a los sistemas autoritarios y totalitarios la participación política en vez de ser estimulada por mecanismos competitivos y por lo tanto en lugar de ser esencialmente voluntaria, asume a pesar de la terminología que con frecuencia es la

misma, un carácter muy diferente, por lo que aquí la expresión más adecuada sería la de movilización: “La población está programada desde arriba y está encuadrada por la actividad de las organizaciones de masa, a las cuales se les asigna, además de funciones de estímulo, también tareas de control social” (Bobio et al., 2007, p. 1139).

Otros investigadores como Nohlen y Schultze (2006) explican que las formas en la participación política son diversas y variadas, por lo que se puede hablar de las formas “instrumentales”, es decir, aquellas que los ciudadanos realizan de forma voluntaria, de manera individual y/o colectiva, o en unión con otras personas, con el objetivo de influir a su favor de manera directa o indirectamente en las decisiones políticas y otras de concepción normativa, donde la PP no solamente es un medio para un fin, sino también un objetivo y un valor en sí misma. Se encuentra enfocada en la auto-realización y en la participación político-social, en el mayor número de ámbitos posibles de la sociedad. Así, las formas de PP son diversas y abarcan “desde la participación en elecciones, pasando por la ocupación de casas, hasta llegar a la violencia contra personas y objetos, del ejercicio de mandatos en partidos, hasta la desobediencia civil, por ejemplo en las acciones de Greenpeace” (p. 1001).

En esta misma línea, Sabucedo (1988) explica que el concepto de participación política ha ido evolucionando de manera progresiva, hasta considerar actividades que transcurren al margen de los medios de consulta de la opinión pública diseñados por el sistema, tales como las convocatorias electorales o los referéndums: “Podríamos definir la participación política como cualquier tipo de acción realizada por un individuo o grupo con la finalidad de incidir en una u otra medida en los asuntos públicos” ( pp. 165-166). Respecto a la PP y la democracia otros autores (Sabucedo, 1988; Sabucedo y Arce, 1991) también destacan que la participación política como concepto, va unida de manera insoslayable al de democracia, ya que mediante esta, ciudadanos tienen la posibilidad de incidir en diversos acontecimientos políticos: “A nivel formal, una democracia debe poseer



los cauces participativos precisos para que sea el conjunto de los ciudadanos el auténtico responsable de sus destinos” (p. 165). Para ellos esto es la verdadera esencia de un régimen democrático y lo que a final de cuentas lo legitima. Por tanto, podemos referir que la participación política legitima la democracia y a la vez, la democracia propicia o promueve la participación política. Sabucedo y Arce (1991), concluyen que existen cuatro tipos de PP: a) persuasión electoral; b) participación convencional; c) participación violenta; y d) participación directa no violenta (p.100).

En el mismo sentido, Somuano (2002) considera que todo esfuerzo realizado por los ciudadanos que busque influir en las decisiones de políticas públicas y en la distribución de bienes públicos, sin importar el medio, “puede considerarse participación política, independientemente de que quienes detenten el poder la acepten o no” (p. 457). De igual forma, Muñiz y Echeverría, (2022) coinciden con Gil de Zúñiga et al., (2014), al considerar que la participación política implica el “desarrollo de actuaciones por parte de la ciudadanía con las que se busca más bien incidir en la selección de los representantes electos, así como en el desarrollo, la implementación o la aplicación de determinadas políticas públicas” (p.2).

El concepto de participación política actualmente es definido en relación con otras acciones, como el poder elegir quién gobierna o con la manera en que se influye en las políticas públicas, así Molina y Pérez (2001) consideran que existe consenso en definir como participación política a “todas aquellas actividades realizadas por los ciudadanos con el objeto de intervenir en la designación de sus gobernantes o de influir en la formación de la política estatal”. Esta definición de la participación política es lo suficientemente amplia como para incluir en ella actividades de muy diversos tipos, ya sean organizadas o espontáneas, llevadas a cabo en forma colectiva o individual, legales o ilegales, de apoyo o de presión, y con diferentes consecuencias y alcances. (p. 15).

Rivero (2009) considera que actualmente la PP moderna ya no se circunscribe al ámbito del Estado sino en la sociedad misma: “La participación política ya no se da en el ámbito del Estado sino en la sociedad. Ya no es el ejercicio del gobierno en la asamblea, sino que se parece más a esa participación menor de la discusión en el mercado que no es toma de decisiones políticas sino búsqueda de influencia” (p.208). Explica también que la participación política ha perdido intensidad y precisión, y que al mismo tiempo se ha pluralizado y complejizado ya que: “Va ahora desde las formas más directas de gobierno popular (los refrenda, por ejemplo) a las más “representadas” (la participación electoral), pasando por formas tan exóticas como la no participación electoral como participación política o la cultura política como forma de participación” ( p. 209).

Ahora bien, el autor señala además que, explicada desde las democracias liberales, la PP tiene que ver fundamentalmente con la participación en las elecciones, y de la misma forma las elecciones son centralmente importantes para la democracia liberal: “La participación política es, por tanto, muy importante para las democracias liberales, pues es aquello que permite salvar esa distancia entre representantes y representados. Y el mantenimiento de esta conexión es un requisito funcional del sistema mismo” (p. 226).

Desde este tipo de democracias, la participación política consiste principalmente en un tipo de actividad que está orientada a influir sobre el gobierno mediante el ejercicio de los derechos políticos, donde la participación en la elección de los gobernantes es el rasgo principal de la participación política contemporánea: “El estudio de cómo se ejerce esta participación, su aumento o su declive y la variación comparativa de su ejercicio componen algunas de las áreas de investigación a las que se ha aplicado con mayor ahínco la Ciencia Política” ( p. 226).

Actualmente podríamos hablar de una revitalización de la participación política que deja atrás antiguos esquemas, para articularse en canales nuevos. Para Bobbio et. al.

(2007), “dichas formas tienden a ser extremadamente visibles y frecuentemente son registrados en toda su dramaticidad y con gran resalte por los medios de comunicación de masa, por lo que es fácil sobrevalorar la importancia en términos de personas participantes”. (p. 1139). Sin embargo, Delfino y Zubieta (2010), concluyen que las condiciones necesarias para hablar de PP suponen “la referencia a individuos como ciudadanos, la implicación de una actividad, la presencia de una acción volitiva, y la referencia a la política y al gobierno” (p.218).

Para poder medir los niveles de PP., Milbrath (1965), estableció una serie de indicadores de participación política e involucramiento en la vida política, que hasta hoy continúan siendo utilizados por investigadores y permite así establecer niveles de actividad ciudadana alrededor de la política. En orden de importancia, el autor consideró los siguientes elementos como principales acciones para conocer si alguien era activo políticamente y en qué nivel:

- a) Ocupar un cargo público o partidista; ser candidato a un cargo;
- b) Asistir a un *caucus* o una reunión de estrategia; convertirse en miembro activo de un partido político;
- c) Contribuir tiempo en una campaña política;
- d) Asistir a una reunión o reunión política;
- e) Hacer una contribución monetaria a un partido o candidato;
- f) Ponerse en contacto con un funcionario público o un líder político;
- g) Llevar un botón o poner una pegatina en el coche;
- h) Intentar convencer a otro para que vote; votando; y exponerse a estímulos políticos.

Por su parte, los autores Nohlen y Schultze (2006) también realizaron una tipología de la participación explicada y diferenciada según los siguientes puntos:

a) Participación representativo-democrática, de la participación de democracia directa (por ejemplo: lecciones, pertenencia a un partido vs. referéndums, iniciativa ciudadana);

b) Según el grado de vinculación institucional, entre participación garantizada en la constitución, y la no garantizada en ella (por ejemplo: elecciones, manifestaciones vs. iniciativa ciudadana, ocupación de inmuebles);

c) Según el estatus legal, entre participación legal e ilegal (por ejemplo: huelgas vs. ocupación de inmuebles, violencia contra personas y cosas);

d) Según el grado de reconocimiento público, entre participación convencional y no-convencional (por ejemplo: elecciones, iniciativas ciudadanas vs. ocupación de inmuebles). (p. 1001)

Cabe señalar que autores como Rivero (2009) considera que existe una tipología de la participación, la cual incluye las siguientes formas:

- a) La discusión política cotidiana y el seguimiento de la vida política;
- b) la participación en campañas electorales;
- c) la más obvia y central al sistema político, el voto;
- d) la presión sobre los representantes políticos;
- e) la militancia en grupos y asociaciones, ONG's, grupos de interés, etc.;
- f) la participación en manifestaciones legales y,
- g) la desobediencia civil y hasta la revuelta. (p.228)

Cerrando el capítulo podemos mencionar que los dos grandes campos de estudio de la PP, han dividido a la misma en primer lugar, como aquella que es convencional, y que se relaciona de manera directa o indirecta con el proceso electoral. En segundo lugar, la no

convencional, la cual, a su vez, se divide en dos categorías: democrática y legal, por un lado, y por otro lado, la participación ilegal y agresiva. Como señala Sabucedo (1988, como se citó en Delfino y Zubieta, 2010) “un grupo de ellas se mueve dentro de la legalidad, mientras que otras se enfrentan abiertamente a la misma”. Podríamos agregar para cerrar, que, dentro de estas dos modalidades, el que una acción, dentro de las tipologías mencionadas, no logre su cometido, no debe afectar para que se le considere como participación política.

### **2.2.1 Participación política en México**

México posee una de las democracias más jóvenes de Latinoamérica, sin embargo, es hasta el siglo XXI que el país logró contar con un sistema de autoridades y procedimientos electorales robusto, que ofrece equidad en las contiendas, a la vez que se ha puesto de manifiesto el profesionalismo en la organización de los comicios e imparcialidad en la resolución de los conflictos electorales, al menos en las últimas elecciones federales (2012, 2018) donde nuevamente la alternancia llegó a la presidencia nacional.

Hoy los ciudadanos cuentan con más y mejores instrumentos para participar en los procesos de toma de decisiones, mediante la existencia de un sistema de partidos plural, que ha permitido la alternancia en todos los niveles de gobierno. Luego de más de 70 años de hegemonía partidista con el Partido Revolucionario Institucional en el poder, México alcanzó la alternancia partidista en el año 2000, con la llegada de Vicente Fox Quesada (panista emanado de la derecha) a la presidencia de la república; sin embargo, regresó al viejo Priismo en el 2012 con Peña Nieto, y seis años después una marcada mayoría de mexicanos decidieron en favor de la izquierda votando por MORENA y su candidato Andrés Manuel López Obrador en el 2018. Actualmente, el voto sigue siendo considerado como la máxima forma de participación política en la democracia mexicana; sin embargo, existen

otros aspectos de la PP que han sido analizados por investigadores, además de la denominada participación electoral.

Las enormes brechas sociales que dividen al país, los bajos grados de educación y las diferencias político-culturales entre mexicanos, así como elementos negativos asociados a la política mexicana como la corrupción, han generado diferencias en la forma en que los ciudadanos participan y la forma en que lo hacen. “Desde una visión optimista, se puede decir que ha sido una transición de un sistema no democrático a uno democrático que ha posibilitado mecanismos de competencia, político-electoral, pluralismo moderado y participación política” (Navarrete 2088, como se menciona en Rodríguez-Estrada et al., 2020).

En México existe un clima social en el que notoriamente predomina una fuerte desafección ciudadana, la cual se evidencia en información sobre la baja satisfacción con la democracia del país donde apenas “el 19% de los mexicanos dicen estar satisfechos con ella, muy por debajo de la media regional (América Latina) que es de 37%”, situación que refieren los académicos, repercute en la participación tanto electoral, como en la política. (Rodríguez-Estrada et al., 2020, p.300).

A decir de los investigadores, en México la participación electoral en la elección de 2012 fue de un 63.14% y para 2018 de 63.42% y, aunque se puede decir que se ha presentado un incremento, sobre todo desde 2006 situada en el 58.5% (INE, 2018), está aún lejana a la participación que por ejemplo existe en otros países latinoamericanos como Argentina (80.77%), Perú (80%) y República Dominicana (69.6%). En cuanto a la PP offline en México, el porcentaje es aún menor, ya que oscila según información del ENCUP (2012) entre un 11% y 16% en el reporte de actividades que los involucran políticamente. (p. 300)

Sobre la participación política de los mexicanos, llama la atención que al ser comparados sus niveles de participación con los de otros países, se aprecia que casi en

todos los rubros los nacidos en México participan en mayor proporción que los ciudadanos de países como Argentina, Chile o Brasil. Sin embargo, los cuatro países latinoamericanos tienen índices de participación no electoral menores que Estados Unidos (Nieto y Somuano, 2013, p. 99). Otro dato destacado es que en México el número de personas que realizan actividades políticas no electorales es mucho menor que quienes dijeron haber ejercido el voto: “Mientras 70 por ciento de los mexicanos dijo haber votado, sólo alrededor de 16 por ciento afirmó haber tenido comunicación directa con alguna autoridad local o haber firmado una petición. Los demás tipos de participación rondaron 10 por ciento” (p.98).

“En el caso de actividades tales como establecer comunicación con un diputado o su equivalente, la asistencia a una reunión de cabildo o intentar convencer a alguien de votar por un candidato o partido, los mexicanos están muy por encima de sus contrapartes latinoamericanos, pero por debajo de los porcentajes de estadounidenses que dijeron haber realizado estas acciones (17.88%)” (Somuano, 2013, p. 99).

