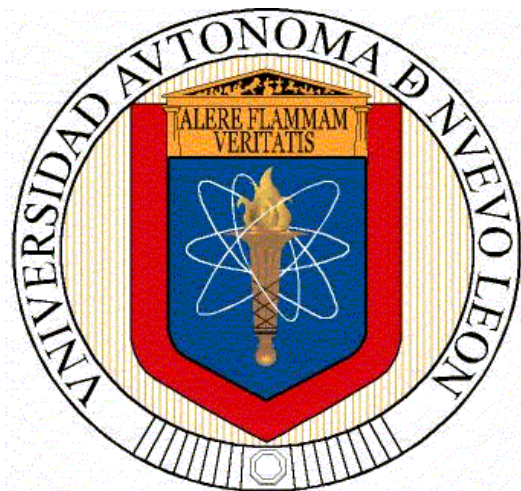


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**



**EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA
CULTURA POLÍTICA: ANÁLISIS DEL EFECTO DE LOS HÁBITOS
COMUNICATIVOS EN LAS ACTITUDES POLÍTICAS DE LOS
PRE-CIUDADANOS EN NUEVO LEÓN.**

TESIS PRESENTADA

POR

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORADO EN FILOSOFIA
CON ACENTUACION EN CIENCIAS POLÍTICAS**

MONTERREY, N. L.; 05 DICIEMBRE 2013



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



EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE LA
CULTURA POLÍTICA:

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

TESIS PRESENTADA POR

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

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

Director de Tesis:

Dr. Carlos Muñoz Muriel

Monterrey, N. L.; 05 diciembre 2013



Universidad Autónoma de Nuevo León



Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

DOCTORADO EN FILOSOFÍA CON ACENTUACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS

Los integrantes del H. Jurado examinador del sustentante:

ALMA ROSA SALDIERNA SALAS

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

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

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León a diciembre de 2013.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

El presente trabajo está realizado en el marco del proyecto de investigación financiado por la Secretaria de Educación Pública (PRONEP), como apoyo a la incorporación de nuevos profesores de tiempo completo (PTC), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

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

Nombre: Alma Rosa Saldierna Salas

Fecha: diciembre de 2013

Firma:

Dedicatoria

Agradecimientos:

Índice

DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos:	v
Índice de Tablas.....	x
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Anexos	xii
Abreviaturas.....	xiii
Introducción:.....	1
Capítulo I:	5
METODOLOGÍA	5
1.1 Antecedentes.	6
1. 2 Justificación.	11
1.3 Problema.	12
1.4 Objetivos.	13
1.5 Hipótesis:.....	14
1.6 Marco Conceptual	16
1.7 Modelo de Investigación	20
1.7.1 PRIMER ESTUDIO: Aproximación Cuantitativa.....	20
1.7.2 SEGUNDO ESTUDIO: Aproximación Cualitativa.....	21
CAPÍTULO II	22
Democracia y cultura política:.....	22
2.1 Definición de Democracia:	22
2.2. Democracia Procedimental y Estructural.....	24
2.3 Teorías sobre Democracia y Participación Política:	28
2.3.1 Teoría Realista o Elitista:	28

2.3.2	Teoría participativa:	30
2.4	Cultura Democrática:	33
Capítulo III		43
Definición y Formación de la Cultura Política:		43
3.1	Definición de Cultura Política:.....	43
3.2	Formación de la Cultura Política:	48
3.3.	Conocimiento Político:	53
3.4	Actitud Política:	55
3.4.1	Sentimiento de Eficacia Política:	57
3.4.2.	Interés hacia la política:	58
3.4.3.	Participación Política:	60
Capítulo IV:.....		63
Los Medios de Comunicación y la Política: Teorías de los Efectos Mediáticos.....		63
4.1	Medios de Comunicación y Política:	64
4.2	Efectos Mediáticos sobre actitudes políticas.....	70
4.3	Teorías de los Efectos Mediáticos:.....	71
4.3.1	Teorías del Malestar Mediático:	71
4.3.2	Teoría del Círculo Virtuoso:.....	76
4.4	La mediación de los medios de comunicación:.....	83
Gráfico 1.	Mediación en los medios de Comunicación	83
Capítulo V		88
Jóvenes y Política		88
5.1	Población Juvenil:.....	88
5.2.	Jóvenes en la política:	92
Capítulo 6		98
Primer Estudio: Aproximación Cuantitativa:.....		98
6.1	Encuesta:	99
6.1.1	Muestra y procedimiento:	99
6.2	Instrumento:	100
6.2.1.	Variables Independientes:	100
6.2.2	Variables Dependientes:	102
6.2.3.	Variables de Control:.....	104

6.4 Procedimiento:.....	105
6.5 Validación de Escalas e Indicadores:.....	106
6.6 Análisis Descriptivo de la muestra:.....	108
6.7 Variables Explicativas de las Actitudes Políticas:.....	121
6.7.1 Variables explicativas del Interés Político:.....	122
6.7.2 Variables Explicativas del Conocimiento Político:.....	124
6.7.3 Variables Explicativas de la Eficacia Interna:.....	126
6.7.4 Variables Explicativas de la Eficacia Externa:.....	128
6.7.5 Variables Explicativas de la Participación Política:.....	130
6.7.6 Variables Explicativas de la Participación Cívica:.....	132
6.7.7 Variables Explicativas del Cinismo Político.....	134
6.8 Análisis con Ecuaciones Estructurales.....	135
Capítulo 7.....	141
Aproximación Cualitativa.....	141
7.1 Segundo Estudio: Focus Group:.....	141
7.2. Objetivos del Focus Group:.....	141
7.2.1 Participantes:.....	142
7.2.2 Metodología:.....	142
7.2.3 Realización del Focus Group:.....	142
7.2.5 Conformación de la muestra:.....	143
7.3 Resultados: Momento previo a las elecciones.....	144
7.3.1 Cultura política.....	145
7.3.2 Conocimiento político:.....	145
7.3.3 Interés en la política:.....	147
7.3.4 Participación Política:.....	148
7.3.5 Consumo de medios:.....	151
7.3.6 Campañas Políticas:.....	153
7.4.1 Conocimiento Político:.....	154
7.4.2 Confianza en las Instituciones:.....	155
7.4.3 Participación Política:.....	157
Referencias.....	160
Anexo 1.....	176

Anexo 2: Cuestionario Focus Group.....	167
Anexo 3: Guión Focus Group:	170

Índice de Tablas

- Tabla No. 1 Comparativo entre las Teorías de la Democracia y Participación Política.
- Tabla No. 2 Dimensiones de la Cultura Política.
- Tabla No. 3 Datos Sociodemográficos.
- Tabla No. 4 Nivel de estudios de los padres.
- Tabla No. 5 Nivel de ingresos de los padres.
- Tabla No. 6 Consumo de Medios.
- Tabla No. 7 Atención a Contenidos de Política
- Tabla No. 8 Atención a Contenidos de Entretenimiento.
- Tabla No. 9 Credibilidad en las Noticias
- Tabla No. 10 Personas con las que hablas de política.
- Tabla No. 11 Temas de Conversación.
- Tabla No. 12 Interés en la Política
- Tabla No. 13 Conocimiento Político.
- Tabla No. 14 Eficacia Interna
- Tabla No. 15 Eficacia Externa
- Tabla No. 16 Participación Pública
- Tabla No. 17 Participación Cívica
- Tabla No. 18 Cinismo Político
- Tabla No. 19 Criterios de aceptación para realizar el análisis factorial.
- Tabla No. 20 Validación de Discriminantes.
- Tabla No. 21 Análisis del Composite Reliability.
- Tabla No. 22 Parámetros de aceptación o rechazo de hipótesis.

Índice de Gráficos

Gráfico No. 1	Círculo Virtuoso
Gráfico No. 2	Mediación en los Medios de comunicación.
Gráfico No. 3	Conceptualización de los Políticos.

Índice de Anexos

Anexo No. 1	Cuestionario
Anexo No. 2	Guión Grupo Focal.

Abreviaturas

AMM	Área Metropolitana de Monterrey.
OIJ	Organización Iberoamericana de la Juventud
CONAPO	Comisión Nacional de Población y Vivienda
IFE	Instituto Federal Electoral
SEP	Secretaría de Educación Pública
PROMEP	Programa de Mejoramiento del Profesorado.
PAICYT	Programa de apoyo a la investigación Científica y Tecnológica.
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para Educación, la Ciencias y la Cultura.
OEA	Organización de Estados Americanos.
IEA	Asociación Internacional de Evaluación Educativa
ENCUP	Encuesta Nacional sobre Cultura y Política
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
OMS	Organización Mundial de la Salud
IMJ	Instituto Mexicano de la Juventud

Introducción:

Para poder hablar de cultura política, es necesario entender que se entiende por cultura, en ese sentido, autores como Berger (1989), afirma que es una característica humana que pasa de generación en generación. Transmitida a través de la comunicación, ya sea a través de las relaciones interpersonales o de los medios de comunicación.

La cultura política se va integrando por el legado de que se transmite en cada proceso de comunicación en el que se ve inmerso el individuo, lo cual sugiere la idea de que los individuos están expuestos día a día al proceso de adquisición de esa cultura política.

En México, aún es escasa la investigación realizada con respecto a los factores que inciden en la conformación de la cultura política del país así como también, su relación con los medios de comunicación.

La importancia de analizar la relación radica en que los medios de comunicación llegan a una gran cantidad de personas, la información llega casi en tiempo real de manera muy rápida. Lo cual puede ser el indicio de que es a través de la dieta mediática que los individuos reciben la información que los hace conformar su cultura política que va a culminar en una serie de actitudes y sentimientos hacia la importancia de ser parte del proceso de toma de decisiones de un país.

La investigación se centra en conocer los efectos de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los jóvenes menores de 18 años del Área Metropolitana de Monterrey (AMM), jóvenes que se definen como pre-ciudadanos. Son llamados pre-ciudadanos porque todavía no tienen el status legal para poder incidir en la toma de decisiones, pero están en el proceso de formación y de adquisición de información que los lleve a ser ciudadanos en pleno uso y conciencia de los derechos y obligaciones que esto implica.

En ese proceso de formación, los medios de comunicación pueden reforzar actitudes política positivas o por el contrario crear actitudes políticas negativas como el sentir que no es importante participar políticamente debido a que sus inquietudes no van a ser escuchadas.

El trabajo está organizado de la siguiente manera; un primer capítulo en el que se especifican de manera amplia los antecedentes referentes a los estudios realizados sobre el tema, así como demostrar la poca investigación al respecto, sobre todo por el rango de edad de la muestra analizada. La importancia de estudiar a ese segmento de la población se debe a que son jóvenes en formación de su cultura política y no se están viendo las pautas de adquisición que repercuten en sus actitudes hacia las cuestiones políticas, no se sabe que les está promoviendo el que participen o qué les está fomentando la apatía.

En este capítulo se encuentran las hipótesis así como también se hace mención sobre la metodología empleada para la realización de la investigación en la se explican las dos fases del estudio que se realizaron: Una encuesta (acercamiento cuantitativo) y el segundo: el grupo focal (acercamiento cualitativo).

Con respecto al capítulo II, en este capítulo se comienza a hacer un acercamiento teórico de la importancia de fomentar la participación y mecanismos de movilización social en las democracias como condición necesaria para lograr su consolidación y un análisis de la Teoría de la Democracia y Participación Política, así como la importancia de la formación del ciudadano y en más precisión del pre-ciudadano.

En el tercer capítulo, se hace una revisión teórica del concepto de cultura política, desde su definición, conformación así como también una revisión de estudios que han tratado de explicar la manera en que se puede conformar la cultura política de una sociedad. En este capítulo también se hace mención de lo que es el concepto de conocimiento político, el cual va de la mano de la cultura política, así como también de conceptos como participación

política, cinismo político, interés en la política, sentimiento de eficacia política. Conceptos que representan las actitudes de los individuos que forman parte del juego político. Un conocimiento político nos genera una cultura y esa cultura incide en nuestra manera de pensar y actuar, es decir, en actitudes.

En el capítulo IV, se hace mención al puente que constituye los medios de comunicación y la política porque permite que la población tenga un acercamiento hacia temas relacionados con esta, en ese sentido existen diversas teorías que hablan al respecto. La teoría del malestar mediático y su contraparte, la teoría del círculo virtuoso. Este capítulo hace una revisión de diversas investigaciones en las que se muestra la evidencia de cómo los medios de comunicación contribuyen en algunos casos a fomentar actitudes de desafección política y por el contrario, en algunas situaciones contribuyen a generar actitudes de movilización social positiva, es decir, generar ciudadanos altamente participativos.

Después de analizar importancia de fomentar mecanismos de socialización política en una democracia, la definición de cultura política y la forma de conformarla así como las actitudes que de esta resultan, se hizo un análisis de la forma en que los jóvenes ven a la política, encontrándose una gran apatía por parte de ese segmento de la población.

En el capítulo V, se hace mención de la importancia de analizar a los jóvenes. Se destaca la importancia de hacer un análisis de la incidencia y relación de los jóvenes con la política, mostrando evidencia con datos de diversas encuestas del sentimiento y actitudes de los jóvenes ante la política y de esa manera sustentar teóricamente la importancia del tema de investigación.

En el capítulo VI, se presentan el primer estudio de la investigación, el análisis Cuantitativo, mostrando la validez de las escalas y de los indicadores para de esa manera poder evidenciar que los datos utilizados son fiables, así como también un acercamiento al uso de ecuaciones estructurales en la investigación. Posteriormente en el capítulo VII, se explica el proceso de realización del enfoque cualitativo detallando el proceso de realización

de los grupos focales. Finalmente se presentan el capítulo VII, donde se expresan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó en base a la información recabada.

METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación, busca analizar la relación que existe entre los hábitos comunicativos y las actitudes políticas de los jóvenes menores de 18 años del AMM. La importancia de la investigación radica en que se centra como unidad de análisis a los pre-ciudadanos, definiéndolos como los individuos que están en el camino de formación a ser jugadores activos de los procesos de toma de decisiones políticas.

En México, aún es escasa la información acerca de los factores que influyen en la conformación de la cultura política. Por ello, la relevancia del estudio radica en que en este rango de edad, la formación de una cultura política entre la población apenas está en el proceso de formación de conocimiento y educación política que les convierta en ciudadanos participativos en el proceso político. El proceso formativo puede verse desviado o animado debido a los medios de comunicación.

El alcance que estos últimos tienen en la población es muy importante generando posibles efectos positivos: como el de promover una mayor participación, un mayor interés político; pero también negativos, tales como generar y cultivar los sentimientos de apatía y desafección política. Para ello se partirá del debate entre los paradigmas del malestar mediático y la movilización política. Los datos se recolectaron por medio de una encuesta aplicada a los alumnos del último semestre de preparatoria, tanto en públicas como privadas, para de esta manera capturar un panorama de la situación de los menores de 18 años, próximos a votar.

Así mismo y con la finalidad de captar mejor las percepciones y actitudes de los jóvenes se procedió a realizar grupos focales, herramienta de la investigación que contribuye a entender mejor el pensamiento de los integrantes del grupo.

1.1 Antecedentes.

El concepto de cultura política se utiliza para entablar una relación entre los enfoques y las orientaciones sobre la política que repercuten en la conducta de los individuos. Es tomado por la ciencia política desde los años cincuenta y puede definirse como el componente básico del juego político, porque filtra percepciones, determina actitudes e influye en las modalidades de la actuación o comportamiento político (Peschard, *Los medios de Comunicación en la Construcción de la Cultura Política Democrática*, 2000) y toma como base importante, las experiencias personales de cada individuo, contribuye a la formación de una opinión política y a que se promuevan las actividades cívicas, que son factores de cohesión social. Promoviendo de esa manera la legitimidad y gobernabilidad dentro de una convivencia democrática. Por su parte, Ruiz (1992), define a la cultura política como las representaciones y tendencias de comportamiento predominantes y correspondientes al universo del poder público, sus instituciones y actores que se producen en circunstancias históricas y sociales específicas,

El tema de la cultura política es de fundamental importancia para la vida política actual, puesto que es a partir del conocimiento, de los valores, creencias, convicciones y conductas de los ciudadanos en una sociedad determinada que se puede comprender e incidir en la posibilidad de construir y garantizar la solidez y permanencia del proceso de democratización en el que la participación ciudadana, como comportamiento político no se ha consolidado. Una verdadera democracia conlleva a un proceso de adquisición de información así como también la generación de mecanismos de discusión acerca de asuntos públicos (Kim, Wyatt, & Katz., 1999)

El tener a un individuo más activo en el ámbito de la política es el resultado de una educación y motivación que lo invite a ser jugador activo, esto debe de empezar desde edades

muy tempranas. La cultura política no se aprende de un sólo paso, ni en un sólo lugar, sino a lo largo de toda la vida de una persona a través de estímulos, experiencias, este proceso de aprendizaje comienza en la niñez pero se va acrecentando en el proceso de desarrollo y crecimiento del individuo.

La importancia de que se ponga atención en los jóvenes , es que ellos representan el futuro del país, son los que construirán el porvenir de la nación al estar al frente de las instituciones gubernamentales o al influir en las pautas de conducta de una sociedad del futuro.

En la conformación de una cultura política, el papel de los medios es fundamental por el alcance que tienen en la población y la influencia social que ejercen. Son agentes de socialización básicos al transmitir valores y referentes colectivos que van orientando aspiraciones y conformando identidades y costumbres, pueden contribuir al despliegue de una cultura política.

La cual tiene dos niveles: uno colectivo, es decir, el sistema político y otro formado por las experiencias personales de los individuos (Peschard, Los medios de Comunicación en la Construcción de la Cultura Política Democrática, 2000). La globalización cultural y comunicativa ha generado que el papel central de los medios de comunicación promueva formas de organización y participación que fomentan el interés por la cultura política (Roche, 2000), establecen puentes entre el sector político y una gran parte de la sociedad contribuyendo a la formación de democracias más estables (Avery, 2009).

Los medios de comunicación son omnipresentes y tienen una fuerte influencia de poder en las sociedades contemporáneas (Trejo, 2006), pueden influir de manera directa en la población generando corrientes de opinion y jeraquizando problemas que considera importantes. La importancia de los medios radica en que contribuyen a la educación informal

de la vida cotidiana y tienen influencia en la formación de conocimiento, cultura, percepciones y actitudes de los individuos.

Son espacios donde lo privado se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos más elementales de la cultura, incluida la cultura política (Pérez, El desafío educativo de la televisión, 1997). La información recibida a través de los medios es importante porque contribuye a modificar elementos del proceso político democrático (Trejo, 2006). Además de que son diseminadores de información y movilizadores de opinión pública que van a generar formas de actividad política (Abundis, Los medios de comunicación en México., 2007). En la adquisición de información, los medios de comunicación contribuyen a hacer más entendible a la sociedad el lenguaje político, generando un único conocimiento político, sobre todo en los jóvenes que ven a los medios como factor de socialización y aprendizaje (Rodríguez & Muñiz, 2009). Este mecanismo de generación de conocimiento puede contribuir a la formación de una cultura política.

La cultura política no se aprende de una vez para siempre, ni en un solo lugar, sino a lo largo de toda la vida de una persona a través de estímulos, experiencias y por supuesto a través de los medios de comunicación formando una educación informal (Sanchez, 1992).

Esta influencia de los medios de comunicación puede generar una disminución o un aumento en los niveles de compromiso cívico, interés público y participación política de la sociedad. Por ello es importante la información que se presenta y la manera en que se presenta en los medios de comunicación y más aún quien la recibe, si es enfocada a los jóvenes menores de 18 años que apenas van a votar, su acervo de conocimientos no está maduro, sigue en crecimiento y podría verse afectado o desvirtuado.

La investigación que existe al respecto es escasa, existen estudios en los que se afirma que existen personas activas políticamente y que utilizan a los medios de comunicación como fuente de información, esto queda explicado en la teoría del círculo virtuoso (Norris, A

Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies, 2000). Los medios se convierten en un círculo virtuoso que contribuyen a reforzar su activismo, promueven un mayor compromiso cívico y político (Newton K. , Social and Political trust, 1999) y existe una relación positiva entre ellos.

El público que más confía en la democracia, sus instituciones, es al mismo tiempo el que más se expone y confía en los medios (Porath, 1995). Por otro lado existe una teoría que se contrapone; la Teoría del malestar mediático (Rojas, Comunicación, Participación y Democracia, 2006) o videomalestar (Schreiber & García, 2003), que plantea que el contenido de la información política y su influencia que tienen en la población es negativo generado por los medios en sus audiencias.

Esta teoría tiene sus orígenes con (Kurt & Lang, The mass media and voting., 1966), que son los que por primera vez establecen esa relación entre medios de comunicación y sentimientos de desconexión con la política, la desafección política. Este concepto fue utilizado por primera vez por Robinson a principios de 1976, en su artículo "*Public Affairs and The Television and the Growth of Political Malaise: The case of the selling of the Pentagon*", en el que describe el fenómeno de la pérdida de veracidad en las instituciones políticas al mismo tiempo que aumentaba la dependencia de los individuos cada vez más de la televisión como medio para obtener información política (Voltmer & Schmitt-Beck, 2002).

En México, aún es escasa la investigación realizada que busque conocer los factores que influyen en la conformación de la cultura política, se han analizado los factores de socialización política primarios, evidenciando la relación de influencia que generan los padres, los maestros, la iglesia y los amigos en la conformación de actitudes y comportamientos, pero existen pocos estudios que aborden empíricamente el impacto mediático en esas actitudes.