En cuanto a otros datos sobre participación política convencional, como lo es por ejemplo firmar alguna petición, incluyendo solicitar algún servicio o ayuda a las autoridades oficiales, Somuano (2013) reportó que en el caso de México, poco menos de la quinta parte de los encuestados dijo haber presentado o firmado una: “Este valor, aunque muy por debajo del de Canadá (67.8%) y Gran Bretaña (81.3%), es parecido al de otras democracias como la estadounidense (14.90%) o de democracias latinoamericanas como Argentina (14.81 %), Chile (14.07%) o Brasil (11.36%)” (p. 99).

Parte de los resultados de la investigación de Somuano (2005) revelan que en México las actividades de participación política convencional aumentaron. Por otra parte, de los cambios en la participación surgen cuestionamientos sobre los determinantes, en el sentido de ser cada vez más dependientes del estatus social, además de la sofisticación

política, ya que los ciudadanos más sofisticados políticamente son los que más realizan actividades de protesta. “Este dato es importante ya que muestra claramente que, quienes se involucran en modos de acción no ortodoxos, son aquellos que cuentan con cierta información, la que puede generar mayores habilidades de organización e incluso de movilización” (p. 82).

En México el nivel de insatisfacción con el sistema político tiene un efecto (aunque no muy fuerte) sobre los índices de participación no convencional. Quienes están más insatisfechos con la democracia en México, así como quienes perciben que los gobernantes no se preocupan por las necesidades de la gente, son quienes más participan no convencionalmente. (Somuano Ventura, 2005, p. 83)

En otra investigación, De la Garza, et al. (2019), brindaron datos sobre participación electoral y política en México también en población adolescente universitaria, donde se encontró que el 57,5% de los jóvenes universitarios declaró que no acude a las urnas; sin embargo, en contraste a esta información, destaca que los estudiantes mexicanos se implican de forma mayoritaria en otras formas de participación política offline, como asistir a una conferencia (76,9%) y participar en organizaciones estudiantiles (58,8%) (p. 88). Las formas de participación fuera de línea no son una opción para los jóvenes mexicanos para implicarse políticamente, siendo estas minoritarias, donde siete de cada diez encuestados afirman no participar en mítines electorales (79%); contribuir a influir en políticas públicas (72,2%); contactar con un político, (68,8%); y en apoyar una campaña (68,4%). La participación en una ONG también es escasa entre los jóvenes universitarios mexicanos, al indicar que no se implican en ella el 70,1% de estos. (p. 88).

En cuanto a la participación política online de jóvenes mexicanos, utilizando una escala de 5 valores (nada, poco, algo, mucho y bastante) los autores hallaron que existe “algo” de interés en ciertas acciones digitales como son: leer contenido humorístico sobre



política (38,2%); buscar información sobre política (36,6%); leer discusiones sobre política (33,7%); ver vídeos de contenido político (33,4%); compartir contenido humorístico sobre política (26,8%); seguir cuentas de periodistas y líderes de opinión (26,8%); compartir un vídeo de contenido político (25,6%); y dar *like* a un comentario sobre política (24,9%). Asimismo, el 27,4% de los mexicanos participa en discusiones sobre política, aunque lo hacen “poco”. (p. 89). Por otro lado, las formas de participación en las que los jóvenes no se implican son: publicar opiniones personales sobre política, postear información sobre política, seguir cuentas de políticos y contestar comentarios de políticos, concluyendo así que estos participan políticamente de manera online en mayor grado de lo que lo hacen offline. (De la Garza, et al., 2019, p. 89).

En otro trabajo también enfocado a población adolescente en el estado de Nuevo León, México, De la Garza-Montemayor et al. (2020), documentaron la existencia de interés por parte de jóvenes universitarios respecto a temas políticos (53.8%); sin embargo, “no hay un acuerdo respecto a los medios más aceptados para realizar una protesta” (participación no convencional), donde el 43.3% mencionó que las marchas son el medio más aceptado, mientras que tomar las instalaciones universitarias (42.6%), participar en mítines (40.4%) o en plantones frente a edificios de gobierno (36.6%), son medios que solamente “a veces” podrían ser la mejor opción para protestar. Por otro lado, también se demuestra que existe un alto interés por parte de los jóvenes universitarios respecto a temas políticos, 53.8% de los entrevistados señalaron que tienen “mucho” interés en la política, 39.1% dijo tener “medianamente” interés, y solamente el 6% contestó tener poco o nada de interés. Sin embargo, no existe un consenso acerca de cuáles son los medios más aceptados para llevar a cabo una protesta. (p. 377).

## 2.3 La participación política online y offline

Con el arribo de Internet y las nuevas tecnologías, las formas de PP pasaron del mundo real (offline), al mundo digital (online). Las personas actualmente pueden hacer uso de diversos medios digitales para actuar, opinar, interactuar e intercambiar información relacionada con política, lo que compone una nueva dimensión participativa. Los nuevos medios, o *new media*, como las redes sociales (en específico facebook y twitter) se constituyen como espacios digitales abiertos, de libre acceso y sin costo (actualmente solo se requiere contar con una conexión a Internet y de un dispositivo móvil para acceder a estas), donde las personas pueden participar abiertamente en temas de índole político, mediante diversas acciones.

Hemos de considerar que mientras la PP offline tiene que ver con actividades en el plano físico y presencial, la participación política online sucede dentro de la denominada esfera digital, donde “la digitalización introduce elementos inéditos que es necesario tomar en consideración, tanto en la estructura de la esfera pública como en las formas de activismo político que pueden organizarse en su seno” (Pecourt, 2015, p. 80). En este tipo de participación, observamos formas de inclusión mediante tecnologías traducidas en su forma de estructuras digitales (internet y redes sociales) donde podemos encontrar una cultura digital en la que existen diversidad de valores, puntos de vista, y diversas formas voluntarias de participación. Por ende, para hablar de esta, se requieren definiciones consistentes de este concepto que coadyuven a un mayor entendimiento de las acciones y consecuencias de las actividades que surgen en este ámbito, las cuales se explican gracias a diversos modelos teóricos y empíricos que presentan variables y elementos que caracterizan a la PP online a diferencia de la offline.

Antes de continuar, es preciso recordar nuevamente que la participación en sí misma se desarrolla en dos formas, lo político y lo cívico e implica un nivel de involucramiento del ciudadano, a través de comportamientos y actividades que buscan

mejorar la calidad de la vida pública de él y de los demás. En el nivel cívico, se realizan acciones que buscan resolver problemas mediante acciones que son ajenas al gobierno y las elecciones, en el político se desarrollan acciones para incidir en la selección de candidatos o representantes electos, así como el desarrollo, implementación o aplicación de las políticas públicas. Ambos pueden efectuarse tanto de manera presencial (offline) como de manera digital u online. (Muñiz y Echeverría, 2020, p. 4)

Actualmente, la investigación sobre la participación política en línea, se basa principalmente en estudios empíricos sobre las denominadas tesis de movilización y tesis de refuerzo (Norris, 2001). Estos estudios empíricos son principalmente sobre cómo el uso de los medios en línea afecta la PP. Por un lado, la tesis de la movilización (mobilization thesis) argumenta que, debido a la disponibilidad de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, grupos de población antes desvinculados están siendo “arrastrados” a la política, esto debido a que Internet es un tipo distinto de participación que tiene el potencial de reclutar desfavorecidos y a las poblaciones tradicionalmente desvinculadas, incluso más que las favorecidas. (Oser et al., 2012, p. 92). Por tanto, la tesis de la movilización sostiene que el uso de los medios en línea actualmente sirve para movilizar la participación de nuevos estratos que no han participado en política.

Por otra parte, la tesis de refuerzo (reinforcement thesis) supone que el Internet no cambiará los patrones existentes de participación política, pero en el peor de los casos puede ampliar las brechas participativas entre poblaciones favorecidas y desfavorecidas. De esta forma se explica que las personas más activas en la participación tradicional fuera de línea, son las mismas personas que son más activas en la participación en línea. Desde esta perspectiva, se considera que: a) el uso de los medios en línea mejora la cantidad y la calidad de actividades de participación y refuerza la participación política; y b) que el uso de medios en línea afecta positivamente a la participación política, pero a medida que el

tiempo pasa, la magnitud del cambio disminuye gradualmente, requiriendo más discusión en cuanto a si el efecto es causal o transformacional. (Sung y Jang, 2020, p. 1795)

En otro ámbito sobre este tema, Ruess et al. (2021), sugieren que, a diferencia de la PP offline, las nuevas formas de participación online generan un mayor compromiso político principalmente en grupos demográficos subrepresentados como mujeres, minorías étnicas, jóvenes, personas menos educadas y de bajos ingresos, por tanto el internet facilita nuevas formas de acción política al ampliar el alcance de la PP. En especial las redes sociales permiten nuevas formas de compromiso político, ya que estas requieren poco esfuerzo, tiempo y recursos financieros, en comparación con los actos tradicionales de participación formal. (p.2)

Existen además diversas opiniones sobre las diferencias existentes en estas dos formas de participación y la manera en que se relacionan. Al respecto Kim et al. (2017, como se citó en Rodríguez-Estrada et al., 2019) consideran el uso de cuatro modelos para explicar la relación entre la PP offline y la online: la hipótesis de la reciprocidad, la hipótesis *spillover* (o de desbordamiento), la hipótesis de la independencia y la hipótesis *gateway* (puerta de acceso). En cuanto a la hipótesis de reciprocidad, esta describe que tanto la PP online como la offline se afectan mutuamente, por tanto quien es políticamente activo de manera online, también lo es de manera offline. Por otro lado, la hipótesis *spillover* propone que los actores políticos que ya se encuentran involucrados de manera offline, extienden su participación de manera online mediante el uso de herramientas y plataformas, para así ejercer su influencia, colocando en primer lugar la participación política offline sobre la online. La hipótesis denominada de independencia, considera que tanto la participación online como la offline, trabajan de manera independiente, por lo que ninguna influye en la otra. Finalmente, la hipótesis *gateway* explica que cuando las personas desarrollan sus habilidades de participación aunque sea de manera online, se empoderan para participar

más activa y físicamente, por lo que “la participación política online deriva en la participación política offline” (p.299). (Ver figura 4).

Gibson y Cantijoch's (2013) refieren que el Internet está ampliando el repertorio de acciones participativas, ellos sugieren la existencia de una estructura multidimensional de la “e-participación”, como denominan a la PP online, la cual está conformada por diversos clústers al igual que la PP offline, lo cual claramente les diferencia, pero también les relaciona, por lo que proponen una tipología diferenciada de modos activos (participación) y pasivos (compromiso pasivo) de acciones políticas. Los autores distinguen nueve categorías o modos de acción: la activa o de participación se compone de: (1) la votación, (2) las actividades de partido/campaña, (3) las actividades de protesta, (4) el contacto, (5) las acciones comunales y (6) el consumismo; mientras que el llamado compromiso pasivo consiste en: (7) atención a las noticias, (8) discusión y (9) lo expresivo. (p. 707)

En el modo activo de participación, en modalidad online, los investigadores categorizaron las siguientes acciones: 1) voto electrónico, 2) firmar como apoyo o voluntario, 3) unirse a un grupo vía SNS (mensajes vía celular) para apoyar un partido y/o donar en línea, 4) firmar una petición en línea, 5) enviar un correo electrónico a un político, 6) unirse a un grupo de SNS (mensajes vía celular) con temas políticos y 7) el boicot electrónico. En el modo de compromiso pasivo, también online, se especifican las siguientes acciones: 1) leer periódicos en línea, blogs, o mirar videos de youtube, 2) chat en línea, 3) publicar, reenviar e insertar contenido político. (p. 707) (Ver tabla 2).

Por otro lado, Büchi y Vogler (2017) explican que los predictores claves de la participación política en línea son: la posición social, el interés político y la experiencia en Internet. (p.4). Mediante un modelo teórico establecen los siguientes elementos: a) los antecedentes: la posición social, las horas de uso de internet y los años en línea; b) los mediadores: el interés político y las habilidades para usar internet. Estos autores consideran que el uso de Internet en general y en específico la participación política en

línea, se encuentran socialmente estructurados. Sus hallazgos especifican que quienes utilizan Internet con fines políticos, buscando información, participando en debates, protestando o produciendo contenido, son aquellos con alto interés en temas políticos, por tanto “el interés político y la participación política están conectados en un ciclo de mejora mutua, lo que significa que cuanto más interesados estén los individuos, más participarán en actividades políticas que a su vez estimulen conocimiento e interés” (p.8). Sin embargo, tanto los años en línea, como las habilidades, son las que promueven de manera independiente la PP online. Esto significa que quienes lleven más años conectados y quienes tengan mejores habilidades para navegar, tendrán mayor actividad política online.

En otra dimensión, hay quienes consideran que las acciones de la PP online tienden a ser predominantemente individuales y se pueden efectuar en cualquier momento y lugar, con costos de ajuste y cooperación mínimos:

“Aspectos como el dinero, el tiempo e incluso las habilidades cívicas se requieren en menor medida en un entorno digital caracterizado por reducir drásticamente los costos de consumir información política, expresar opiniones, discutir con otros o mantener contacto con organizaciones políticas y movimientos sociales” (Zumárraga-Espinosa et al., 2022, p. 108).