En el seno de la ciencia política, en los últimos años ha crecido el interés por la investigación de los efectos que los medios de comunicación tienen en el proceso de

formación de la opinión política y de la cultura política. Dentro de esa escasa bibliografía se puede mencionar a Krotz (1996), que considera que son dos factores que influyeron para el estudio de la cultura política en México: 1) la crisis de la ideología marxista que ayudó a considerar diversos enfoques en el análisis social y 2) la emergencia en el país de una pluralidad social y política debido a las reformas políticas electorales, surgimiento de nuevos partidos generando un papel más activo por parte de la sociedad, es decir, un ciudadano más participativo e interesado en el juego político.

En el estudio realizado en *The Civic Culture*, se hace un análisis a una muestra de individuos de Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Italia y México, sobre el conocimiento, identificación y evaluación que hacen a su sistema político (Almond & Verba, *The Civic Culture. Political attitudes in five nations*, 1963). Se resaltó en sus resultados que en México existe una fuerte despolitización, bajo niveles de información y un sentimiento de orgullo con respecto al sistema político a pesar de la insatisfacción mostrada como consecuencia del ejercicio del poder. Con respecto a la relación del consumo mediático y la cultura política, Nanteras (2007), realizó un estudio en estudiantes de primaria y secundaria en el que encuentra bajo niveles de exposición a información a través de los medios de comunicación y bajos niveles de interés en cuestiones políticas. En años recientes Rodríguez y Muñiz (2009), hicieron un estudio en niños en la AMM, en el que encuentran la importancia de la escuela, la conversación política y el consumo de medios en el proceso de socialización política, encontrando tanto efectos positivos como negativos.

El problema no sólo radica en que no abundan estudios, sino que tampoco se cuenta con los suficientes datos que ayuden a clarificar esa relación de medios de comunicación y formación de cultura política. Entre esos escasos datos se encuentran los de la Encuesta Nacional de Cultura Política que abarca a mayores de edad, pero no toma en cuenta a los jóvenes que apenas están en el proceso de formarse una empatía política. Un criterio que se vuelve clave a la hora de tomar la decisión de participar en procesos electorales, en apoyos a medidas políticas y en general en volverse jugadores activos de la vida política del país.

Para que se produzca ese proceso de concienciación de la población en su deber como participante en la política, es necesario promover en los jóvenes su participación en actividades políticas que contribuyan en el proceso de desarrollo de estabilidad social, política y económica del país o región en la que vivan. Es importante destacar que, si a nivel país se carece de esos datos y de investigaciones al respecto, el estado de Nuevo León no es una excepción, pues tampoco se cuenta con información al respecto.

1. 2 Justificación.

La carencia de investigaciones relacionadas a la influencia de los medios de comunicación, la falta de un indicio académico amplio, que muestre si existe una influencia de los medios de comunicación, en la conformación de la cultura política de los jóvenes, debido al poder que tienen de transmitir solo una parte de la realidad pudiendo provocar el apoyo o rechazo hacia temas como la política, políticos y medidas políticas, es lo que motiva a realizar la investigación centrándose en el ámbito geográfico del área metropolitana de Monterrey (AMM).

Los medios de comunicación pueden contribuir a la generación de una cultura democrática en tanto ofrezcan una información amplia y bien documentada capaz de alentar una participación política más consciente. En este sentido, se entiende que los medios son los encargados en gran medida de promover de cierta manera el conocimiento político pudiendo provocar efectos en la formación de criterios para la conformación de una cultura política en los jóvenes. Ello se puede explicar por el hecho de que son sujetos atados todavía a un proceso de acumulación de conocimiento y no tienen la total madurez de emitir juicios sobre el tipo de información que reciben, pueden tomarla como fuente segura y no siempre es presentada así.

La importancia de esta investigación radica en identificar si los medios de comunicación tienen ese impacto positivo o negativo en la formación de la cultura política de los jóvenes de bachillerato de la zona metropolitana de Nuevo León. Pero no sólo radica ahí, sino que también se busca captar información de un grupo o sector de la población que serán los que próximamente entrarán al juego político de toma de decisiones, son los futuros votantes. Esto permitirá conocer de cierta manera la forma de pensar y socializar de la población juvenil analizada.

1.3 Problema.

Conocer la influencia que tienen los medios de comunicación y más en concreto el consumo mediático, en la formación de una cultura política entre la población juvenil menor de 18 años de la AMM.

La importancia de los medios se debe a que en el proceso de adquisición de información, los medios de comunicación contribuyen a hacer más entendible a la sociedad el lenguaje político, generando un único conocimiento político, sobre todo en los jóvenes que ven a los medios como factor de socialización y aprendizaje (Rodríguez & Muñiz, 2009). Y ese conocimiento contribuye a la formación de una cultura política, la cual forma parte de la vida diaria de los individuos como miembros de una sociedad, determina actitudes e influye en el comportamiento político (Peschard, 2000).

De ahí la importancia de conocer si los jóvenes están siendo bien informados, y si se les están dando los mecanismos necesarios para ayudarlos en el proceso de aprendizaje de ser un ciudadano activo y consciente de sus obligaciones dentro del juego político.

Autores como Capella y Jamieson hicieron el análisis de los efectos de los medios de comunicación sobre todo en Estados Unidos, hacen basándose en el conocimiento político el

cual consideran que aumenta con el consumo de noticias (Capella & Jamieson, 1997), así como también (Norris, 1996), que afirma que existe una relación estrecha con los niveles de participación en las audiencias que más atentos estuvieron a los asuntos políticos, se comprometen más y refuerzan su compromiso político.

Por tanto, el problema de investigación es ¿Los medios de comunicación influyen en la conformación de la cultura política de los jóvenes del Área Metropolitana de Nuevo León?

1.4 Objetivos.

Atendiendo a los antecedentes descritos y el problema de investigación planteado, con la presente investigación se pretende conocer y examinar la pauta de adquisición de información política en los jóvenes estudiantes de bachillerato de la AMM. Además se busca conocer el impacto generado por el tipo y cantidad de consumo mediático en la formación de su cultura política, así como identificar cuáles son los factores de socialización política que más impactan y la cantidad de contenido político que es presentada en algunos medios.

Así mismo, y derivados de los objetivos generales del estudio, se pretende lograr los siguientes objetivos particulares: identificar si el consumo mediático es debido a motivos de diversión y entretenimiento o cómo medio para desarrollar un conocimiento político, si los jóvenes desarrollan conversaciones políticas con otros sujetos de manera directa o virtual, si están interesados en cuestiones políticas, así como su nivel de participación.

El presente estudio tiene como objetivo principal conocer la influencia que tienen los medios de comunicación y más en concreto el consumo mediático tanto general como el centrado en política, en la formación de una cultura política entre la población juvenil menor de 18 años de la zona metropolitana de Nuevo León. La importancia del estudio radica en que este sector de la población apenas está en el proceso de una formación de conocimiento y

educación política, y dicho proceso formativo puede verse desviado o animado debido a los medios de comunicación, además de que no hay estudios al respecto en el contexto del estado.

1.5 Hipótesis:

En la conformación de una cultura política, el papel de los medios es fundamental por el alcance que tienen en la población y la influencia social que ejercen. Son agentes de socialización básicos al transmitir valores y referentes colectivos que van orientando aspiraciones y conformando identidades y costumbres, pueden contribuir al despliegue de una cultura política, la cual tiene dos niveles: uno colectivo, es decir, el sistema político y otro formado por las experiencias personales de los individuos (Peschard, *Los medios de Comunicación en la Construcción de la Cultura Política Democrática*, 2000). La globalización cultural y comunicativa ha generado que el papel central de los medios de comunicación promueva formas de organización y participación que fomentan el interés por la cultura política, establecen puentes entre el sector político y una gran parte de la sociedad contribuyendo a la formación de democracias más estables (Avery, 2009).

El objetivo principal de la investigación es identificar la relación que existe entre los medios de comunicación y la conformación de la cultura política en los jóvenes en la AMM.

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

Con respecto al análisis de la relación entre medios de comunicación y sus efectos con respecto a actitudes hacia la política existe la teoría del malestar mediático que tiene sus orígenes en los trabajos de (Kurt & Lang, 1966), quienes fueron los primeros en sugerir la conexión entre el incremento de los canales informativos y la extensión de los sentimientos de desconexión con la política, la denominada desafección política.

Así como también existe la contraparte, formulada por Pippa Norris, que afirma que las personas más activas políticamente tienden a recurrir en mayor medida a contenidos informativos para ampliar su conocimiento. (Norris, 2000).

En México existe poca evidencia al respecto, algunos estudios muestran la relación que existe entre el consumo de contenidos en televisión y el conocimiento político (Ibarra A. , 2003) (López, 2003), así como Fernández (2005) que considera que ese conocimiento político genera un espíritu crítico. Así como también una mayor participación política en los jóvenes se ve influenciada por un mayor conocimiento político sobre el sistema, lo cual podría contribuir a la formación de ciudadanos con una mejor cultura política que los conlleve a ser más participativos a gestar actitudes políticas más benéficas para la democracia del país. (Buendía & Somuano, 2003). Esto lleva a formular las hipótesis de la investigación:

H₁: La exposición a medios influye en el crecimiento o deterioro de la conformación de la cultura política en los estudiantes de bachillerato de la zona metropolitana de Nuevo León.

H_{1A}: El nivel de atención a contenidos mediáticos sobre política contribuye al aumento del conocimiento político de los jóvenes en la zona metropolitana de Nuevo León.

H_{1B}: Un elevado nivel de exposición a medios genera una mayor participación política.

H_{1C}: La atención a contenidos políticos genera sentimientos de eficacia política

H_{1D}: El cinismo político es reforzado a través de la exposición a medios.

Diversos autores han abordado el tema, como Pippa Norris (2000), que asevera que los más versados en cuestiones políticas, los que más confían en las instituciones y en sus gobernantes, así como los que más participan en los procesos políticos se muestran más proclives a entender la cobertura informativa sobre asuntos públicos.

1.6 Marco Conceptual.

En este apartado de la tesis, se define y especifica cada uno de los conceptos relacionados a la investigación, con lo cual se busca dar una clara especificación de cada uno de ellos para hacer más entendible los resultados y conclusiones.

Se ha hecho énfasis en la importancia del tema de investigación basada en que se toma como unidad de análisis a los jóvenes. ¿Cómo se define lo que es ser joven? No existe una definición exacta de jóvenes ya que se toma desde el punto de vista físico así como también social y el concepto varía dependiendo de la cultura y de la época (Fussel & Grenne, 2002). Autores como (Salas, 2011), consideran que es el resultado de la interacción de procesos biológicos, mentales y sociales del individuo, reforzado esta definición la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ), concibe a los jóvenes como la fase de transición entre la etapa de niñez y adultez, etapa en el que se gesta el proceso en el que los niños se convierten en personas autónomas.

Para la Comisión Nacional de Población (CONAPO, 2011), los jóvenes son los que se encuentran entre los 15 y 24 años. En ese contexto, la investigación se realiza definiendo como “jóvenes” a los individuos que se encuentran en ese rango de edad, haciendo mención importante que la mayor parte de la unidad de análisis fueron chicos cercanos a la mayoría de

edad próximos a votar en las elecciones de Julio de 2012 o que fuera la primera vez que ejercerían ese derecho.

Derivada de la definición de jóvenes, es importante también especificar que en esa etapa edad, se hace mención del concepto de pre-ciudadano, debido a que legalmente todavía no se es ciudadano con deberes y obligaciones, es el proceso en el que se le va formando al individuo la importancia de que en un futuro sean los tomadores de decisiones. Existen pocas definiciones conceptuales al respecto, se habla de procesos de educar al ciudadano desde edades tempranas; el pre-ciudadano, es al que se le socializa desde edades tempranas y se le brinda un aprendizaje político temprano. El concepto de “pre-ciudadano”, queda especificado como etapa en la que todavía no se tiene el status legal para ser ciudadano (García & Micco, 1997).

Es importante también hacer mención de la definición de cultura política. Diversos autores la han tratado de definir; los pioneros en el tema son Almond y Verba, quienes afirmaron que a cultura política se construye día a día y está influenciada por los procesos de socialización a los que se enfrenta el individuo (Almond & Verba, 1963); el entorno familiar, escolar, etcétera. Por su parte Pye y Giacomo Sani, concluyen que la cultura política es el conjunto de experiencias personales, normas, creencias compartidas por determinada sociedad (Sani, Cultura Política , 1981) (Pye, 1997). Así mismo, Lane, la definía como el conjunto de creencia que tienen consecuencias políticas o que determinan prácticas sociales (Lane, 1992).

Después de revisar la bibliografía correspondiente al concepto, en esta investigación se define “*cultura política*”, como el resultado del conjunto de relaciones y de contextos a los que se enfrenta el individuo en el transcurso de su vida, se ve impactada por lo que le toca vivir, leer y oír.

Es importante recalcar que esa cultura política alude a pautas específicas por las que atraviesa la sociedad, por lo que provoca actitudes en los individuos (IFE, 2001), por ello se hace la mención que la cultura política se expresa a través de actitudes de los individuos. Es lo que de alguna manera Almond y Verba explicaron al identificar los tipos de cultura política haciendo la diferencia entre parroquial, súbdita y participativa, basándose en las actitudes de participación o apatía de los ciudadanos (Almond & Verba, 1963). En ese sentido “*actitudes políticas*”, se conceptualiza, como el actuar de los individuos con respecto a la política, esto es actitudes positivas o negativas hacia la política.

Con respecto al concepto de conocimiento político, se afirma que es la gama de información objetiva que reciben los individuos a través de su historia personal (Delli Caprini & Keeter, 1996). Son el conjunto de conocimientos que se pueden verificar objetivamente frente a opiniones subjetivas (Althaus, 2003). De esa manera se puede definir como “*conocimiento político*”, el conocimiento resultado de la relación entre lo sucedido y vivido y sus consecuencias, esto es, el individuo recibe una información y éste la analiza de diversas fuentes y hace el filtrado para quedarse con lo que él considera importante.

Autores como Luskin, habla del concepto de conocimiento político como sinónimo de “*sofisticación política*” (Luskin, 1990), ya que considera que las personas que más conocimiento político tienen, están más interesados en seguir informándose al respecto lo cual les genera una amplia visión de lo sucedido en la política, desencadenando en actitudes de participación e interés en la política.

Cuando una persona tiene un acercamiento fuerte con temas relacionados a la política, tiende a sentir que puede repercutir en el sistema político, a esto se le denomina eficacia (Campbell, 1964). Es el sentimiento de que la acción política individual tiene un impacto o incide en el proceso político (Reef & Keeton, 1993). En el marco de la investigación se hace uso del concepto de “*Sentimiento de eficacia política*”, como la percepción que tienen los

individuos de poder tener influencia en el desempeño del sistema político, en la toma de decisiones y en el actuar de los políticos e instituciones políticas.

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

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

Otro concepto muy utilizado también, fue el de medios de comunicación, haciendo mención de que su información llega a grandes segmentos de la población, contribuyen a que a información política sea digerida y traducida para el público en general (McCombs & Evatt, Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de a agenda- setting, 1995). En su papel de trasmisión de información hacia la población, los medios de comunicación han creado corrientes de apoyo o rechazo hacia ciertos temas, incluido el tema político.

Debido a la importancia que tienen en el alcance y proceso de transmisión de información se consideran como grandes factores de socialización. Como "*medios de comunicación*" se consideró a todo aquel medio de trasmisión de información ya sea a través

de internet, televisión, radio o escrito que en sus contenidos presente todo tipo de información incluida la información política.

1.7 Modelo de Investigación

La investigación se realizó a través de dos aproximaciones una cuantitativa y otra cualitativa, para de esa manera hacer una mejor conclusión de los resultados debido a la triangulación de los mismos.

1.7.1 PRIMER ESTUDIO: Aproximación Cuantitativa

Se desarrolló una encuesta, aplicando un cuestionario el cual fue diseñado especialmente para esa investigación (Ver anexo 1). La encuesta fue realizada en el marco del proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Educación Pública (PROMEP), como Apoyo a la Incorporación de Nuevos profesores de tiempo completo (PTC) y por el por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

Para el análisis de los datos primeramente se procede a hacer un análisis descriptivo de la muestra esto con la finalidad de conocer al sujeto de investigación, posteriormente se hace un análisis de correlaciones para medir la relación existente entre los diferentes reactivos. En una siguiente fase de la investigación se utilizó una técnica de Regresión lineal múltiple jerárquica, debido a que es la más adecuada para hacer un análisis que detecte las variables que explican a las diferentes actitudes políticas analizadas en el estudio. Todo esto haciendo uso del programa estadístico IBM Statical Package for the social sciences SPSS versión 21.

Posteriormente se hace empleo de ecuaciones estructurales haciendo uso del programa estadístico Smart PLS, esto con la finalidad de analizar si el conjunto de variables

proporcionan significado a un constructo diseñado en teoría, si los constructos se ajustan al modelo teórico así como el tipo y dirección de las relaciones entre variables.

1.7.2 SEGUNDO ESTUDIO: Aproximación Cualitativa

Esta técnica es muy importante porque debido a la interacción que presentan los integrantes del grupo, permite conocer los puntos de vista y por ende los resultados necesarios del investigador y al ser ideado por el investigador, permiten captar mejor las percepciones de los participantes. Es un medio para recopilar rápidamente la información.

El Grupo Focal es una herramienta afectiva para capturar la información sobre conductas sociales, tales como actitudes y percepciones (Macia, Woodsong, MacQueen, Guest, & Namey, 2005). Es por ello que es importante utilizarla, para que al convivir e interactuar con jóvenes menores de 18 años.

El objetivo principal para el cual se utilizó también esta técnica es para poder identificar y capturar las percepciones que tienen los jóvenes menores de 18 años con respecto a participar políticamente, qué los motiva a participar políticamente, de dónde obtienen información política y sus hábitos de consumo de medios. Todo esto para identificar patrones de conducta política en este segmento de la población, así como también identificar su percepción en el proceso electoral que se vivió en el periodo de marzo-julio 2012, que abarca las campañas, debates, actuar de los candidatos y su proceso de toma de decisión el periodo de elección presidencial, ya que será su primera vez como votantes presidenciales, así como también saber cómo vivieron este proceso. Para el análisis de los datos se hizo uso del programa estadístico QSR Nvivo 10.

CAPÍTULO II

Democracia y cultura política:

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

2.1 Definición de Democracia:

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

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

En su trabajo, Linz y Stepan, afirman que se puede considerar democrático a todo aquel régimen que permite que existan preferencias políticas haciendo uso de la libertad de asociación, información y comunicación entre todos los participantes (gobernantes y gobernados) (Linz & Stepan, 1996). Las preferencias se verán reflejadas en las elecciones las cuales deben ser libres y limpias, debe existir el sufragio universal (Dahl, 1997), el derecho a competir por cargos públicos y sobre todo, participar en la toma de decisiones colectivas.

Para Robert Dahl, la democracia se presenta como el sistema político más aceptable debido a que garantiza, al menos en diez puntos, ventajas por sobre otros sistemas políticos de gobierno, estos son: i) Evita la Tiranía; ii) Garantiza derechos esenciales; iii) Otorga libertad general; iv) Promueve la autodeterminación; v) Proporciona autonomía moral; vi) Incentiva el desarrollo humano; vii) Protege los intereses personales esenciales;

viii) Fomenta altos grados de igualdad política; ix) Produce la búsqueda de la paz; x) Genera prosperidad en las sociedades” (Dahl, 1999).

Siempre la sociedad ha pensado y creído que la democracia es el sistema empleado por el gobierno, en el cual, aspectos como la soberanía y el poder reside en el pueblo, por medio de una elección de sus autoridades o representantes; un gobierno del pueblo (de acuerdo al significado literal). Para Sartori es el poder popular, es el sistema y régimen en el que el pueblo manda (Sartori, ¿Qué es la democracia?, 2003). Y siendo un sistema en el que el pueblo manda, esto implica la necesidad de que los individuos sean participativos y estén totalmente involucrados en el juego político. Esa es la importancia de la Democracia en la Cultura política, esto es, formar o propiciar la gestación de ciudadanos que estén totalmente familiarizados con las concepciones y actitudes que son inherentes al funcionamiento de la democracia.

2.2. Democracia Procedimental y Estructural

La definición de Democracia procedimentales se formula desde 2 perspectivas:

1.- Tomando en cuenta los mínimos requisitos muy al estilo de Schumpeter, para quién la democracia es “el acuerdo institucional para llegar a las decisiones políticas, en que los individuos ejerciten el poder de decidir por medio de una lucha competitiva mediante el voto del pueblo, además se identifican términos de voluntad del pueblo y bien común (Schumpeter, 1983).

2.- Y esos requisitos democráticos se pueden ampliar más allá de los requisitos institucionales.

Actualmente el concepto de democracia puede ser analizado desde el punto de vista *procedimental*, donde es vinculada primordialmente a los procesos de votación, elección del gobierno y la toma de decisiones, desde un enfoque *estructural*, basado en las características ideales de participación, igualdad que una sociedad debe cumplir. Robert Dahl, adopta una definición *procedimental* estableciendo un número de atributos para que una democracia pueda presentarse. En su definición de democracia procedimental, el autor afirma que se refleja un régimen en los procedimientos que se siguen para la toma de decisiones políticas. Estos son los elementos decisivos es decir, una teoría indiferente ante los fines u objetivos a los que éstas se dirijan, se enfoca en el procedimiento e instrumentación de la toma de decisiones (Dahl, 1992).