Estos autores mencionan que existe un modo de participación online de “alto costo” (hard), el cual representa acciones con mayor dificultad como lo son el donar o recolectar dinero en apoyo a campañas o iniciativas políticas, trabajar para organizaciones políticas o candidatos, recolectar firmas, firmar peticiones políticas y participar activamente en foros de discusión. En segundo plano se encuentran las conductas de corte informacional y expresivo, las cuales son relativamente menos complicadas al compararse con el primer modo, conformando una modalidad denominada de “bajo costo” (soft). (p.114). Zumárraga-Espinosa et al. (2022) clasifican las actividades para determinar la de PP online de bajo costo, como: 1) visitar páginas web políticas; 2) consumo político de YouTube; 3) leer o

realizar comentarios políticos online; 4) el uso político informacional; 5) la discusión política online; y el 6) consumo de medios tradicionales online. Clasifican además las actividades relacionadas con la PP online de alto costo, como son: 1) tomar parte en foros políticos online; 2) realizar trabajos políticos online; 3) brindar apoyo financiero online; 4) realizar peticiones políticas online; 5) contacto online con agentes políticos y 6) escribir blogs políticos. (p. 113)

Vissers y Stolle (2014) consideran tres posturas teóricas para categorizar las formas de participación online. La primera adopta una posición crítica hacia todas las actividades políticas online, en esta se duda que dichas acciones sean tan significativas como sus contrapartes fuera de línea, a tal grado que estas no contribuyen a cambiar al mundo. Por ejemplo, la firma de peticiones en línea, las donaciones en línea y el consumir información política en línea, son similares al activismo fuera de línea, pero dichas actividades son por demás simples y no son lo suficientemente costosas (en términos de acción). Por tanto, “la participación en línea no siempre debe verse como política y, en cualquier caso, no debe diluir la definición de participación política” (p. 939).

La segunda postura considera que la PP online abre nuevas dimensiones de participación, por lo que se requiere de nuevos enfoques y marcos conceptuales diferentes a los de la participación offline. Internet le brinda un nuevo enfoque a la participación política, gracias a que permite la creación de contenidos, el intercambio social, la interacción inmediata y además con costos muy significativos para compartir información, opiniones y movilizar a través de las redes sociales. En ese sentido, las personas se involucran más fácilmente en política, porque se cruzan con información política de manera no intencionada; por otro lado, la gente entra en contacto con otros que sería imposible conocer, lo que genera igualdad de oportunidades para participar en política. (p. 940). La tercera plantea una postura intermedia, la cual define que las formas de la PP en línea se parecen a las de la PP offline, por lo que pueden analizarse como expresiones diferentes

del mismo fenómeno de la participación política. Aquí Internet es una nueva herramienta que permite fortalecer el poder e influencia de los sectores políticamente activos de la sociedad.

### **2.3.1 Redes sociales y la participación política online**

Existen diversos estudios sobre los efectos de las redes sociales en la participación política, algunos han centrado sus esfuerzos en medir la relación entre la exposición incidental de noticias a través de las redes sociales y la participación política (Lee y Xenos, 2020; Vaccari y Valeriani, 2021); otros sugieren que las redes sociales pueden facilitar la participación política fuera de línea (Kim y Ellison, 2022), mientras que algunos reportan que dichas redes ayudan a promover diversas formas de compromiso político (Boulianne, 2015; Dimitrova et al., 2014; Halpern y Gibbs, 2013), o que las redes sociales efectivamente movilizan a los ciudadanos para participar en protestas, pero que este efecto movilizador es más pronunciado en aquellos con mayor nivel de interés político. (Lee, 2019). Otros trabajos consideran que el uso de las redes sociales desarrolla el conocimiento de los ciudadanos sobre temas políticos, donde algunos hallazgos reportan una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la participación en la vida cívica y política. (Boulianne, 2015)

Sobre la participación política a través de las redes sociales, Vaccari y Valeriani (2021) la catalogan como una experiencia multidimensional, ya que en primer término “ciertas posibilidades técnicas habilitadas por las redes sociales tienden a producir de forma más o menos automática resultados políticos específicos” (pp.24-25); en segundo término, cualesquiera que sean esos efectos, son uniformes entre los subgrupos sociales (p. 27); y en tercero, las formas en que las personas interactúan con las redes sociales son universales, en lugar de estar moldeadas por las contingencias del contexto político. (p.



30). De lo anterior, la importancia de considerar los efectos de dichas redes sociales en la PP tanto online como offline.

Otro modelo para entender los efectos de las redes sociales en la PP, es explicado por Knoll et al. (2020), quienes señalan que un activo clave de las redes sociales, es que los ciudadanos pueden estar expuestos a información política a través de sus redes tanto de manera incidental, como de manera intencional. La exposición incidental explica el hecho de que el contenido es frecuentemente compartido por conocidos, además de que los usuarios son relativamente desinteresados en la política, y que solo necesitan estar conectados con un puñado de otros políticamente comprometidos para recibir regularmente pistas incidentales sobre política. Por otro lado, en la exposición intencional está el que busca activamente información política, aquí los usuarios pueden utilizar la función de búsqueda de un sitio de redes sociales, escanear su propia fuente de noticias en busca de contenido político, mirar sitios de noticias de Facebook, o acceder al perfil de un partido político o candidato. Esta exposición intencional también ocurre cuando una persona tiene la necesidad de buscar información política, la necesidad de trabajar en su identidad política, o una necesidad de expresión política (p. 40): “Dado que los usuarios quieren ser entretenidos, buscan interacción social, sienten la necesidad de información no relacionada políticamente, o trabajan en partes no políticas de su identidad, asumimos que se exponen incidentalmente al contenido político” (Knoll et al., 2020, p. 41).

Otro enfoque teórico se centra en el rol de las redes sociales en la creación de sistemas de redes (social networks). Estos sistemas permiten aumentar la exposición a información sobre cómo y por qué un ciudadano debe volverse más activo o participativo, mediante un flujo informativo. Esto brinda diversas oportunidades para que las personas sean impulsadas a participar en la vida cívica y política, ya que entre mayor sean estos sistemas de redes, más fácil será recibir información para poder, por ejemplo, participar en un boicot o para firmar una petición. De manera alterna, estos sistemas pueden

incrementar la oportunidad de ver mensajes sobre por qué votar por un candidato u otro, lo que deriva en un incremento en la participación a través del voto (Boulianne, 2015, p. 525).

Por otra parte, un enfoque distinto considera como base de su propuesta la importancia de los vínculos con organizaciones políticas o activistas y el uso de las redes sociales para formar o mantener grupos en línea, donde las personas que pertenecen a más organizaciones, están más propensas a ser voluntarias porque estas membresías aumentan la oportunidad de ser invitado a ser voluntario. (Musick y Wilson, 2008, como se citó en Boulianne, 2015, p.525 ). Otra corriente de investigación de redes examinó hasta qué punto la participación cívica y política es contagiosa entre los miembros de una red social, por ejemplo, si el observar a los amigos de Facebook o expresar puntos de vista políticos en línea afecta la propia expresión política, comprobando que la actividad política en Facebook está altamente correlacionado con la participación política general (Vitak et al.,2011, p. 6).

Cabe señalar que otros autores como Getachew y Beshu (2019) apoyan la idea de que las redes sociales suman a la participación ciudadana, a través de cuatro temas principales que indican cómo los ciudadanos utilizan las redes sociales para la comunicación y participación política: 1) las redes sociales están reemplazando a los medios tradicionales para las noticias políticas, 2) facilitan la participación política de los ciudadanos, 3) fortalecen la colaboración estratégica y 4) también las redes sociales influyen en las decisiones gubernamentales. (p. 494)

Podemos cerrar este tema reafirmando que diversos enfoques demuestran la importancia que tienen las redes sociales en la participación política ciudadana. Sin embargo, en la investigación aquí presentada, se busca explorar una relación que no ha sido ampliamente analizada por otros trabajos y que sugiere la existencia de una relación entre las redes sociales y posiblemente el incremento o disminución de la PP online u offline debido a su uso. Son más los trabajos que pretenden demostrar que las redes

sociales tienen efectos en las campañas políticas, e incluso en el voto ciudadano, pero no distinguen si estas afectan o no las modalidades de PP off y on. Como Vital (2019) sugiere, los usuarios de las redes pueden publicar actualizaciones de estado sobre política, publicar mensajes políticos en los muros de sus amigos, o escribir y compartir notas políticas en su red: “Esta interacción entre pares impulsa las redes sociales y puede proporcionar un incentivo más poderoso para participar en política”. (p.3)

### **3. Metodología**

En esta investigación se trabajó una metodología mixta, entendida como “un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (Sampieri, 2006, p. 755). Se decide utilizar esta técnica para poder, en primer lugar, analizar los datos arrojados a través de una encuesta y así medir los alcances del uso de las redes sociales en la PP online y offline. Posteriormente, también se aplica un enfoque cualitativo, con entrevistas en grupos de enfoque que permiten obtener de manera más precisa, opiniones y comentarios sobre las experiencias propias de los usuarios mexicanos y sus redes sociales, lo que finalmente permite profundizar en los hallazgos finales.

#### **3.1 Metodología cuantitativa**

Como parte de la metodología cuantitativa se utilizó la “Encuesta cultura política 2021”, en su primera oleada, la cual se trató de una encuesta descriptiva a nivel nacional mexicano, a través de la aplicación de un cuestionario a una muestra probabilística de la población. El trabajo de campo y levantamiento de datos se realizó entre los días 10 al 16 de abril de 2021. Las entrevistas se realizaron en línea, desarrollando el trabajo de campo la empresa *QuestionPro*, a partir de su panel de participantes a nivel nacional. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario diseñado en la plataforma de la

empresa *QuestionPro*, que permite que el mismo participante conteste una solo una vez la encuesta para evitar así el llenado automático de urnas.

Se buscó contar con una muestra representativa de la población mexicana en términos de sexo, edad y zonas de residencia. Para ello, se realizó un muestreo probabilístico polietápico, utilizando como marco muestral las zonas Nielsen de México, que permiten estratificar el país en seis zonas geográficas a partir de las cuales se trabaja para obtener una muestra por afijación proporcional. Además, a nivel nacional se estratificó por sexo, edad y nivel socioeconómico, tomando como referencia el índice de Nivel Socioeconómico (NSE) creado por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI, 2017). En total participaron en la encuesta 1,750 mayores de edad, con una tasa de abandono del 21.27%. La muestra contó con un margen de error de +/-2.34 por ciento y con un nivel de confianza del 95 por ciento.

### **3.1.2 Hallazgos cuantitativos**

Para explicar los efectos de las llamadas redes sociales en la participación política online y offline, se realizaron 3 modelos distintos para cada caso. En cuanto a la participación política online (Tabla 5), al considerarse únicamente las variables sociodemográficas (modelo 1), se observa que el género está significativamente asociado a la PP online en sentido negativo ( $\beta = -0.102$ ,  $p < .01$ ), al igual que la edad ( $\beta = -.101$ ,  $p < .01$ ), lo que indica que, a mayor edad de los encuestados, la participación política online disminuye. Por otra parte, el nivel de estudios también se asocia de manera significativa ( $\beta = -0.232$ ,  $p < .01$ ), lo que demuestra que, a mayor nivel de estudios, mayor participación política online.

Al incluir las variables de atención a medios (modelo 2), se encontró que el consumo de periódicos en papel ( $\beta = .180$ ,  $p < .01$ ) y el consumo de periódicos digitales ( $\beta = .176$ ,  $p < .01$ ) se asocian con la participación política online, mientras que el consumo en TV ( $\beta =$

0.57,  $p = .019$ ) y radio ( $\beta = .037$ ,  $p = .155$ ) presentan coeficientes escasamente significativos para la PP online.

En el modelo 3, se agregó la variable seguimiento a redes sociales junto con las variables sociodemográficas y atención a medios, demostrando que está significativamente asociada con la participación política online ( $\beta = 0.333$ ,  $p < .01$ ), cuyos coeficientes son los de mayor peso explicativo en este modelo, lo que comprueba que el consumo de redes sociales afecta de manera positiva la PP online, por encima de las demás variables.

Si bien el alcance explicativo del modelo es modesto ( $R^2 = .078$ ), al agregar a la ecuación las variables de atención a medios, su poder de predicción aumenta a  $R^2 = 0.191$  con las variables de atención a medios y a  $R^2 = .273$  cuando se integra la variable seguimiento de redes sociales.

Respecto a la Participación Política Offline (Tabla 6), en el modelo 1, se observa que la edad ( $\beta = .129$ ,  $p < .01$ ) y el nivel de estudios ( $\beta = .103$ ,  $p < .01$ ), se encuentran asociados con la participación política offline de manera positiva, lo que significa que, a mayor edad y mayor nivel de estudios, mayor es la participación política offline. En este modelo el nivel socioeconómico ( $\beta = .021$ ,  $p = .414$ ) no es significativo para la PP offline.

Sobre el modelo 2 y la PP offline, se encontró que el consumo de periódicos en papel ( $\beta = .209$ ,  $p < .01$ ) está mayormente asociado con la participación política offline, seguido por el consumo de periódicos digitales ( $\beta = .091$ ,  $p < .01$ ), esto confirma el hecho de que las personas que generalmente se informan a través de periódicos, ya sea impresos o digitales, son aquellos que tienen mayor participación política en su modalidad offline. En este modelo el consumo de información a través de la televisión ( $\beta = .048$ ,  $p = .061$ ) y de radio ( $\beta = -.001$ ,  $p = .979$ ), presentaron coeficientes no significativos para la variable dependiente (PP offline).

En el último modelo (3) al agregarse la variable seguimiento de redes sociales, en conjunto con las demás variables, se encontró que está significativamente asociada a la PP offline ( $\beta = .260$ ,  $p < .01$ ), aunque de menor manera que con la PP online ( $\beta = 0.333$ ,  $p < .01$ ).

Si bien el nivel explicativo del modelo es moderado ( $R^2 = .30$ ), al agregar a la ecuación las variables de atención a medios, su poder de predicción aumenta a  $R^2 = 0.107$  con las variables de atención a medios y a  $R^2 = .157$  cuando se integra la variable seguimiento de redes sociales. Lo que, como se mencionó, es menor en comparación con la PP online ( $R^2 = .273$ ).

**Tabla 5. Variables explicativas de la PPOne**

Variable	Modelo 1			Modelo 2			Modelo 3		
	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>
Género	-.191	-.102**	.000	-.177	-.094**	.000	-.149	-.079**	.000
Edad	-.007	-.101**	.000	-.008	-.121**	.000	-.005	-.073**	.001
Nivel Socioeconómico	.003	.004	.884	.004	.005	.827	.005	.007	.751
Nivel de estudios	.263	.232**	.000	.198	.175**	.000	.173	.153**	.000
<i>Atención a medios</i>									
Consumo periódicos en papel				.152	.180**	.000	.112	.132**	.000
Consumo TV				.050	.057	.019	.001	.002	.948
Consumo radio				.029	.037	.155	-.002	-.003	.917
Consumo periódicos digitales				.144	.176**	.000	.079	.096**	.000
Seguimiento de redes sociales							.363	.333**	.000
<i>R</i> <sup>2</sup>		.078			.191			.273	
$\Delta R^2$		.078			.113			.082	

Nota: N=1750. \* $p < .05$ . \*\* $p < .01$

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 6. Variables explicativas de la PPOffline**

Variable	Modelo 1			Modelo 2			Modelo 3		
	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>	<i>B</i>	$\beta$	<i>SE B</i>
Género	-.106	-.058	.018	-.095	-.052	.028	-.074	-.040	.080
Edad	-.008	-.129**	.000	-.009	-.140**	.000	-.007	-.103**	.000
Nivel Socioeconómico	.015	.021	.414	.015	.022	.377	.016	.023	.331
Nivel de estudios	.114	.103**	.000	.067	.061	.010	.048	.043	.059
<i>Atención a medios</i>									
Consumo periódicos en papel				.174	.209**	.000	.143	.172**	.000
Consumo TV				.041	.048	.061	.004	.005	.857
Consumo radio				-.001	-.001	.979	-.024	-.031	.237
Consumo periódicos digitales				.073	.091**	.000	.023	.029	.258
Seguimiento de redes sociales							.277	.260**	.000
<i>R</i> <sup>2</sup>		.030			.107			.157	
$\Delta R^2$		.030			.077			.050	

Nota: N=1750. \**p* < .05. \*\**p* < .01

Fuente: Elaboración Propia

Algunas de las conclusiones previas que se obtuvieron de estos dos modelos ayudan a confirmar los efectos amplios del uso de las redes sociales en quienes participan políticamente de manera online, a diferencia de quienes lo hacen offline. Por tanto, el uso de estas redes sociodigitales a través de Internet, tendría efectos reales en la PP; podemos considerar entonces que los ciudadanos mexicanos son más propensos a participar si utilizan sus redes sociales en torno a la política.

### 3.2 Metodología Cualitativa

Sampieri (2018) menciona que, a diferencia del muestreo cuantitativo, en el muestreo cualitativo no hay una etapa específica en la cual se elabore, este puede ocurrir en cualquier momento y la definición del muestreo puede sufrir cambios. Debido a la naturaleza cualitativa de la investigación, el muestreo se centra en los casos que interesan al tema y donde encontrarlos, más que pensar en un grupo poblacional.

De esta manera, el muestreo que se realizó para esta investigación fue de tipo exploratorio y tomó en cuenta la capacidad operativa de recolección y análisis de acuerdo al tiempo considerado para la elaboración de los grupos de enfoque. Se utilizó un muestreo por caso-tipo para recolectar información de un grupo en específico, en este caso, de ciudadanos mexicanos con edades entre los 18 y 29 años. Esta población es la señalada en la problematización de este estudio, que busca explorar la relación de habitantes mexicanos en edad de votar, con la participación política online y offline. Además, se tomó en consideración que tuvieran acceso a Internet y un uso regular de redes sociales.

La muestra (N) estuvo conformada por 10 personas, de ambos sexos, divididos en dos grupos de enfoque, se realizó este muestreo por conveniencia, la cual define Sampieri (2018) como aquellos casos disponibles en los que el investigador tiene acceso fácilmente. La muestra realizada se llevó a cabo tomando en cuenta el fácil acceso de los investigadores para conseguir personas dispuestas a participar en un grupo de enfoque.

### **Cuestionario y Justificación**

SECUENCIA DE PREGUNTA	OBJETO A INVESTIGAR	CLASES Y ESTRATEGIAS	PREGUNTAS
Preguntas fáciles	Redes sociales	Antecedentes	¿Qué tan frecuente usan las redes sociales? ¿Por qué? ¿Para qué?



Preguntas complejas	Redes sociales y participación política	Experiencia	¿Utilizan ustedes las redes sociales para participar en situaciones de política? ¿Cómo?
Preguntas sensibles	Participación offline	Opinión	¿Qué otras formas de participación política se llevan a cabo en el mundo fuera de línea?
Preguntas sensibles	Participación online	Opinión	¿Influye de alguna forma en la sociedad usar las redes sociales para participar políticamente?
Preguntas de cierre	Participación online vs offline	Sentimientos	¿Hoy en día, sienten que es mejor participar en actividades políticas en las calles, ciudad, fraccionamiento, o a través de las redes sociales?

Preguntas de cierre	de Participación online vs offline	Opinión	¿Qué permite hacer el uso de redes sociales para fines políticos, que no puedes hacer a través de medios tradicionales?

El propósito del cuestionario de estos grupos focales fue el obtener respuestas que ayuden a contestar las preguntas de investigación a través de las experiencias de los habitantes mexicanos en torno a su participación política. Se tomaron en cuenta también las recomendaciones sugeridas por Sampieri (2018) para la realización del cuestionario y su posterior aplicación a los participantes.

Grinnell (1997) citado por Sampieri (2018) considera cuatro clases de preguntas, de las cuales las preguntas generales parten de planteamientos globales (disparadores) para dirigirse al tema que interesa al entrevistador. De esta manera consideramos empezar con una pregunta abierta sobre el uso de las redes sociales antes de tocar el tema político para sentar las bases del enfoque grupal. Antes de finalizar el grupo de enfoque, también se

utilizó una pregunta de contraste, al mencionar cuáles serían las ventajas de una forma de participación contra la otra y viceversa. De esta manera los participantes mencionaron diferencias entre los tópicos haciendo un ejercicio comparativo entre ambos. Además, dentro de los tipos de preguntas que menciona Mertens (2005) la investigación se enfocó en las de opinión y expresión de conocimientos en torno al uso político de las redes sociales y en las de antecedentes, en cuanto a su participación política tanto *online* como *offline*.

### **3.2.1 Focus group**

Dentro de las investigaciones académicas de tipo cualitativo, se utiliza para recoger información el “focus group” o grupo de enfoque, definido como una “técnica de investigación social que privilegia el habla, cuyo propósito radica en propiciar la interacción mediante la conversación acerca de un tema u objeto de investigación, en un tiempo determinado, y cuyo interés consiste en captar la forma de pensar, sentir y vivir de los individuos que conforman el grupo” (Álvarez-Gayou, 2003, pp. 132-133).

Debido a que esta técnica arroja mucha información, se decidió recurrir para esta investigación a la “reducción de datos”, explicada por Rodríguez, G. et al. (1996), entendiendo esta como la “selección de la información para hacerla abarcable y manejable” (p. 205). Esta reducción se aplicó de manera anticipada, al focalizar y delimitar las preguntas que se aplicarían en el *focus group*. A la vez, se “descartó y seleccionó para el análisis parte del material informativo recogido, teniendo en cuenta criterios teóricos”, realizando la codificación y categorización de la información para encontrar elementos más manejables y que permitieran establecer relaciones y sacar conclusiones (p, 206), empleando el programa “QDA Miner Lite”. Para la segmentación, se utilizaron criterios temáticos, considerando segmentos en conversaciones que hablan de un mismo tema, y

criterios sociales, considerando sujetos que ocupan un mismo rol social, en este caso el de ciudadanos mexicanos. (p.207).

En esta investigación se realizaron dos grupos de enfoque de tipo exploratorio, el primero conformado por 5 ciudadanos, y el segundo también conformado por otros 5 ciudadanos, acorde a lo recomendado por Álvarez-Gayou (2003), quien menciona que “suele trabajarse con grupos de entre cuatro y seis personas, debido a la comodidad y a la velocidad de obtención de resultados” (p.133), sumando un total de 10 participantes, quienes cumplían con la edad promedio de entre los 18 y los 29 años, todos ellos de nacionalidad mexicana, residentes de este país. En el primer *focus group*, se contó con 3 mujeres y 2 hombres, y en el segundo se contó con la presencia de 3 hombres y dos mujeres.

Las dinámicas de ambos *focus group*, se realizaron de manera virtual a través de la plataforma “Zoom”. Cada una tuvo una duración de 1 hora, con la intervención de un moderador, quien se encargó de realizar las preguntas previamente mencionadas. Los participantes fueron seleccionados “sobre terreno”, invitándoles a fuera de plazas y centros comerciales, para conformar el grupo; además se les ofreció al término de la reunión, rifar dos desayunos para los 10 participantes. Cabe mencionar, que los participantes se mostraron agradecidos y conformes con haber podido opinar abiertamente. Durante las sesiones, se les explicó que estas serían grabadas y que el video sería destruido al término de la realización de la investigación y/o publicación de esta investigación. En este trabajo, se mencionan los nombres de los participantes, pero permanecen en resguardo sus apellidos, lugares de trabajo, lugar de residencia y demás datos personales, como parte del acuerdo de esta investigación.

### 3.2.2 Hallazgos del *focus group*

Mediante este *focus group* se buscó conocer en primer lugar, el uso de las redes sociales de los participantes, entendiendo que pueden utilizarlas diversos días a la semana, de manera general, todos informaron que utilizan redes sociales, siendo las dos redes sociales principales “Facebook” e “Instagram”. Los 10 entrevistados, coincidieron en que las emplean diariamente, principalmente con fines comunicativos, informativos y de recreación o esparcimiento:

“Principalmente la uso por entretenimiento y también para enterarme de eventos de otras instituciones, justo como dice Giovani, para el trabajo, pero también como para conocer lugares o marcas mexicanas”. (Katya, 24 años).

“Normalmente las uso para distraerme y a veces igual ver qué es lo que están haciendo los demás, porque los suben o porque a veces yo igual subo lo que hago”. (Tanahiri, 25 años).

Respecto a la participación política a través de las redes sociales, los participantes reiteraron que las utilizan más con fines personales y que no les dan uso para hablar de política, ni tampoco para compartir contenidos que tengan que ver con información política: “Realmente no las utilizo para nada de política, o sea, si me aparecen noticias y cosas tanto de Puebla como de dónde soy, pero realmente no es algo que yo me meta a involucrarme y que yo busque”. (Grecia, 23 años).

Destaca el hecho de que, a pesar de no usarlas ampliamente para participar políticamente, sí reconocen que existe publicidad y publicaciones con fines políticos, aunque no logran reconocer quién o qué organismo o institución es responsable de la publicación de este tipo de materiales:

“Yo tampoco dejo comentarios políticos en mis redes, creo sí me aparecen a veces anuncios, pero no les pongo mucha atención, la verdad”. (Ana Iris, 26 años).

“Yo, la verdad, tampoco le doy su uso político a mis redes sociales, pero si me aparecen anuncios, vídeos, a veces con situaciones que están en el momento y así, y pues no comento, ni comparto, pero pues de manera general te mantienen como un poco informado, pero en realidad no le doy ese uso en mis redes sociales”. (Roberto, 21 años).

“Pues bueno, es que por ejemplo yo, aunque no participo, yo veo muchísimas publicaciones de política, ¿no? Sí, me aparecen bastantes y veo mucha gente que comenta y de repente a mis amigas les mando cosas como de una ciudad y cosas así que veo y como que sí lo platicamos, como el hecho de que estamos inconformes o cosas así”. (Tanahiri, 25 años).

Respecto a si participar políticamente a través de las redes sociales ejerce algún tipo de influencia en la sociedad, consideraron que éstas influyen principalmente como un medio de comunicación que es ocupado por amplios sectores de la población, y que puede ser de carácter local, nacional o internacional, sin ningún costo y con acceso abierto a cualquier tipo de persona que tenga mayoría de edad y que cuente con algún dispositivo móvil e internet.

“Yo siento que ahorita literal, las redes sociales es el medio de comunicación súper fuerte, ¿no? Y cualquiera, Twitter, Facebook, Instagram, todo lo que sea, entonces la verdad siento que sí.” (Giovanni, 25 años).

“Yo igual creo que sí influye, porque en general las redes sociales las ocupan la mayoría de la gente, hasta adultos”. (Joaquín, 18 años).

Respecto a la participación política de tipo offline, los entrevistados reconocen principalmente tres acciones: la primera, es el voto, la segunda ir a marchas y la tercera

asistir a reuniones o campañas políticas. De estas tres, el voto es la más mencionada y la que más fácilmente se reconoce como una forma de participación política.