Esos procedimientos se buscan en identificar el reconocimiento de los derechos y libertades de los individuos, la pluralidad en la sociedad, instituciones (Partidos políticos, voto), así como los principios procedimentales (regla de la mayoría). Un precepto de Bobbio (1997), quien afirmaba que la democracia entendida como régimen político no es otra cosa que un conjunto de reglas con procedimientos para la formación de decisiones colectivas. Según el autor, es el establecimiento de un conjunto de mediaciones institucionales (reglas), entre la sociedad civil y el Estado. En este sentido, es muy importante hacer énfasis en la participación política, dentro de la cual el voto tiene gran valor por ser visto como la única forma de participación. Los ciudadanos se limitan a ser simples electores, por lo cual su participación se ve limitada a ir a emitir su voto el día de las elecciones (Michel, 1992).

Además es necesario generar un procedimiento democrático en el cual se establecen criterios esenciales (derechos del hombre) de orden político democrático (Dahl, 1989), tales como el derecho al voto, derecho a ser elegido, derecho de los líderes políticos a competir para conseguir apoyos y votos, elecciones libres y justas, libertad de asociación y libertad de expresión.

Por su parte, Touraine, afirma que la democracia puede constituirse solamente cuando todos los derechos del hombre están garantizados, para lo cual debe cubrir los siguientes puntos: 1) respeto a los derechos fundamentales; 2) representatividad de los gobiernos y ciudadanía y 3) limitación de poderes de la elite política. Tomando en cuenta las elecciones libres y el derecho al voto, estos dos criterios permiten medir el desempeño del régimen democrático, ya que la elección libre se dará cuando existe una razonable competencia política además de buscar la ausencia de los fraudes electorales (Touraine, 1995). Y al tener el derecho al voto, se les concede y respeta la facultad de todos los individuos en condiciones legales de participar políticamente.

La importancia de una democracia procedimental resuelve a la búsqueda de la expresión de los objetivos, es decir, en poner en práctica un sistema que permita realmente identificar y capturar las preferencias de los individuos como parte integradora del sistema, que se establezca un proceso de elección que sea igualitario y que quede impuesta la alternativa que es preferida por el mayor número de individuos.

Todo esto, claro está, realizado por medio de un acto electoral, lo que se reduce en la democracia procedimental a que siempre existan reglas claras y que las instituciones garanticen una competencia política de la competencia política electoral limpia (Ibarra & Moreno, 2007). Dentro de toda esa relación que se genera en el acto electoral, la vida política de la comunidad democrática tiene dos momentos fundamentales: el acto electoral y el periodo existente entre una y otra elección (Griggs, 2006). Formando lagunas entre periodos electorales y resumiendo el acto electoral en tres grandes momentos clave: el momento previo a la votación, el periodo de votación y el periodo posterior a la votación existiendo condiciones que aseguren la vigencia de la democracia en todo el ciclo.

En este proceso de intervención en los actos electorales, se puede definir a la democracia desde el punto de vista *estructural*, tomando en cuenta los criterios de participación (ideales de participación).

La participación ciudadana en la política es uno de los componentes de la democracia (Anduiza, 1993). Los procedimientos políticos competitivos han precedido al aperturismo en la participación (Dahl, 1989). La evolución de la forma de participación política ha generado una concepción distinta de la ciudadanía y de la forma de expresión de la soberanía popular (Salazar & Woldenberg, 1997). Esta práctica ciudadana está ligada a una esfera dónde los individuos interactúan entablando una relación con el Estado (Aguilera, 2009) fomentando la diversidad, el pluralismo y la tolerancia necesarios para una vida democrática. El ejercicio de esa ciudadanía, el concepto de derechos humanos (civiles, políticos, sociales, económicos) y la participación política brindan una gobernabilidad democrática legitimada. La sociedad debe tomar un papel activo (Cárdenas, 2008).

Para que florezca la sociedad civil es necesario construir un estado robusto y competente (Fukuyama, 2004). De esa sociedad civil fuerte ya hacía mención Dewey en 1927, que afirmaba que todo miembro de una sociedad debe ser partícipe activo y tener conciencia de su responsabilidad social para colaborar en las soluciones, por lo tanto la democracia debe de garantizar el acceso al poder a cualquier ciudadano, no debe existir ninguna exclusión.

Para alcanzar una democracia sólida y madura es necesario tener una base sólida conformada por una cultura cívica política y comunitaria en la sociedad (Bernstein, 1991) y

dicho ciudadano debe ser instruido (Dewey, 1992), pero no sólo debe limitar la enseñanza a promover el voto, debe ser instruido a participar en todos los asuntos públicos, en buscar la rendición de cuentas. La participación ciudadana tiene la ventaja de que involucra a los ciudadanos en los asuntos públicos lo cual hace posible que se legitimen las decisiones, en este sentido, el concepto de ciudadano es de vital importancia para la conceptualización de la democracia (Santos, 2004).

2.3 Teorías sobre Democracia y Participación Política:

2.3.1 Teoría Realista o Elitista:

Para esta teoría la subsistencia de la democracia radica en el compromiso de la elite la cual elite debe estar lo suficientemente preparada y con la debida experiencia. Al respecto (Michels, 1976) afirmaba que la democracia es una organización que requiere especialización para poder hacer diferencia entre los que dirigen y los que van a ser dirigidos, esto es, los individuos necesitan líderes para ser guiados. Por tanto su rol en el juego político es un poco limitado, por lo tanto la participación no es tan importante, lo relevante es la relación que se produce entre la elite y la masa. Uno de los defensores de esta corriente es Schumpeter (1950), para quién la democracia no ocupa que la masa gobierne, sino que tenga la facultad de aceptar o rechazar a sus dirigentes, y estos adquieren poder de decisión debido a la lucha por el voto de la población. La democracia, por tanto, sólo es la forma de seleccionar a sus gobernantes, lo cuales se ven inmersos en una lucha o competencia electoral por medio de los cuales manipulan al electorado para llegar al poder (Perruzzotti, 2008).

Schumpeter también establece los lineamientos necesarios que considera necesarios para el éxito de la democracia: 1) Que la elite sea de calidad; 2) Que la decisión Política no

se extienda; 3) Una buena Burocracia y 4) Serenidad Democrática (minorías en armonía y plena aceptación de las decisiones). Las elites de la democracia, en la búsqueda del poder, hacen uso de la publicidad partidaria y los slogans (Schumpeter J. , 1950), a los cuales considera la esencia de la política y hacen que los representados sean vistos como una masa irracional y pasiva. Este pensamiento de Schumpeter específicamente establece muy claro que para que la democracia funcione y que esté en manos de una elite, es necesario que ésta esté bien preparada para poder representar a los individuos, así como que se cuente con un cuerpo burocrático eficiente y sobre todo que las minorías acepten a esa elite y reconozcan los resultados de la toma de decisiones con plena conciencia y sean totalmente acatados los resultados.

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

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

ese proceso, debe existir la competencia por el poder político, lo cual promueve la lucha entre elites de diferentes partidos que buscan el poder.

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

2.3.2 Teoría participativa:

Esta teoría surge como respuesta a los estudios desarrollados en la teoría elitista, la cual se gesta en respuesta a los movimientos estudiantiles en los años 60's (Silva, 1997), que influenciaba a la clase trabajadora, y plantea la manera en que se debe desarrollar la democracia.

Su paso a las esferas de los gobiernos federales se da como el incipiente interés por parte de los gobiernos nacionales en comprometerse de manera verbal con los ciudadanos y su interés en invitarlos a participar. Como ejemplo de este esfuerzo se puede mencionar la aparición del programa "Community Action Programs", el cual surge apoyado por el Gobierno Federal de los Estados Unidos en 1964 (Mackenzie & Weisbrot, 2008).

Sin embargo, para desarrollar completamente la teoría es necesario definir qué se entiende por participación. Para Sartori, puede definirse como “tomar parte en persona”, la cual se da de manera voluntaria por cada sujeto, por lo que se desecha por completo el hecho de que se obligue a alguien a hacerlo (Sartori ,1988). Por otra parte, la democracia participativa es definida como “el uso de la democracia directa en varias formas y niveles” (Pennock, 1979). Es así como se puede concebir que la democracia participativa es aquella en la que los individuos toman sus propias decisiones.

Para Rousseau, la democracia participativa se centra en la adopción de decisiones políticas tomadas de manera individual. Estas decisiones individuales repercuten a nivel nacional, lo que se conoce como Soberanía Popular; la facultad de los individuos de elegir a sus representantes y que en ellos depositan todo el poder del ejercicio del Estado. Para ello es necesario lograr la igualdad política, beneficiando y afectando a todos por igual.

De ahí la importancia participar en el proceso de toma de decisiones políticas, como lo indica Rousseau en su obra “El Contrato Social” (1762). Por su parte Mill, afirma que la mejor forma de un gobierno es aquella en la que el ciudadano ejerce la soberanía así como en la que también puede desempeñar alguna función pública (Mill, 1966). Con esto se pone en evidencia que la participación no solo se produce por medio del voto (hecho que hasta en la actualidad sucede). Ahora bien, la participación por medio del voto se debe realizar de manera racional, hecho que se logra educando a la población a través de una serie de campañas de concientización de la población para ser políticamente activos.

Este autor, considera que además de la participación de necesita competencia y eficiencia, esto es que la participación aumente y sea cada vez mayor para de esa manera reflejar los intereses de los ciudadanos. Y que a la vez influyan los que participan en los que no lo hacen para que de esa manera los que participan activamente vean por los

intereses de los que no lo hacen. El ideal de Mill era un pueblo racional que debatía para conseguir el bienestar común (Mill, 1966). (Tabla 1).

Tabla 1 Comparativo entre las Teorías Sobre Democracia y Participación Política.

CATEGORÍA	TEORÍA PARTICIPATIVA	TEORÍA ELITISTA
¿QUIÉN Y CÓMO DEBE PARTICIPAR	Los interesados participan activamente en la toma de decisiones	Los ciudadanos deben participar en la elección de los representantes pero no masivamente porque esa decisión es de los representantes
¿QUÉ HAY DETRÁS DE NO PARTICIPAR	Insatisfacción	Satisfacción en el funcionamiento del sistema político
CONSECUENCIAS DE UNA ELEVADA PARTICIPACIÓN	Mejores ciudadanos y servidores	Sobre carga de demandas e inestabilidad
CRITICAS	No especifica mecanismos participativos. Presupone una ciudadanía activa	Se despreocupa de actitudes de apatía política. Restringe la relación entre ciudadanos y los políticos al ámbito electoral.

Fuente: (Anduiza & Bosch, 2004)

La teoría Participativa y la Elitista tienen grandes diferencias con respecto a la forma de interactuar de los ciudadanos, instituciones y gobernante. En la elitista existe un gran interés por que las masas dejen en manos de sus dirigentes todo el poder y toma de decisiones, además de que existe un alto porcentaje de apatía por parte de la sociedad. Por otro lado en la teoría participativa, los ciudadanos son más activos políticamente, exigen sus derechos y los hacen valer a la hora de seleccionar a sus candidatos y al exigirles de alguna manera resultados.