“Sí voy a votar, pero por ejemplo a la ciudad en donde vivía, Ensenada, porque mis papás me llevaban, o sea, de que me obligaron a ir a votar, pero no era tanto como que yo quisiera y ya ahorita que estoy viviendo sola, así es como que era verdad, no, no me he puesto a investigar cómo de nada ni nada, entonces es más como que lo único que he hecho es votar y porque mis papás me obligan” (Grecia, 23 años).

“Siento que fue igual, participas en las votaciones, en nuestro caso fue porque al menos mi papá era el que me llevaba, me decía que tienes que ir a votar, entonces no es como que uno esté realmente interesado. Pero, básicamente te puedo decir que te obligan a ir a cumplir con ese deber porque te lo manejan como un deber” (Tanahiri, 25 años).

Respecto a la participación política online, los entrevistados consideraron que es mucho más cómodo, fácil y accesible, que el hacerlo de manera presencial. De igual forma, coincidieron en que tiene la misma importancia y el mismo efecto, aunque las generaciones jóvenes prefieren hacerlo de manera online, mientras que los adultos prefieren la participación offline. También, afirman que el alcance de la participación política online es mayor que la de la offline, ya que todo mundo tiene acceso a las redes sociales y estas llegan a millones de personas. De la misma forma, se menciona de manera constante que las redes sociales tienen varias características como la “viralidad”, lo que hace que los contenidos se puedan reproducir miles de veces impactando de manera importante en los usuarios.

“Por lo menos en mi generación, hacerlo por redes sociales a lo mejor tiene un poquito más alcance, porque pues, por ejemplo, mis amigas pueden ver que yo estoy participando y que ven que publique algo que comenté algo y realmente a veces si vas a

una marcha algo, si no subes una foto o no solo una foto, pues a veces las personas no se van a enterar”. (Roberto, 21 años).

“Yo opino que las dos son muy buenas, no siento que una sea mejor que otra. Yo creo que sólo dependería de la generación que te quieras dirigir, o sea, mi generación bueno, nuestra generación impacta un poco más las redes sociales, pero siento que en generaciones como mis papás les impactaría más el ir a marchar, alzar la voz ahí, pero yo creo que igual depende cómo con quién te quieras dirigir”. (José Juan, 28 años).

Como elemento adicional, al momento de las conclusiones, los entrevistados asociaron a la política con la corrupción, lo que los aleja de la misma, afectando así su participación política, tanto de manera online, como de manera offline. Esta variable no había sido considerada en la investigación, pero resulta de interés por sus efectos directos en la participación. A pesar de que estos reconocen su baja participación, están ciertos de que deberían existir incentivos que los alienten a participar más y con información disponible para su grupo de edad.

“Cuando pensamos los jóvenes en política muchas veces lo asociamos con cosas negativas y quisiéramos dejar ver cosas negativas de la política para participar más”. (Grecia, 23 años).

“Yo creo que es importante que los jóvenes sigan participando en la política y creo que a pesar de que no hay tantos incentivos para participar, me refiero al contexto social, político, creo que eso justo hace que participemos más. Yo creo que sí estamos participando cada vez más de alguna u otra forma, sobre todo a través de las redes sociales”. (José Juan, 28 años).

De esta forma, podemos concluir que la aparición de las redes sociales ha generado diversas hipótesis en torno a sus usos y funciones. Desde la ciudadanía, han sido vistas



como medios de comunicación propios, capaces de influir de diversas maneras en la opinión pública y actualmente se relacionan ampliamente con el fenómeno de la participación política, la cual también es analizada desde actividades presenciales siendo la más analizada el voto.

Esta investigación planteó entre sus objetivos determinar el rol que juega la participación política online y offline en los ciudadanos, así como sus motivaciones y sus prácticas, y si estos encuentran una relación entre ambos tipos de participación política. En este sentido, el trabajo se centró en el análisis de los elementos que se presentan en los grupos de enfoque, en forma de ejes en el discurso de los participantes, lo que permite dar respuesta a las preguntas de investigación.

Tomando en cuenta este objetivo, la evidencia obtenida deja en claro el amplio uso de las redes sociales en la población, el cual, en todos los casos, llega a ser “diario”. Lo que significa que no existe un día de la semana que los ciudadanos no naveguen este tipo de páginas y aplicaciones. Empero, estos las utilizan más con fines comunicativos (hablar con amigos, dejar mensajes, expresar opiniones entre amistades), informativos (leer noticias) y de entretenimiento o diversión (ver cosas generalmente que son divertidas). Así, los usuarios ven a las redes sociales una herramienta de comunicación muy útil, pero también como una herramienta discursiva propia, que les brinda un espacio de expresión sobre todo en temas sociales.

Durante la sesión, también fue cuestionada la participación política online de los participantes, así como sus motivaciones y prácticas. Se destaca el notorio señalamiento de no utilizar las redes sociales con fines políticos. Se menciona la aparición de publicidad política a pesar de que se reporta no hacer nada con esa información. También se señaló el seguimiento indirecto de noticias relacionadas con acontecimientos de la ciudad en la que residen y su socialización política por medio de compartir dichas noticias con familiares

y amigos. No obstante, el análisis cualitativo realizado permitió mostrar la presencia del uso político de redes sociales y una participación online, a pesar de que los participantes habían expresado previamente no realizar estas actividades. Esto se debe a que, al hablar de participación política, los usuarios entrevistados tienden a pensar principalmente a acciones de campaña política y propaganda, sin tomar en cuenta otras formas de participación no convencional.

También queda de manifiesto que la población considera más fácil utilizar las redes sociales para participar políticamente, que el hacerlo de manera presencial, en este aspecto, se identifica el voto, las marchas, y asistir a campañas y eventos políticos, como las actividades propias de la participación política. Cabe señalar que en las respuestas no fueron expresados elementos de la participación online, como puede ser: comentar una publicación de algún político o partido, darle *like* a contenido político, replicarlo o compartirlo, publicar opiniones políticas o manifestar ideas y pensamientos políticos. En ese sentido, se manifestó que tanto la participación política online como offline, son igual de importantes, pero no se establecen claramente diferencias entre ambas.

En cuanto al tema del voto, los participantes refieren haber sido muchas veces obligados a votar por su familia; no obstante, se observa que quienes pertenecen a familias más participativas políticamente hablando, se consideran personas participativas en diversos aspectos, como son ir a una marcha, o asistir a reuniones y manifestaciones públicas. En otro punto, el concepto de política no es visto como algo positivo, sino como una actividad relacionada con la corrupción. Aun así, los entrevistados refieren la necesidad de “poder hacer cambios en la política para mejorar la forma en que se realiza en México”. Cabe destacar que durante la ronda de preguntas y respuestas nunca se mencionó el concepto de democracia, pero otro término que fue arrojado fue el de participación ciudadana, el cual es confundido con participación política, y del que se

refiere, tiene relación con cualquier actividad, desde preocuparse por la seguridad de tu ciudad, hasta el hacer algo en favor del cuidado del medio ambiente.

De esta forma, la participación política, tanto offline como online, es vista como un concepto lejano a los ciudadanos, a la vez que las redes sociales son claramente usadas con otros fines, lo que apoyaría la hipótesis de que estas no son usadas con fines políticos por ciudadanos con capacidad de voto, pero sí pueden llegar a representar un medio para comenzar a participar políticamente.

#### **4. Conclusiones**

Durante la aparición de Internet hace exactamente 40 años, se vislumbraron en este nuevo medio de comunicación e información, un sinfín de usos tecnológicos e informativos, que sin duda han sido coadyuvantes de la democracia. Actualmente su uso nos permite diariamente a millones de usuarios el acceso de manera inmediata a información ilimitada (cierta o falsa, es objeto de otro debate), lo que consolidó a la *World Wide Web*, como el punto neurálgico de la llamada sociedad de la información, siendo hoy día el gran repositorio donde se encuentra mucho del conocimiento producido por la humanidad en los últimos años, disponible a tan solo un click desde computadoras y más recientemente en dispositivos móviles.

Después de su aparición, los internautas y usuarios de todo el mundo y por supuesto de México, tuvieron acceso de manera gratuita e ilimitada no solo a bibliotecas de conocimiento, videos, mapas, imágenes, sonidos, grabaciones, música, libros digitales, y otros formatos informativos, sino que además, pudieron producir y crear contenidos diversos, principalmente a través del *social media*, o redes sociales, lo que convirtió a los usuarios pasivos de los medios de comunicación de masas del siglo XX, en internautas interactivos en el siglo XXI.

El Internet, y en específico las redes sociodigitales, permitieron que ciudadanos pudieran participar en política en diferentes niveles. Fue gracias a estos medios digitales que los usuarios hoy en día expresan ideas políticas (publican ideas, memes y comparten contenidos), a la vez que obtienen información política, muchas veces sin el afán de buscarla e incluso, sin que sea de su interés. Entendiendo estos nuevos avances tecnológicos, este estudio pretendió explorar cómo el Internet, principalmente el uso de las redes sociales, se relaciona con la PP, en sus modalidades online y offline, considerando que actualmente dichas redes “ofrecen un nuevo espacio para la participación política y un medio de expresión con nuevas implicaciones”, como refieren Rodríguez-Estrada, et al. (2020).

Desde el principio de la investigación, se tuvo en consideración el hecho de que los mexicanos son usuarios constantes de Internet y de redes sociales, lo que podría afectar de igual manera, o en mayor o menor grado, la forma en que participan políticamente en el mundo real (offline), y la manera en que lo hacen en el mundo online. Aunque se podría decir que el estado del arte apuntaba al hecho de que las redes solo refuerzan la participación de quienes ya son activos políticamente, y tal vez no serían una herramienta para la participación más allá del voto durante los procesos electorales, también se encontraron posturas que hablan de una relación positiva entre el uso de los medios digitales y la participación política de los usuarios (Boulianne, 2018). Además, se buscó determinar si los mexicanos las utilizan realmente para fines políticos, o si existen otros usos más significativos para el usuario mexicano, alejados de la política y cercanos al infoentretenimiento y la diversión.

También resultaba de importancia saber si la participación política online y offline, junto con el consumo de noticias en medios tradicionales y digitales, generaba algún cambio en dichas variables dependientes, y sobre todo conocer si al incluirse el seguimiento de redes sociales, se podría hablar de mayor o menor participación política

fuera o dentro de línea. Esta investigación pretendió responder a estas interrogantes a través de una metodología mixta, que permite conocer la opinión de usuarios mexicanos de redes sociales en torno al concepto de la participación política y cómo la ejercían a través de estos medios digitales, o de forma tradicional offline. Una vez que se tuvieron los hallazgos cuantitativos, se procedió al diseño y aplicación de la metodología cualitativa, para así ampliar conceptos que pudieran explicar de manera más representativa la relación entre dichas redes y la PP online y offline, así como los usos de estas redes sociales en ciudadanos mexicanos en torno a la política.

Las hipótesis planteadas en la investigación partieron de la consideración de que existe una relación significativa entre el uso de las redes sociales de ciudadanos mexicanos y la participación política, principalmente en sus modalidades online, por encima de la modalidad offline. De esta manera se estableció como primera hipótesis (H1) que “el uso de redes sociales incrementa la participación política online más que la participación política offline”. Como segunda hipótesis (H2), se planteó que “el uso de redes sociales incrementa la participación política offline más que la participación online” y finalmente la tercera hipótesis (H3) consideraba que “el uso de redes sociales incrementa de manera similar la participación política offline, que la participación online”.

Para resolver estas preguntas, se decidió recurrir a un análisis cuantitativo utilizando la base de datos de la “Encuesta cultura política 2021”, por lo que se realizaron dos análisis estadísticos. En el primero, siendo la variable dependiente la PP online, se utilizaron las variables explicativas género, edad, nivel socioeconómico y nivel de estudios en un primer modelo. Al segundo modelo fueron añadidas las variables de control consumo de periódicos en papel, consumo de TV., consumo de radio, consumo de periódicos digitales y finalmente en el tercer modelo se usaron las anteriores, junto con la variable seguimiento de redes sociales.

En el segundo análisis, se utilizaron exactamente las mismas variables explicativas, pero utilizando la variable dependiente PP offline. De esta manera se logra corroborar la primera hipótesis, ya que se pudo determinar que, el uso de redes sociales tiene mayor efecto en la PP online (.333\*\*), que el que tiene en la PP offline (.260\*\*), lo que soporta los hallazgos de autores que encontraron una relación positiva entre el uso de las redes sociales y la participación política (Boulianne, 2015) y el hecho de que estas suman a la participación ciudadana (Getachew y Besha, 2019).

La investigación confirma que los usuarios de Internet, y en específico quienes usan dichas redes, participan más políticamente en la forma online, lo que descarta la H2 y la H3. No obstante, también destaca el hecho de que en ambos modelos la edad, el nivel de estudios, y el consumo de información en periódicos y medios digitales, son representativos de los usuarios con mayor PP política, siendo la modalidad offline la que se asocia más con estas variables.

En conclusión, podemos afirmar que se responde de manera afirmativa la pregunta de investigación de que el uso de redes sociales incrementa la participación política online en México, pero a la vez tiene también se confirma un efecto, aunque menor, en la participación política offline. Sin embargo, el análisis cuantitativo nos permitió determinar que a pesar de que los ciudadanos navegan por internet y utilizan sus redes sociales diariamente, estos prefieren usarlas principalmente con fines de entretenimiento, diversión y para informarse, más que para expresar opiniones políticas.