La democracia, para que se consolide en México, necesita de mayor compromiso por parte de la ciudadanía a participar más activamente, por parte de los políticos en fomentar esa participación conjuntamente con las instituciones para que se generen corrientes de información que generen una cultura política democrática en los individuos y que de esa manera se fomente la consolidación de ciudadanos democráticos, participativos, críticos y muy activos.

2.4 Cultura Democrática:

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

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

El que un país tenga una cultura democrática, se debe de ir construyendo día a día, esto es, promoviendo en los individuos a que se inmiscuyan en las cuestiones de política, es decir, que se construya un sistema participativo, siempre respetando las libertades de los individuos, como entes independientes y como miembros de una comunidad, y al pertenecer a esa comunidad la cultura política se puede modificar, desde una mirada multidimensional: individual, social, psicológica, espiritual, etc. (Salazar J. , 1990) En este sentido, si la cultura política puede ser vista desde varias perspectivas, en un país democrático es necesario analizar las condiciones sociales y económicas así como también las instituciones políticas que existen en una sociedad democrática y de ese trasfondo se van a gestar las actitudes políticas que van a estar presentes en esa sociedad democrática, ese resultado es la cultura política democrática.

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

El ciudadano debe ser educado para que de esa manera se fomente el que quiera participar (Maldonado, 2004), es importante recalcar que la calidad de la democracia se da en la medida en que sus ciudadanos son participativos.

De acuerdo a la Comisión Internacional sobre la educación del siglo XXI de la UNESCO, se encuentra la necesidad de formar una cultura ciudadana que vaya gestando en los individuos esa necesidad de participar activamente en el desarrollo de su sociedad así como en la formación de actitudes y aptitudes que edifiquen una cultura política democrática (UNESCO, 1994). Con este cambio en la cultura política democrática de los individuos se busca motivarlos a que sean más activos, que cooperen, dialoguen y ejerzan sus responsabilidades, por ello es necesario educarlo.

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

La importancia de la cultura democrática se centra en la “ciudadanía” componente principal, considerando a los individuos como entes racionales, libres e iguales, con la capacidad de tomar decisiones y ser parte del entorno político de un país.

En ese sentido, el concepto de ciudadanía como tal, Janoski y Gran consideran dos connotaciones del concepto; el pertenecer a una comunidad política nacional y el de tener derechos civiles, políticos y sociales (Janoski & Gran, 2002). Es cuando al ciudadano es considerado votante, elector, lo cual es sólo una categoría jurídico-política porque sólo se le limitan sus derechos a un periodo de tiempo condicionado a procesos electorales tales como elecciones de representantes, siendo que el ciudadano puede participar en política en cualquier tiempo y espacio.

Puede ser un ente activo en la política, no solo buscando la elección de sus gobernantes, sino también teniendo un compromiso con valores democráticos atentos y vigilantes a todos los actos del gobierno y buscando la manera de incidir en este, es decir, una sociedad con una cultura política democrática que busque estar atenta a la búsqueda de soluciones a sus demandas sociales, a hacerse escuchar y a saber pedir cuentas a sus representantes, para lo cual es necesario que exista la confianza entre uno y otro ciudadano. Las actitudes ciudadanas tienen que ser tatuadas en las experiencias cotidianas desde niños.

En este sentido, Morín (2000), afirmaba que había que humanizar al hombre, es decir, hacerlo consciente de las necesidades que tiene como ser individual y como miembro de la sociedad y que participe en busca de una mejora colectiva, así mismo, Tedesco, propone que la evolución del entorno social, económico y tecnológico hacen necesario redefinir la manera de educar a la sociedad en especial al ciudadano (Tedesco, 1996).

El proceso de evolución ha hecho que el ser humano crezca y busque sólo su bienestar individual olvidándose que pertenece a una colectividad y que es parte de ella, y al serlo tiene derechos y obligaciones, por ello la educación es muy importante, hay que formar a los ciudadanos para lograr que se fomente la participación (Gallegos, 2001).

La educación como herramienta en la construcción de una cultura democrática, presupone una regeneración del civismo, que se muestre el impacto que tiene el actuar individual en la colectividad, que el individuo tiene una responsabilidad social (IFE, 2002), de esta manera la educación tiene en sus manos comunicar, compartir y vivenciar principios democráticos y estrategias de aprendizaje para que se edifiquen pilares sólidos en la democracia de un país (Morin, 2000).

Los jóvenes pueden construir su cultura adquiriendo información, incorporando valores para de alguna manera, tener las herramientas necesarias para poder actuar y repercutir en la vida pública (Huerta & García, 2008).

El régimen democrático, tiene la obligación de formar conciencia cívica, debe ser dinámico y promover las interrelaciones y el diálogo, el cual la fortalece y perfecciona (Salazar J. , 1990). Todo ese intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias que son promovidos dentro de un país con una cultura democrática sólida, ayudan a que se construya también una cultura política en el individuo, la cual constituye un “código subjetivo” que media entre el individuo y la vida política y por medio de este que edifica su percepción de los político y a la vez norma su comportamiento (Peschard, 1996).

El ciudadano es el eje rector de la democracia, es el portador de la identidad nacional por ello debe tener la capacidad de utilizar todos los instrumentos de la democracia para formar con su participación una sociedad sólida (Carazo, 1997).

La educación es un eslabón clave para la conformación de una democracia estable, los ciudadanos son el elemento fundamental, es importante tener plena conciencia del papel que juegan y del rol que desempeñan. Toda sociedad democrática debe de voltear a ver a sus ciudadanos y para ello es necesario empezar a aleccionarlos desde edades tempranas, en la etapa en la que ellos todavía no tienen esas obligaciones, en la etapa del pre-ciudadano y no sólo educarlo en las escuelas sino en todos los lugares posibles. El ser humano no nace ciudadano, tiene que hacerse en el tiempo y en el espacio (Perez-Serrano, 2000).

En este sentido, diversos investigadores han centrado su interés en analizar este proceso, autores como Fernández (2005), Ibarra (2003), López (2003), Nanteras (2007) y

Tapia (2003) han iniciado una línea de investigación en diagnosticar el estado de formación de los ciudadanos en México, tratando de identificar si estos sujetos son críticos de los procesos que se dan en la esfera pública.

Estos jóvenes para ser esos sujetos críticos necesitan de tener conocimiento de las cuestiones políticas, es decir, llevar de por medio un proceso de socialización política que les genere un aprendizaje e interiorización de valores y actitudes frente a la política, es pocas palabras una cultura política.

Pero la importancia de pensar en los jóvenes o pre-ciudadanos, es para ver ¿cómo se están formando los ciudadanos del futuro? En México, de acuerdo a la Constitución Política Mexicana en su Capítulo IV, artículo 34, el status de ciudadano se da al cumplir la mayoría de edad, lo cual les da el derecho y la obligación del voto, aunque no exista sanción alguna si éste no se emite, lo que podría traducirse que sólo se ve la participación de sus ciudadanos por medio de las elecciones, aunque la realidad es otra, ya que en otras fracciones del artículo se hace referencia que los ciudadanos pueden libremente asociarse de manera pacífica para estar deliberar y hacer frente a diversos asuntos políticos.

Este texto que forma parte de la Carta Magna no hace mención en los ciudadanos que están en formación, ni siquiera son mencionados, y es importante debido a que desde edades tempranas se deben de ir forjando al ciudadano del mañana para que siga en la búsqueda de la consolidación de la democracia.

La importancia de pensar en los jóvenes o pre-ciudadanos como futuros tomadores de decisiones políticas no es reciente, la Asociación Internacional de Evaluación Educativa (IEA) ha conducido diversos estudios sobre educación cívica en adolescentes desde hace

más de 20 años, esto debido a la importancia de la formación cívica como causal de transformación democrática.

El proceso de formación de los ciudadanos debe iniciarse desde edades tempranas, esto es, identificar en los niños a sujetos críticos, con conocimiento más o menos sofisticados de los actores y procesos que conformen la esfera pública (López, 2003; Nanteras, 2007; Tapia, 2003).

Formar un ciudadano no es más que ir moldeando su personalidad, con valores básicos de convivencia, con una cultura democrática que lo haga convertirse en un ente activo dentro de los procesos políticos, que sea consciente de sus derechos y también de sus obligaciones (Maldonado, 2004). Esa formación del ciudadano no siempre ha sido vista como la formación de un ente participativo.

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

La consolidación de una ciudadanía democrática tiene la necesidad de una vida asociativa y una opinión pública (Aguilera, 2009), además de que es una fuente de

responsabilidades para edificar una vida política. De acuerdo a Schumpeter la democracia no sólo son las instituciones y los procedimientos sino una forma de vida que se va construyendo día a día gracias a las acciones emprendidas por los individuos que conforman la sociedad (Schumpeter J. , 1950).

Este ciudadano tiene las facultades de participar el en juego político de manera activa tomando decisiones. Para Peña el ciudadano debe de tener pertenecía a un grupo social (ciudadanía), derechos (votar y ser votado) y participación que es la manera en la que los ciudadanos son parte del juego político, lo cual es vital en toda democracia (Peña, 2000).

En todo el proceso que conlleva la cultura democrática, y el fomentar la participación del ciudadano, se puede ver que hay una alta consistencia en educar a ese ciudadano, acrecentar su conocimiento político que lo llevará a tener una cultura política que lo hará capaz de tomar sus decisiones y estar dentro del juego de toma de decisiones del país, ya no sólo espectador, sino también jugador activo, es decir, formar ciudadanos capaces de tener opiniones que los lleven a incidir activamente en las decisiones.

El hacer cada vez más fuerte a la democracia necesita de que sus instituciones sean altamente reconocidos por parte de la población, por ello es importante enseñar el valor de la democracia y lo fundamental que es la participación.

La formación ciudadana debe de empezar desde el aula de clases, lo cual considera muy importante debido dependiendo de los ciudadanos que se formen ahí será el tipo de sociedad que se tendrá, y hace hincapié sobre la necesidad de la formación de los ciudadanos (Cerdeña, Egaña, Magendza, Santa Cruz, & Varas, 2004). Por su parte A. Petrus, habla de la importancia de la educación social como parte de la socialización del individuo

y como consecuencia la formación del ciudadano para una convivencia social (Petrus, 1997). En este sentido desde hace algunas décadas, Freinet afirmaba que van estrechamente ligada la educación moral con la educación política, es decir, el afirmaba que ésta última está inmersa en las cuestiones morales, y creía que no se podía ser moral sin ser buen ciudadano (Freinet, 1988).

Maillú (1974), asevera que la formación de un buen ciudadano se debe a la educación cívica que éste recibe, la cual le va a proveer el conocimiento para ser un ente libre y responsable que va a buscar hacer ejercer sus derechos y así mismo estar consciente de la importancia de cumplir con sus deberes. En ese sentido de acuerdo al Diccionario de las Ciencias Sociales para la Educación (1983), también hace énfasis en la importancia de proporcionar a los individuos los elementos necesarios para que llegue a ser un buen ciudadano y que pueda desenvolverse dentro de su comunidad.

Todos estos autores concuerdan con la importancia que se le debe de dar a la educación, como parte formadora de los ciudadanos de una país, y ésta debe de iniciarse de edades tempranas para que junto al cúmulo de experiencias que vayan recolectando en su proceso de crecimiento de niño-joven-adulto, los lleve a ser ciudadanos informados, conscientes y participativos, es decir unos ciudadanos educados.

La escuela sigue teniendo una efectividad social cuando se plantea el propósito de preparar a ciudadanos conscientes, críticos, participativos, creativos, comprometidos y solidarios (Sacristán, 1994).

La democracia produce educación y la educación produce democracia (Bello, 2004). Y de ésta manera serán ciudadanos críticos, libres, participativos e involucrados. Como lo

dice Bernardo Toro la democracia es “necesaria enseñarla y aprenderla” (Del Toro, 1999). En todo proceso que conlleva la cultura democrática y el fomentar la participación del ciudadano, se puede ver que hay una alta consistencia en educar a ese ciudadano, acrecentar su conocimiento político lo que lo llevará a tener una cultura política que lo hará capaz de tomar decisiones y estar dentro del juego de toma de decisiones del país ya no solo como espectador, sino también como jugador activo.

Definición y Formación de la Cultura Política:

En el presente capítulo se hace una revisión de diversos autores y la forma en que definen el concepto de cultura política. Se hace un análisis de su definición y conformación. También se hace mención de la definición de conocimiento político, en cual es necesario en la conformación de la cultura política y que contribuye a la generación de actitudes políticas las cual están fuertemente ligada a la cultura política, así como de las diversas actitudes resultantes de una baja o alta cultura política, tales como participación política, sentimiento de eficacia política, cinismo político o desafección política.

3.1 Definición de Cultura Política:

El concepto de Cultura Política, en su definición ha generado diversas críticas debido a que puede ser abordado desde diversos puntos de vista, tal como lo menciona Ramos (2006) :

- 1) Psicológicos: Proporciona una orientación de manera individual, tomando en cuenta la idiosincrasia de los individuos hacia la política como producto de sus percepciones y evaluaciones.
- 2) Sociológicos: Se basa primordialmente en las orientaciones individuales hacia la política, solo el comportamiento, sin tomar en cuenta sus percepciones.
- 3) Lingüísticos: Haciendo un análisis de los significados que puedan encontrarse en los discursos utilizados en los comunicados políticos.

- 4) Orden Moral: La analiza como una subcultura y una organización social como la explicación de un orden normativo en cuestiones de política.

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

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

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

obviamente orientada hacia formas de organización y procesamiento de percepciones de su entorno político.

Ese referente de pautas adquiridas permite entender y ser parte del conjunto de dominación y sujeción que se da en las relaciones de poder y de autoridad de la vida política. El poder puede ser analizado desde el punto de vista individual el cual al ser parte de la sociedad gestará un poder social y otro político, recordamos que la política en palabras de Weber (1977), es la lucha por el poder, teniéndolo, se pueden dirigir las acciones y actuaciones de las personas (Lutz, 2012).

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

El concepto de cultura Política, tiene su origen desde la escuela conductista de Almod y Verba (1963), quienes la definen como orientaciones relativas al sistema político y sus componentes así como también las actitudes relacionadas con la función del mismo individuo dentro del sistema político.

En la época de los 60's, la cultura política fue analizada desde un punto de vista influenciado por la corriente conductista. Este enfoque afirma que la cultura política en una sociedad puede ser a nivel nacional en la que se interrelacionan las instituciones políticas y las instituciones sociales primarias como la familia, la iglesia y la escuela, mediante un proceso de socialización (Sabine, 1963).

En el enfoque conductista se llegaba a la conclusión que dicha cultura era conocer las opiniones de los ciudadanos sobre política, desde su sistema, entorno y el resultado de sus relaciones (output) tanto a nivel macro como a nivel micro, es decir, tanto individuos, actitudes políticas y motivaciones. De acuerdo a este enfoque la cultura política se basa principalmente en explicar las conductas de los electores con la finalidad de intentar descifrar el comportamiento de los votantes (Goddin & Klingemann, 1996).

El enfoque marxista opina lo contrario, que es el producto de una mayoría dominante que busca imponer sus códigos valorativos a través de medios de transmisión como lo pueden ser los medios de comunicación o el sistema educativo, segmentos de la población que tienen como finalidad imponer una visión de la realidad (Peschard, 2001).

Por otro lado, tanto Pye (Pye, 1997) como Giacomo Sani (1995), concluyen que la cultura política es el conjunto de experiencias personales, normas, creencias compartidas por determinada sociedad. Es el resultado de la historia personal de los miembros del sistema. Todo lo vivido y experimentado por el individuo tendrá repercusión en la cultura política de éste.

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

Por su parte Lane (1992), la definía como el conjunto de creencias que tienen consecuencias políticas o que determinan prácticas sociales. La cultura política se puede afirmar que es la integración de una identidad colectiva.

Forma parte de la vida diaria de todos los individuos como miembros de una sociedad, es parte de la tradición, de las raíces de cada pueblo o nación, ésta depende de la naturaleza de la sociedad y sistema en el que habitan los seres humanos, sus tradiciones, educación, se puede decir que está estrechamente vinculada con la vida diaria, no se puede quedar de lado, no sólo debe de considerarse cada que se presenten tiempos electorales, porque es un componente básico del juego político que determina actitudes e influye en el comportamiento político (Peschard, 2000), se puede participar de muchas formas, y la cultura política es lo que hace que la sociedad se movilice y quiera participar.

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

Retomando a Almond y Verba (1970), que son los pioneros en hablar del tema, ellos establecen que la cultura política de una nación consiste en la forma de distribución de las pautas de orientación de objetivos políticos entre los miembros de una nación.

El tema de la cultura política es de fundamental importancia para la vida política actual, es un factor fundamental para la democracia su consolidación, puesto que es a partir del conocimiento de los valores, creencias, convicciones y conductas de los

ciudadanos en una sociedad determinada que se puede comprender e incidir en la posibilidad de construir y garantizar la solidez y permanencia del proceso de democratización en el respaldo de las instituciones políticas y que se legitimen sus procesos en el que la participación ciudadana, como comportamiento político no se ha consolidado. La cultura política establece las pautas y los límites de conducta de los ciudadanos, de los líderes políticos además de legitimar a las instituciones (Leis, 2006).

El rechazo, apatía y desafección que se tiene sobre los asuntos políticos es el resultado de una mala cultura política.

3.2 Formación de la Cultura Política:

El hablar de cultura política, es hacer mención específica de las orientaciones políticas, de las posturas, actitudes con respecto al sistema político. Mencionar la cultura política de un país se refiere a los sentimientos, conocimientos y valoraciones de la población (Almond & Verba, 1970) . Es el conjunto de actitudes, valores y conocimiento hacia la política de una determinada población.

Como se mencionó anteriormente, la cultura política está enmarcada por diversos factores que la alimentan, Almond y Verba (1970), aseguran que después de la Segunda Guerra Mundial es cuando surge el auge de este concepto, debido a la confrontación de los dos modelos de participación estatal: la democracia, participar en las decisiones como ciudadano y el autoritarismo, ser un súbdito, es por ello que estos autores consideraban que la Cultura Política se expresa por sus instituciones.

La construcción de la Cultura Política está inmersa en varias dimensiones (Almond G. , 1956) (Parsons & Edward, 1955). Tabla 2.

Tabla 2. Dimensiones de la Cultura Política

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

Fuente: Elaboración propia (Almond G. , 1956) (Parsons & Edward, 1955).

En la anterior tabla se muestra las diferentes dimensiones haciendo la diferenciación entre orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas aplicadas al sistema político analizando desde el punto de vista de la historia, nación, constitución, además de hacer mención de que el sistema político tiene entradas y salidas (inputs y outputs). Por inputs se entenderá la estructura, los roles políticos, procesos de decisión, mientras que por los outputs son las decisiones legislativas, administrativas y jurisdiccionales además de la percepción que tenga el actor, en este caso los ciudadanos en el marco del sistema (Almond G. , 1956) (Parsons & Edward, 1955).

De acuerdo a este esquema, una cultura política estará más cerca de ser democrática en la medida que la valoración cognitiva supere a las otras, sobre todo a los afectivos, esto

es, entre más conocimiento y capacidad de razonamiento tengan los individuos, tendrán más elementos para poder hacer una evaluación que los lleve a tener mejores actitudes políticas en las que quieran participar y ser parte del juego político.

A partir de la combinación de dimensiones se pueden identificar 3 tipos puros de cultura política (Almond & Verba, 1963):

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

Almond y Verba (1963) concluyen que una democracia estable es posible en las sociedades en donde existe una cultura política participativa, pero hacen la afirmación de que es importante tener un equilibrio entre las tres, es decir un modelo mixto al cual denominan cultura cívica, el cual supone la existencia de individuos activos e interesados, responsable y solidarios que expresan sus preferencias pero sin rechazar a una élite gobernante. La tipificación de la cultura política muestra la diversidad del comportamiento político que puedan presentar los individuos de determinado sistema

político, gira en torno a cómo el ciudadano percibe el poder político y que actitudes toma hacia ellos

Rosenbaum severa que existen dos formas de estudiar la cultura política (Rosenbaum, 1975):

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

En los últimos 40 años la cultura política tiene que ver con el análisis que se hace entre la esfera pública, la vida política y los miembros de una comunidad. En el mismo sentido Dahl (1996), hace referencia a la cultura política es un factor que ayuda a determinar la forma de entender la política y se orienta a acciones colectivas tales como la opinión pública. En este sentido los dos autores concuerdan en que una cultura política para lograr generar en la población una movilización a ser participativos, activos y engranes importantes en la democracia de un país. La cultura política es vista como un factor fundamental para la democracia.

Una cultura política no se aprende de una vez, sino que a lo largo de toda la vida de esa persona, alude a pautas arraigadas y movimientos específicos por los que atraviesa una sociedad y por medio de diversos estímulos, entre ellos: los medios de comunicación. Autores como José Álvaro Moisés, la cultura política se dan en dos segmentos: 1) en el mercado y el 2) el resultante de experiencia política concreta como miembro de una comunidad política. El desarrollo ciudadano es un proceso de vida personal y social (Alvaro Moisés, 1991).

Autores como Durand Ponte ven a la cultura política como la posibilidad de que los actores políticos calculen sus decisiones políticas en base a reglas no rígidas del juego y que como producto de esa reflexión se generen acciones políticas: actitudes políticas (Durand, 1993).