Para complementar el análisis cuantitativo, se realizó la aplicación de entrevista a dos grupos focales, esto, con el objetivo de comprender a mayor profundidad cuál era el sentir de mexicanos respecto al uso de sus redes sociales y conocer cómo se entendía a la PP al realizarla fuera o dentro del mundo digital. Así, la participación política online fue identificada durante la entrevista grupal como aquella que realizan más los jóvenes que las

personas adultas, esto precisamente gracias al uso de las redes sociales, y a que a este grupo de edad se le facilita utilizarlas, o prefiere invertir mucho de su tiempo en ellas.

Sobre la manera en que influye el uso de las redes sociales dentro de la participación política de ciudadanos mexicanos, se considera en primer lugar la facilidad de participar políticamente a través de medios digitales, a diferencia de asistir a eventos políticos, mítines o marchas, donde se invierte tiempo y dinero y además existe peligro físico; los entrevistados destacaron el hecho de que todo mundo tiene acceso a estas redes, que llegan a millones de personas, y en ocasiones el fenómeno de la viralización es de mayor impacto que cualquier otro fenómeno comunicativo político, de ahí que su uso en política es necesario para quienes la practican.

Sobre la pregunta de investigación ¿Cómo utilizan los mexicanos sus redes sociales en temas de política?, se responde que son usadas principalmente para la participación política online. Por otro lado, aunque los usuarios prefieren su uso con otros fines más cercanos al entretenimiento, aseguran estar inmersos en información política, recibirla y compartirla, como parte de sus actividades en el *socialmedia*, confirmando los hallazgos de Knoll et al. (2020), quienes explicaban que, a través de las redes sociales, los ciudadanos se exponen a información política tanto de manera incidental, como de manera intencional. Sin embargo, también se menciona en las entrevistas que la política es uno de los temas mal vistos aún en México debido a la corrupción, y que el uso político de las redes no es el preferido, ni el más utilizado por mexicanos.

Este trabajo ha permitido corroborar lo expuesto por otros autores, quienes han dedicado sus esfuerzos a ahondar sobre el futuro del Internet y el uso de los medios digitales y redes sociales, como herramientas que coadyuvan a la participación política, en diversos países del mundo (Boulianne, 2015; Dahlgren, 2015; Sung y Jang, 2020); donde las nuevas formas de participación online, generan mayor compromiso político y el Internet

amplía la acción política, brindando un mayor alcance a la participación política (Ruess et al. (2021). Los hallazgos ayudan a confirmar que el uso de redes sociales incrementa la PP online, más que la offline, por lo que podemos considerar que la “red de redes”, incrementa los niveles de participación política (Davis, 1999; Hill y Hugles, 1998; Norris, 2001), además de que las redes sociales permiten eliminar barreras para la PP (Schradie, 2015) y también el hecho de que el consumo de noticias a través de periódicos, tv. e internet, también está relacionado positivamente con la participación política (Bakker y de Vreese, 2011).

Respecto a la teoría analizada, el hecho de que las redes sociales amplíen la participación política online confirma la denominada tesis de la movilización (Norris, 2001), la cual manifiesta que gracias a los medios digitales y las nuevas tecnologías, nuevos grupos son capaces de participar en política; aunque es importante resaltar que muchas personas expuestas a este tipo de información, podrían estar consumiendo información política sin tener intenciones de participar activamente.

Durante el planteamiento teórico de esta investigación, se mencionaron cuatro modelos para explicar la relación entre la PP offline y la online la hipótesis de la reciprocidad, la hipótesis *spillover* (o de desbordamiento), la hipótesis de la independencia y la hipótesis *gateway* (puerta de acceso) (Kim et al. (2017). Los hallazgos de este trabajo permiten corroborar que efectivamente se debe analizar ambos tipos de participación de manera independiente, y que es posible analizar la forma en que se relacionan; sin embargo, de manera teórica, la hipótesis *gateway* es la que más se adecúa a esta investigación, ya que podemos considerar que quienes participan políticamente de manera online, se empoderan para participar más a través de las redes sociales, las cuales les brindan algunas facilidades por encima del asistir a manifestaciones, reuniones, y reuniones partidistas, tal y como se mencionó en el *focus group* aplicado, donde los usuarios ponderan elementos como: “cómodo”, “fácil”, “accesible”, “mayor alcance” y “viralidad”, en el uso de los medios digitales a través del Internet para participar en política.



La hipótesis *gateway* refiere que las personas que desarrollan sus habilidades de participación de manera online, participan más activa y físicamente, por lo que la participación política online, deriva en la participación política offline, como se mencionó en el marco teórico.

La literatura que analiza los usos políticos de Internet, se ha dividido como se ha mencionado al principio, entre quienes ven en este medio de comunicación y en sus distintas formas (redes sociales), la consolidación de herramientas que permiten a los usuarios reforzar su participación política, generando opiniones, contenidos y siendo parte de discusiones que pueden ser causa de movilizaciones, marchas, protestas y otros tipos de participación política no tradicional, pero también, permiten que los usuarios contemplen el uso de estas herramientas para fomentar la PP política tradicional fuera de línea, como es el caso de difundir ideologías políticas, la asistencia a eventos políticos, la difusión de opiniones políticas e inclusive el convocar al voto.

Este trabajo, coincide con la idea de que el Internet permite generar compromiso político en los usuarios, ya que además ayuda a “activar” a quienes están interesados en la política, o de cierta manera predispuestos, lo que coincide con las propuestas de Bimber (1999) y Milbrath (1981). De forma similar, los hallazgos se relacionan con los de Bakker y De Vreese (2011), quienes encontraron que el consumo de noticias en periódicos, televisión e internet, está positivamente relacionado con la participación política. Las redes sociales además, influyen en la política y crean oportunidades para aumentar el conocimiento político (Calderaro, 2018; Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., y Kwak, N.,2005), como se mencionó al principio de este trabajo.

Por otro lado, cabe mencionar que algunas de las limitaciones de esta investigación tienen que ver principalmente con la parte de la metodología cualitativa, ya que, aunque las entrevistas grupales tuvieron características de tipo exploratorio, el número de participantes fue reducido, por lo que es necesario considerar utilizar un número mayor de grupos

focales, así como poder ahondar de manera más concreta en las respuestas emitidas por los participantes.

De igual forma, los entrevistados reconocieron durante las preguntas la diferencia entre participación política online y offline, pero existe una clara confusión entre los conceptos de participación política y participación ciudadana, los cuáles fueron interpretados como iguales, a pesar de que el moderador hizo énfasis brevemente en las diferencias y alcances de ambos conceptos, en donde la principal diferencia estriba en que la participación ciudadana no siempre está relacionada con la política, sino que puede ser enfocada a otro tipo de actividades como el altruismo, por ejemplo.

Otra limitante a considerar fue que existen pocos trabajos de investigación enfocados en la PP online y offline en México, país donde se realizó este análisis, por lo que la mayoría de los planteamientos provienen de investigadores pertenecientes principalmente a Norteamérica y Europa. El estado del arte en Latinoamérica y México, cuenta con pocos trabajos, pero a pesar de lo anterior, estos análisis y algunos datos estadísticos, como los proporcionados por Latinobarómetro, brindaron algunas bases para desarrollar la investigación, más no así la existencia de teoría enfocada a este fenómeno en México, ya que en su mayoría se trata de investigaciones de tipo empíricas.

Además, es necesario considerar otras variables independientes de importancia para el compromiso político y la participación política, y replantear el entorno digital en el que se desenvuelven los entrevistados en la parte cuantitativa, ya que un elemento clave de la PP online, podría relacionarse con la experiencia que tienen los usuarios en Internet, es decir, qué tan relacionados están con el uso de tecnología y su acceso a Internet, ya que aún existen brechas de desigualdad en México entre quienes tienen, y quienes no tienen acceso a la web, considerando además que la falta de participación política en el país, no necesariamente debe interpretarse como apatía, ya que “no todas las formas de

participación o, para el caso, de falta de participación política son iguales y las diferencias merecen ser estudiadas con mayor consideración” (Somuano y Nieto, 2020, p. 55)

De igual importancia será necesario, en próximos trabajos, continuar con la elaboración de metodologías cuantitativas y cualitativas que permitan conocer los intereses del mexicano en participar políticamente tanto en modalidades tradicionales como no tradicionales, pero considerando además la probabilidad de que en un futuro el llamado voto electrónico (*e vote*) pudiera convertirse en una realidad. Esto sin duda sería significativo para investigadores que ven en el mundo digital, una nueva oportunidad de seguir participando activamente en temas de índole política y social.

En futuras investigaciones, deberá considerarse también la manera en que los jóvenes participan en política en México, y la relación entre el uso, no solo de redes sociales como lo son Facebook, Twitter y Whatsapp, sino considerar la incorporación de redes sociales que han permeado también en la información política como son Tiktok e Instagram. Medir los efectos de estos medios en la participación, también brindará nuevos conocimientos de interés académico, pero también para quienes se desempeñan en la consultoría política, la elaboración de campañas digitales y en general, para los expertos en marketing político y opinión pública.

Comprender la influencia de los medios digitales en la participación política en México, deberá analizarse más allá de dar *like* a un contenido, compartirlo, firmar una petición en línea, realizar una donación en línea a un partido, contactar a un candidato a través de sus redes sociales, o apoyar un hashtag o una tendencia en redes sociales. Otras acciones y variables como el compartir memes políticos, participar en foros virtuales, escuchar podcasts políticos, y escribir en blogs o páginas políticas, podrían incorporarse también a las mediciones.

El mundo digital continuará avanzando a pasos agigantados, al tiempo que se buscarán nuevos canales de comunicación e información para la política. En especial, en el ámbito de las redes sociales, la mensajería instantánea y el mundo de la inteligencia artificial, los indicadores de compromiso político y participación política continuarán siendo de interés para la investigación académica.

En este futuro no tan lejano, se vislumbra la permanente división del mundo online y offline, donde lo virtual y lo digital parecen ganar espacio frente a las actividades en el mundo real. Será de trascendencia para futuras investigaciones entender las nuevas posibilidades que arroja la participación online, sobre la participación offline, y los efectos del llamado “voto electrónico” (*e-vote*) en las democracias mundiales, gracias al uso de tecnologías más sofisticadas, las cuales serán capaces de reconfigurar los conceptos de participación política y compromiso político, en el nuevo mundo digital del cibernauta mundial y de las democracias en línea.

## Referencias

- Anduiza, E., Contijoch, M., Gallego, A. y Salcedo, J. (2010). *Internet y participación política en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado de <http://libreria.cis.es/static/pdf/OyA63a.pdf>
- Barnes, S.H. y Kaase, M. et al. (1979). Political actions: mass participation in five western democracies. DOI: 10.2307/2130389
- Bakker, T. y de Vreese, C. (2011). Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation. *Communication Research*, 38(4), 451–470. doi:10.1177/0093650210381738
- Bimber, B. (1999). The Internet and citizen communication with government: does the medium matter? *Political Communication*, 16(4), 409-428. Doi: <https://doi.org/10.1080/105846099198569>
- Bimber, B. y Copeland, L. (2013) Digital Media and Traditional Political Participation Over Time in the U.S., *Journal of Information Technology & Politics*, 10:2, 125-137, DOI: 10.1080/19331681.2013.769925.
- Bobbio, N., Matteucci, N., y Pasquino, G. (2007). *Diccionario de Política*. Siglo veintiuno.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. doi:10.1080/1369118x.2015.1008542
- Boulianne, S. (2020). Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation. *Communication Research*, 47(7), 947–966. <https://doi.org/10.1177/0093650218808186>
- Büchi, M., y Vogler, F. (2017). Testing a Digital Inequality Model for Online Political Participation. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*. doi:10.1177/2378023117733903

- Calderaro, A. (2018). Social Media and Politics. En W. Outhwaite y S.P. Turner (Eds.) (2018), *The SAGE Handbook of Political Sociology* (781-796). SAGE.
- Carpini, M. X. D. (2004). Mediating Democratic Engagement: The Impact of Communications on Citizens' Involvement in Political and Civic Life. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 395–434). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Coleman, S. y Freelon, D. (Eds.). (2015). *Handbook of digital politics*. Edward Elgar Publishing.
- Conge, P. J. (1988). The concept of political participation: toward a definition. *Comparative politics*, 20(2), 241-249. <http://www.jstor.org/stable/421669>
- Contreras Padilla, S. O. (2019). Acción colectiva en red y percepción política de cibernautas en México. *Perspectivas de la comunicación*, 12(2), 89-126.
- Corporación Latinobarómetro (2021). *Informe 2021 Adiós a Macondo*. (pp. 1-105) <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>
- Couldry, N. (2015). The social foundations of future digital politics. En Coleman y Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp.35-40). Edward Elgar Publishing.
- Crespo, I., D'Adamo, O., García, V. y Mora, A. (2015). *Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Dader, J. L. (2013). *Democracia mediática*. Recuperado de [https://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php?title=Democracia\\_medi%C3%A1tica](https://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php?title=Democracia_medi%C3%A1tica)
- Dahlgren, P. (2015). The internet as a civic space. En Coleman, S. & Freelon, D. (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp.17-34). EE Publising.
- Davis, R. (1999). *The web of politics. The Internet's impact on the American political system*. Nueva York: Oxford University Press.

De la Garza Montemayor, D. J., & Barredo Ibáñez, D. (2017). Ciberpolítica en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015. *index.Comunicación*, 7(1), 95–114.

<https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/292>

De-la-Garza-Montemayor, D., Peña-Ramos, J., & Recuero-López, F. (2019). Online political participation of young people in Mexico, Spain and Chile. [La participación política online de los jóvenes en México, España y Chile]. *Comunicar*, 61, 83-92.

<https://doi.org/10.3916/C61-2019-07>

De la Garza-Montemayor, D., Pineda, X., Hernández, K. (2020). Movimientos estudiantiles: percepciones sobre la participación política de los alumnos universitarios en Nuevo León, México. <https://revistas.ujat.mx/index.php/perfiles/article/view/3807/2890>

Delfino, G. I. y Zubieta, E. M. (2010). Participación política: concepto y modalidades. *Anuario de investigaciones*, 17, 211-220. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139946011>

Delfino, G., Beramendi, M. y Zubieta, E. (2019). Participación social y política en Internet y brecha generacional. *Revista de Psicología*, 37(1), 195-216. Doi:

<http://dx.doi.org/10.18800/psico.201901.007>

Dimitrova D., Shehata, A., Strömbäck, J., et al. (2014) The effects of digital media on political knowledge and participation in election campaigns. *Communication Research* 41(1): 95–118. Crossref. ISI.

Duarte Moller, A. y Jaramillo Cardona, M. C. (2009). Cultura política, participación ciudadana y consolidación democrática en México. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, XVI, (46), 137-171. <http://www.scielo.org.mx/pdf/espiral/v16n46/v16n46a5.pdf>

Downing, J. D. H. (2003). The independent media center movement. En Couldry y Curran (2003), op. cit., pp. 243-258.

Rodríguez, E., Muñiz, C. y Echeverría, M. (2019). Relación de la participación política online y offline en el contexto de campañas subnacionales. *Cuadernos.info*, (46), 1-23. Doi:

<https://doi.org/10.7764/cdi.46.1712>

- Fearon, J. D. (1998). Deliberation as Discussion. En J. Elster (Ed.), *Deliberative Democracy* (pp. 44–68). Cambridge: Cambridge University Press.
- Flores-Saviaga, C., Howard, P., Monroy-Hernández, A., Savage, S. y Toxtli, C. (2016). Redes sociales, participación ciudadana y la hipótesis del slacktivism: lecciones del caso de “El Bronco”. *Journal of International Affairs*, 70(1), 55-73. Recuperado de <https://www.arxiv-vanity.com/papers/1710.03330/>
- Gibson, R., y Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? *The Journal of Politics*, 75(3), 701–716. doi:10.1017/s0022381613000431
- Gil-de-Zúñiga, H., Jung, N., y Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals’ social capital, civic engagement and political participation. *Journal of computer-mediated communication*, 17(3), 319-336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social Media, Political Expression, and Political Participation: Panel Analysis of Lagged and Concurrent Relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612–634. doi:10.1111/jcom.12103
- Getachew, A., & Beshah, T. (2019). The Role of Social Media in Citizen’s Political Participation. *ICT Unbounded, Social Impact of Bright ICT Adoption*, 487–496. doi:10.1007/978-3-030-20671-0\_33
- Halpern, D., y Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1159–1168. doi:10.1016/j.chb.2012.10.008
- Hill, K. A. y Hughes, J. E. (1998). *Cyberpolitics: citizen activism in the age of the Internet*. Lanham: Rowman and Littlefield.



- Hindman, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ, USA and Oxford, UK: Oxford University Press.
- Hootsuite y We Are Social (2021). *Digital 2021 Global Overview Report*.  
[https://hootsuite.widen.net/s/zcdrtxwczn/digital2021\\_globalreport\\_en](https://hootsuite.widen.net/s/zcdrtxwczn/digital2021_globalreport_en)
- Hootsuite y We Are Social (2021). *Digital 2021: Mexico*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-mexico>
- Iyengar, J. (2001). The method is the message. *Political Communication*, 18(2), 225-229. Doi: <https://doi.org/10.1080/105846001750322998>
- Kim, D. H., y Ellison, N. B. (2022). From observation on social media to offline political participation: The social media affordances approach. *New Media & Society*, 24(12), 2614–2634. <https://doi.org/10.1177/1461444821998346>
- Kim, Y. y Amnå, E. (2015). Internet use and political engagement in youth. En Coleman y Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (pp.221-243). Edward Elgar Publishing.
- Kim, Y., Russo, S., y Amnå, E. (2017). The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. *New Media & Society*, 19(6), 899–917. <https://doi.org/10.1177/1461444815624181>
- Klesner, J. L. (2003). Political Attitudes, Social Capital, and Political Participation: The United States and Mexico Compared. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 19(1), 29-63.  
Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/10.1525/msem.2003.19.1.29>
- Knoll, J., Matthes, J., & Heiss, R. (2018). The social media political participation model. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 135485651775036. doi:10.1177/1354856517750366
- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegenthart, R. y de Vreese, C. H. (2014). Unraveling the effects of active and passive forms of political Internet use: Does it affect citizens' political involvement? *New Media & Society*, 16(6), 903–920.  
<https://doi.org/10.1177/1461444813495163>

- Latinobarómetro (2020). Las redes sociales en la política. *Análisis online, México*.  
<https://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Lee, S. (2019) Connecting social media use with gaps in knowledge and participation in a protest context: the case of candle light vigil in South Korea. *Asian Journal of Communication* 29: 111–127
- Lee, S. y Xenos, M. (2022). Incidental news exposure via social media and political participation: Evidence of reciprocal effects. *New Media & Society*, 24(1), 178–201.  
<https://doi.org/10.1177/1461444820962121>
- Milbrath, L. W. (1981). Political participation en S. L. Long (ed.), *The handbook of political behavior*. Plenum Press .
- Martí, S. (2012). Ciudadanía y cultura política en México a dos sexenios de la alternancia. *Foro Internacional*, 52(4), 864-884. Recuperado de  
<https://forointernacional.colmex.mx/index.php/fi/article/view/2125/2115>
- Merino, M. (2019). *La participación ciudadana en la democracia*. INE. <https://raep.com.mx/wp-content/uploads/2021/01/LA-PARTICIPACION-CIUDADANA.pdf>
- Muñiz, Carlos; Echeverría, Martín (2020). “Efectos del framing en diseños de realismo experimental. Consumo de encuadres y compromiso político en la campaña electoral mexicana de 2018”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290613.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.13>
- Muñiz, C., & Echeverría, M. (2022). Presentación: Medios y compromiso político. El papel de la comunicación en el fortalecimiento cívico. *Comunicación y Sociedad*, 1-21.  
<https://doi.org/10.32870/cys.v2022.838>

- Muñiz, C., Téllez, N. M. y Saldierna, A. R. (2017). La sofisticación política como mediadora en la relación entre el consumo de medios y la participación ciudadana. Evidencia desde el modelo O-S-R-O-R. *Communication & Society*, 30(3), 255-274. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/43936/1/17.pdf>
- Lupion, B., Meyer-Resende, M. y Schmuziger Goldzweig, R. (2019). *Social Media Monitoring During Elections. Cases and Best Practice to Inform Electoral Observations Missions*. Open Society Foundations. Recuperado de <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/social-media-monitoring-during-elections-cases-and-best-practice-to-inform-electoral-observation-missions>
- Margolis, M. y Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace 'Revolution'*. Thousand Oak: Sage.
- Milbrath, L. W. (1981). Political Participation. *The Handbook of Political Behavior*, 197–240. doi:10.1007/978-1-4684-3878-9\_4
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: How Not to Liberate the World*. Londres: Allen Lane.
- Muñiz, C., y Meza, J.L., (2022). Prácticas comunicativas, actitudes y comportamientos políticos en México. Estudio comparativo entre las elecciones federales de 2018 y 2021. En Carlos Muñiz (Coord), *Comunicación y compromiso político* (pp.31-71). Ed. Tirant Humanidades.
- Navarrete, J.P. (2008). “Sistema político mexicano: desarrollo y reacomodo del poder”. Iberoforum. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 3, 131-148. <http://www.redalyc.org/articulo. oa?id=211015582008>
- Nie, N. H., Verba, S. y Kim, J. (1974). Political participation and the life cycle. *Comparative politics*, 6(3), 319-340. <http://www.jstor.org/stable/421518>
- Nieto, F., y Somuano, F. (2020). Participar o no participar: análisis tipológico de la participación ciudadana de los mexicanos. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 40(1), 49-72. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020000100049>

- Nohlen, D. y Schultze, R. O. (2006). *Diccionario de Ciencia Política, tomo II*. México: Porrúa.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press. Doi: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139164887>
- Pastrana-Valls, A. (2017). Values, Attitudes, and Political Participation in Mexico. *Palabra Clave*, 21(3), 673-709. doi: 10.5294/pacla.2018.21.3.3
- della Porta, D., y Mosca, L. (2005). Global-Net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements. *Journal of Public Policy*, 25(1), 165–190. Doi: <http://doi.org/10.1017/S0143814X05000255>
- Peschard, J. (1998). Ciudadanización y participación política en México. En F. Serrano Migallón (Ed.), *Homenaje a Rafael Segovia*. México: El Colegio de México. doi: <https://doi.org/10.2307/j.ctv3f8pnn.15>
- Price, V. y Cappella, J. N. (2002). Online Deliberation and Its Influence: The Electronic Dialogue Project in Campaign 2000. *IT & Society*, 1(1), 303–329.
- Rivero, A. (2009). Representación política y participación. En Del Águila, R. (Ed.), *Manual de Ciencia Política* (pp. 205-229). Trotta.
- Rodríguez-Estrada, A., Muñiz, C., & Echeverría, M. (2019). Relación de la participación política online y offline en el contexto de campañas subnacionales. *Cuadernos.info*, (46), 1-23. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1712>
- Rodríguez-Estrada, A., Muñiz, C., & Echeverría Victoria, M. (2020). La relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 297-306. <https://doi.org/10.5209/esmp.67308>
- Ruess, C., Pieter, C., Boulianne, S., y Heger, K. (2021) Online political participation: the evolution of a concept. *Information, Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2021.2013919

- Sabucedo, J.M. y Arce, C. (1991). Types of political participation: A multidimensional analysis. *European Journal of Political Research*, 20, 93 - 102. DOI: 10.1111/j.1475-6765.1991.tb00257.x.
- Sánchez, C. (02 de abril de 2019). *Normas APA en español*. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/introduccion/normas-apa-en-espanol/>
- Sartori, G. (1994). *Ingeniería constitucional comparada*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schradie, J. (2015). Silicon Valley Ideology and class inequality: a virtual poll tax on digital politics. En S. Coleman y D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics* (67-86 pp.) EE Publising.
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P. y Kwak, N. (2005). Information and Expression in a Digital Age. *Communication Research*, 32(5), 531–565. doi:10.1177/0093650205279209
- Somuano Ventura, M. F. (2002). Los determinantes de la participación política no electoral en México. *Reconstruyendo la ciudadanía. Avances y retos en el desarrollo de la cultura democrática en México*. México: Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de [://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/d\\_pciudadana.htm#\[Citar%20como\]](://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_pciudadana.htm#[Citar%20como])
- Somuano Ventura, M. F. (2005). Más allá del voto: modos de participación política no electoral en México. *Foro Internacional*, 45(1), 65-88. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/27738690>
- Somuano, F. y Nieto, F. (2020). Participar o no participar: análisis tipológico de la participación ciudadana de los mexicanos. *Revista de ciencia política*, 40(1), 49-72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020000100049>
- Somuano, M. F. (2013). Los efectos del capital social sobre la participación política en México. *Política y Gobierno*, volumen temático, 83-107. <http://hdl.handle.net/11651/1851>
- Sung, W., & Jang, C. (2020). Does Online Political Participation Reinforce Offline Political Participation?: Using Instrumental Variable. DOI:10.24251/HICSS.2020.222Vaccari, C.

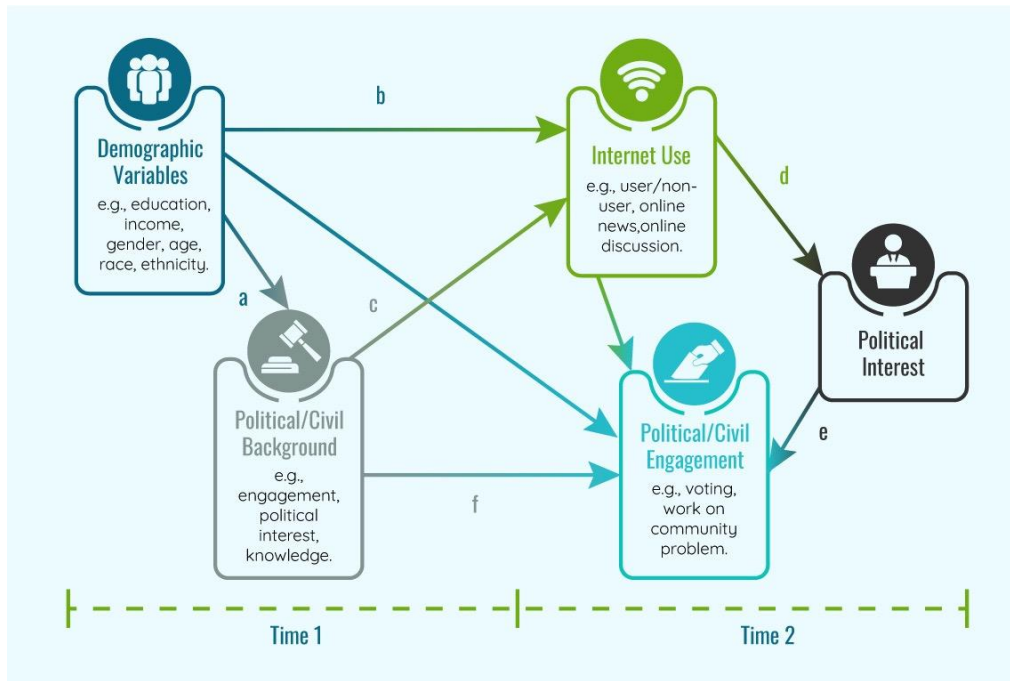
- (2008). From the air to the ground: the internet in the 2004 US presidential campaign. *New Media & Society*, 10(4), 647–665. doi:10.1177/1461444808093735
- Vaccari, C., y Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in western democracies*. Oxford University Press.
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J., y Orrego, J. (2019). The Paradox of Participation Versus Misinformation: Social Media, Political Engagement, and the Spread of Misinformation. *Digital Journalism*. 7. 1-22. 10.1080/21670811.2019.1623701.
- Vallès, J.M. (2000). *Ciencia Política. Una introducción*. Ariel.
- Vallès, J.M. y Martí, S. (2015). *Ciencia política. Un manual*. Ariel.
- Verba, S. y Nie, N. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper and Row.
- Verba, S., Nie, N. H. y Kim, J-O. (1978). *Participation and political equality. A seven-nation comparison*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Vidal Correa, F. (2015). La participación política en México: entendiendo la desigualdad entre hombres y mujeres. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 60(223), 317–355. [https://doi.bibliotecabuap.elogim.com/10.1016/S0185-1918\(15\)72140-9](https://doi.bibliotecabuap.elogim.com/10.1016/S0185-1918(15)72140-9)
- Visser, S. y Stolle, D. (2014). The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation, *Information, Communication & Society*, 17:8, 937-955, DOI: 10.1080/1369118X.2013.867356
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., y Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107–114. doi:10.1089/cyber.2009.0226

- Wright, S. (2004). Informing, Communicating and ICTs in Contemporary Anti-Capitalism Movements. En W. van de Donk, B. D. Loader, P. G. Nixon y D. Rucht (Eds.), *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements* (1a ed., pp. 77–93). Londres: Routledge.
- Yung, B. y Leung, L. (2014). “Facebook as change? Political engagement in semi-democratic Hong Kong in its transition to universal suffrage”. *Journal of Asian public policy*, v. 7, n. 3, pp. 291-305. <https://doi.org/10.1080/17516234.2014.922147>
- Zumárraga-Espinosa, M., Reyes-Valenzuela, C., y Carofilis-Cedeño, C. (2022). Dimensiones de la participación política offline y online: factores de primer y segundo orden. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 67(245).  
<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2022.245.69646>

# ANEXO

## Tablas y figuras

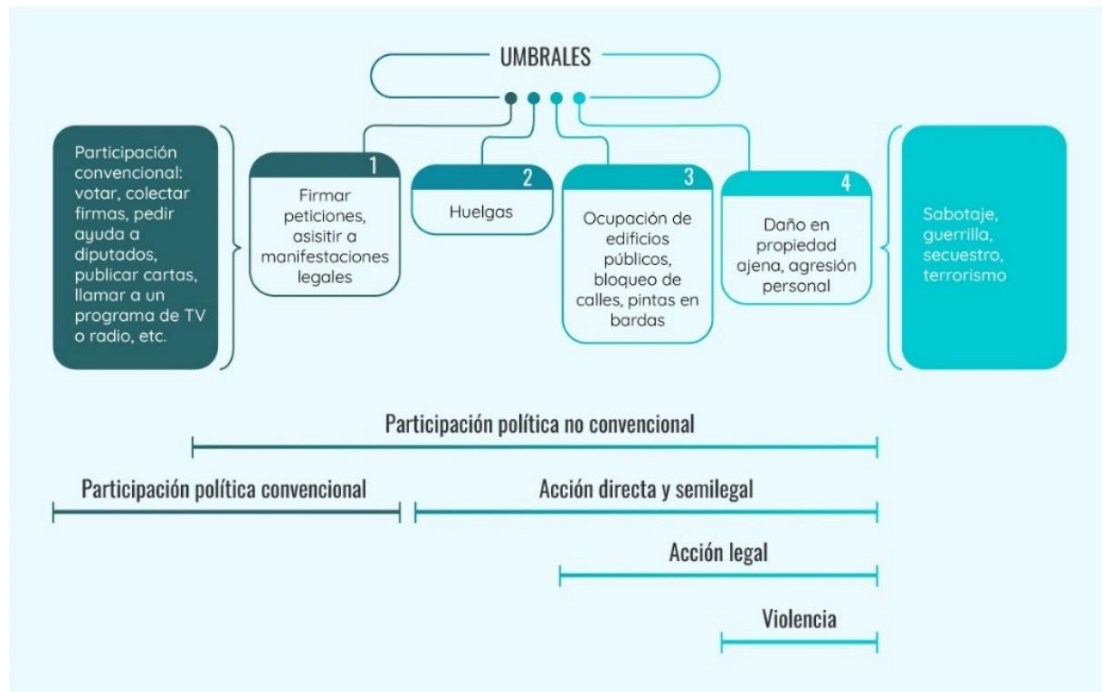
Figura 1. Efectos positivos teóricos del uso del internet y el compromiso político.



Fuente: Boulianne, 2009

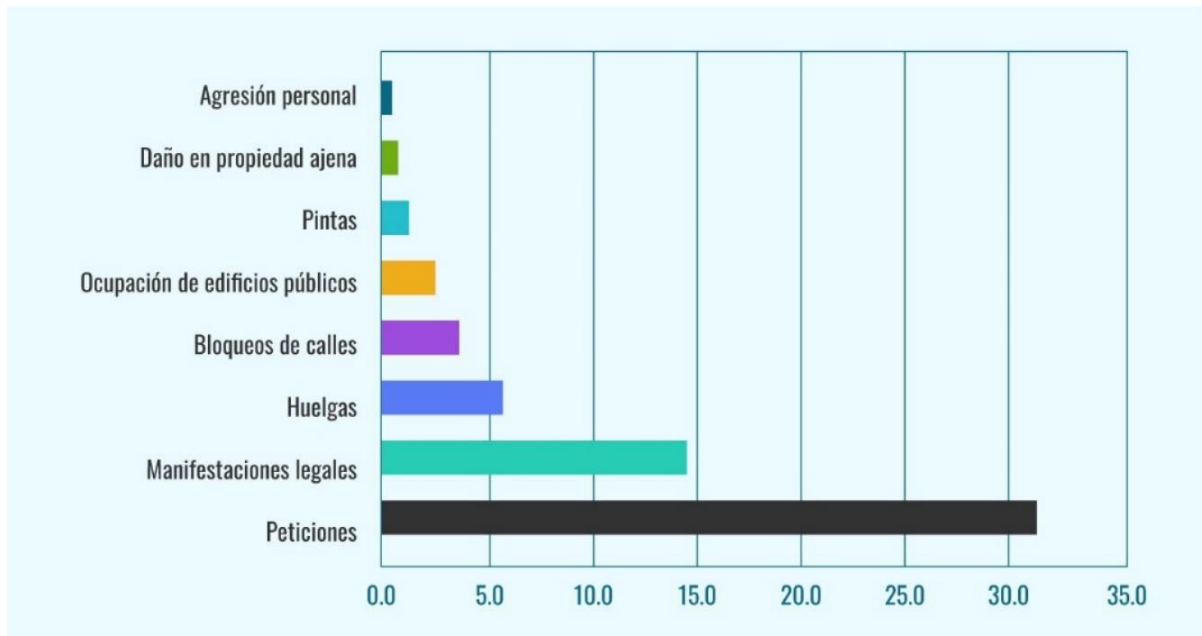


Figura 2. Niveles de participación política no convencional



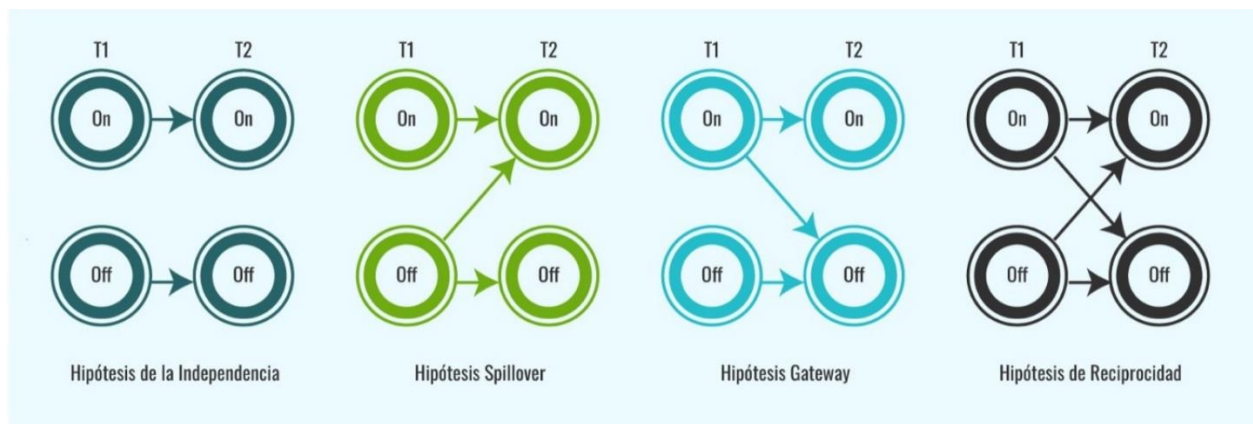
Fuente: Somuano Ventura (2005) con información de Marsh y Dalton (1996)

**Figura 3.** *Modos de participación política no convencional*



**Fuente:** Somuano Ventura (2005) con información de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política (ENCUP, 2001)

**Figura 4.** Cuatro hipótesis en el estudio longitudinal de la relación entre participación política on/ offline.



**Fuente:** Rodríguez-Estrada et al., 2019.

Tabla 1. Las redes sociales en la política

**Las Redes sociales en la política**

¿Cuál de las siguientes frases está más cerca de su manera de pensar?

<b>Categoría</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Las redes sociales permiten que uno participe en política	19.6%	235
Las redes sociales crean la ilusión que uno está participando en política	24.8%	298
Las redes sociales no sirven para participar en política	36.3%	436
No sabe	18.2%	219
No contesta	1.0%	12
(N)	(100%)	(1,200)

Fuente: Latinobarómetro, 2020.

**Tabla 2.** *Formas de participación. Indicadores posibles para un índice de participación política.*

## **INDICADORES DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA.**

<i>Votar</i>	<p>Voto elecciones locales/municipales.  Voto en elecciones  generales/parlamentarias/presidenciales.  Voto en elecciones de ámbito regional.</p>
<i>Campaña partidista</i>	<p>Contribuir económicamente.  Hacer campaña.  Trabajar para un candidato o partido.  Seguir reuniones o mítines de un candidato o  partido.</p>
<i>Actividad Grupal</i>	<p>Colaborar con otra gente en plan informal.  Participar en un grupo organizado.  Utilizar un grupo para transmitir un <i>issue</i> o  problema.</p>
<i>Contactos</i>	<p>Con un miembro del parlamento.  Con un representante civil.  Con un representante local.  Con el alcalde.  Con los medios de comunicación.</p>
<i>Protesta</i>	<p>Asistir a una reunión de protesta.  Hacer una petición organizada.  Firmar una petición.  Bloquear el tráfico.  Participar en una manifestación de protesta.  Participar en una huelga política.  Tomar parte en un boicot político.  Usar la fuerza física contra oponentes políticos.</p>

**Fuente:** Elaboración propia con información de Vallès y Martí (2015), p. 335.

**Tabla 3.** *Tipologías de la participación política de Nohlen*

<b>Tipologías de la participación política</b>	
<b>Tipos</b>	<b>Ejemplos</b>
Participación representativo-democrática y Participación de democracia directa.	Elecciones, pertenencia a un partido vs. referéndums, iniciativa ciudadana.
Según el grado de vinculación institucional: participación garantizada en la constitución, y la no garantizada en ella.	Elecciones, manifestaciones vs. iniciativa ciudadana, ocupación de inmuebles.
Según el estatus legal: participación legal e ilegal	Huelgas vs. ocupación de inmuebles, violencia contra personas y cosas.
Según el grado de reconocimiento público: participación convencional y no-convencional.	Elecciones, iniciativas ciudadanas vs. ocupación de inmuebles.

Fuente: Elaboración propia con información de Nohlen (2006)

**Tabla 4. Hipótesis de diferenciación y réplica**

**Hipótesis de diferenciación y réplica**

	<b>Modos</b>	<b>Actividades Offline</b>	<b>Actividades Online</b>
Participación	Votar	Votar	Voto electrónico (e voto)
	Partido/Actividades de campaña	Trabajar como voluntario de un partido o candidato, donar.	Firmar como apoyo o voluntario, unirse a un grupo de mensajería para apoyar un partido, donar en línea
	Actividades de protesta	Demostraciones, mítines, firmar una petición	Firmar una petición en línea (e-petition)
	Contactar	Escribir por corre a un político, contactar vía telefónica	Mandar un correo electrónico a un político
	Comunismo	Trabajar con otras personas para resolver un problema de la comunidad	Unirse a grupo de mensajería con tema político
	Consumismo	Boicotear	Boicot en línea (e-Boycott)
Compromiso Pasivo	Atención a noticias	Leer periódicos	Leer periódicos en línea, blogs, ver videos en youtube.
	Discusión Expresión	Discutir sobre política Escribir a editores, dar un discurso público, portar un botón, utilizar pegatinas.	Chat en línea Postear, reenviar, o colocar (embed) contenido político

**Fuente: Elaboración propia con información de Gibson y Cantijoch (2013)**