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

La democracia participativa defiende la participación activa de los ciudadanos - informados y con confianza en las instituciones- en la toma de decisiones y constituye un elemento fundamental para la democracia estable (Pateman, 1970).

Con respecto a los ciudadanos informados es importante recalcar la importancia que tiene el conocimiento político en la cultura política. Se puede afirmar que la cultura política está directamente relacionada con el conocimiento que se tiene de los fenómenos políticos de la sociedad (Durand, 1993).

3.3. Conocimiento Político:

En el apartado anterior se habló de la cultura política y su importancia. Un concepto muy ligado a ese, es el de *conocimiento político*. Este concepto forma parte de esa cultura en formación, entre mayor conocimiento, mayor cultura se tendrá.

Puede definirse como el conjunto de conocimientos que se puedan verificar objetivamente frente a las opiniones subjetivas. (Althaus, 2003) (Delli Caprini & Keeter, 1996), se dice que es la gama de información objetiva acerca de la política que se almacena en la memoria a largo plazo y esa compilación de información está basada en la experiencia personal y la información que reciben los individuos a través de su historia personal, esto es se genera conocimiento como resultado de la relación entre lo sucedido y vivido con las consecuencias

De acuerdo al Diccionario Electoral (INEP, 2002) es la información que los individuos tienen acerca de la política, del funcionamiento del sistema político, además de que este organismo considera que en la mayoría de los países este conocimiento es bajo, y es fundamental al emitir juicios políticos razonados, decidir sobre votaciones, sobre apoyos a programas de gobierno, etc. El conocimiento se puede definir como el nivel de entendimiento que poseen los ciudadanos sobre el funcionamiento político en el que están inmersos (Brussino, Sorribas, & Medrano, 2008).

El conocimiento también puede verse como sinónimo de sofisticación política (Luskin, 1990), grado de atención política (Zaller J. , 1992) e información política (Althaus, 2003). El conocimiento contribuye a predecir actitudes (Bartle, J. En Ch. Pattie, D. Denver, J. Fisher y S. Lundlam (Eds.), 1997), si se le proporciona ciertos elementos cognitivos a los individuos se puede condicionar a que desarrollen cierto patrón de comportamientos y que actúen de cierta manera, pero siempre va a tener en cuenta sus intereses, los cuales deben de estar bien definidos como individuos y como miembros colectivos, además de ser determinante de la racionalidad instrumental de los individuos (Delli Caprini & Keeter,

1996) (Zaller J. , 2004), ese mismo conocimiento, les va a permitir identificar las acciones que tienen que realizar para mantener la estabilidad de la comunidad, su desarrollo y evolución. En resumen es la información útil que procede de la experiencia de cada individuo.

El conocimiento político es necesario para la cultura política de una población, porque ayuda a que los individuos entiendan el sistema político, su estructura y cómo pueden contribuir a éste. La forma en que los individuos se van a enfrentar a participar en cuestiones de política están determinadas por las actitudes políticas. Un menor conocimiento implica una menor participación y reproduce una desigualdad entre los habitantes de un estado (Soule, 2001).

El conocimiento político le permite al individuo tomar decisiones de forma racional (Downs, 1957). Un punto importante a analizar, es el hecho que altos niveles de conocimiento político están asociados a mayores recursos económicos (Althaus, 2003) (Delli Caprini & Keeter, 1996), esto podría deberse a la posibilidad de tener mayor acceso a la información y a mejores instituciones educativas, etc. Por su parte (Zaller J. , 1992), encontró evidencia de que al tener mayor conocimiento político, el individuo es más propenso a recibir y comprender los mensajes y estímulos de los medios de comunicación que los que tienen escaso nivel de conocimientos, por tanto son capaces de seleccionar los contenidos así como filtrar la información presentada, es decir, son individuos más críticos y más receptivos de la información.

Esa facilidad para discriminar información así como el interés en cuestiones de política pueden ser desiguales entre los ciudadanos, niveles de educación bajos, menos dinero y menos conexiones generan sentimientos de participación desigual (Soule, 2001). Por lo tanto, se puede ser considerado como un recurso del ciudadano, ciudadanos más informados en política mayor propensión a participar en política (Fraile, 2011)

Si bien, se ha explicado la conceptualización y la conformación de la cultura política y su relación con el conocimiento político, es importante considerar que esa cultura política van a desencadenar o propiciar acciones de los actores o sujetos políticos como pueden ser las actitudes (De Diego Romero, 2006).

3.4 Actitud Política:

La noción de actitud (Eagly & Chaiken, 1993) integra las dimensiones cognitivas (representación) y motivacionales (acción) en la forma de tomas de posición evaluativa de los individuos frente a situaciones o elementos del mundo, en este caso, político (Robinson M. , 1976). Para Germani (1966), actitud, es la “disposición psíquica” hacia algo, lo cual lleva al individuo a actuar o tener cierto comportamiento en base a decisiones tomadas considerando su experiencia y conocimiento.

La noción de actitudes políticas se refiere a tendencias psicológicas generalizadas de los individuos, es decir, a inclinaciones hacia una u otra toma de posición u otra frente aspectos estructurales del mundo político (Haye, Carvacho, Gonzalez, Manzi, & Segovia, 2009).

La actitud también se puede decir, que es el conjunto de individuos ejerciendo sus derechos políticos, incluyendo su derecho a participar en el ejercicio del poder político como miembro de un cuerpo investido con autoridad política o como elector. El sentimiento en la población de querer ejercer sus derechos como ciudadano, ser un ente participativo (Hagopian, 2007) (Marschall, 1997). Es la inclinación o disposición de asuntos políticos particulares (IFE, 2003). Para autores como Inglehart (1990), una cultura política es un sistema de actitudes, valores y conocimientos ampliamente compartidos en una sociedad.

Las actitudes están fuertemente relacionadas al conocimiento político, una de ellas es el interés en la política, jóvenes con mayor conocimiento político, tendrá una actividad positiva hacia la política (Matías, Damian, Quintero, Serna, & Torrejón, 2012). Es una disposición persistente que condiciona las reacciones ante situaciones políticas, son persistentes pero pueden cambiar (Arnoletto, EUMED.NET, 2007).

De acuerdo al Diccionario Electoral, las actitudes se pueden formar a partir de diversas influencias tales como, el medio ambiente, la familia, compañeros de trabajo, los medios masivos de comunicación, los grupos de presión, líderes de opinión (Martínez Silva & Salcedo Aquino, 2006). Para Lijphart las actitudes políticas no sólo abarcan la orientación individual hacia las entidades políticas sino que dan forma a la cultura política de la sociedad, es un reflejo del sistema (Lijphart, 1999).

Froman (1967) afirma que las actitudes políticas tienen dos componentes; uno afectivo: si algo le gusta o no y otro cognitivo: si el individuo cree, lo cual nos indica que las actitudes tienen componente evaluativos y de creencia con dirección e intensidad, claro está que el grado de creencia está relacionado con la calidad de la información que se tenga, de ahí que el conocimiento político influya directamente en desencadenar actitudes políticas en los individuos.

Feldman (2003), afirma que los valores están relacionados con las actitudes políticas, por su parte Abramson (1987) analizó la forma en que se cambian las actitudes mediante sentimientos de confianza política, de eficacia que contribuyen a la participación política, esto es, que los ciudadanos tengan la certeza de que pueden incidir en las decisiones del gobierno, que sus opiniones y acciones realmente son escuchadas y tomadas en cuenta y a lo que Converse (1964) sugirió que llegaban a ser inestables, los ciudadanos podrían cambiar de manera de pensar de acuerdo a la influencia provocada por los cambios generados en los actores políticos así como en los procesos políticos.

Esas actitudes generadas en el individuo conllevan a que quieran participar, quieran ser entes activos en la toma de decisiones, ellos consideran que son parte muy importante para el buen funcionamiento del sistema.

Las actitudes políticas al ser el resultado de la relación entre el conocimiento político y lo que creen, contribuye a la formación de sentimientos contrapuestos con respecto a lo que es ser parte del contexto político en el que se encuentra. Es lo que los lleva a participar en cuestiones de política, lo que va a estar determinado por sentimientos de eficacia política o de cinismo político que a continuación se definen.

3.4.1 Sentimiento de Eficacia Política:

La eficacia se manifiesta como un sentimiento de que la acción política individual tiene, o puede tener, un impacto sobre el proceso político o el sentimiento de que el cambio político y social es posible y que el ciudadano individual puede jugar una parte en la consecución de este cambio (Campbell, 1964). Por otro lado la ineficacia política es la sensación que puede resultar tanto de la creencia de que uno no es capaz de conseguir influir en el sistema: ineficacia interna o la ineficacia personal, como la idea de que el sistema no es sensible a las capacidades, deseos, etc. de los sujetos que los integran: ineficacia externa o compartida (Coleman & Davis, 1976).

También se puede hablar de auto-eficacia política la cual se refiere a los sentimientos que experimentan los ciudadanos con respecto a su capacidad para incidir en el sistema político (Reef & Knoke, 1993). Esa capacidad de incidir puede tener dos direcciones opuestas, una que muestra la percepción que tienen los individuos de poder influir en el sistema político y por otro lado en dirección opuesta, el sentimiento de impotencia y de que como individuo no pueden tener ninguna incidencia en la política (Seeman, 1959).

La eficacia política hace referencia a los sentimientos que tienen los ciudadanos con la capacidad de repercutir en el sistema político (Reef & Keeton, 1993), los individuos tienen

la percepción de que tienen incidencia en el desempeño del sistema político, eso sería positivamente hablando, ya que podría darse la otra mirada, la que sienten impotencia, desencanto (Seeman, 1959). En ese sentido, los jóvenes que mayor conocimiento político tienen son los que tienden a participar más activamente en cuestiones de política porque consideran que es fundamental para incidir en las decisiones y planes de acción del sistema político, es decir, son tomados en cuenta.

Ese sentimiento de ser tomados en cuenta, nace con el hecho de los ciudadanos tienen confianza en el gobierno, y consideran que son parte importante del él, por lo tanto está relacionado con altos niveles de participación política, y puede definirse de dos maneras, una eficacia interna que es en la que el individuo cree que puede entender la política y por lo tanto participa en ella; y la eficacia externa en la que existe la creencia de que el gobierno responde a las exigencias de ellos.

3.4.2. Interés hacia la política:

Si no hay una atención a la política, el ciudadano no es capaz de saber si le afecta no, además de no contar con la información adecuada sobre el tema, además de que no será capaz de transmitir sus demandas al sistema político. El interés por la política es una de las actitudes que más influyen en la participación política (Verba, Schlozman, & Brady, 1995)

De acuerdo a Arnoletto (2007), el interés es el indicador utilizado para medir la implicación psicológica de los ciudadanos en la política, que también se conoce como interés político subjetivo. Es el interés que posee un sujeto o grupo sobre los asuntos políticos, o al menos sobre los resultados de éstos (Klesner, 2003) (Sabucedo & Cramer, Sociological and Psychological predictors of voting in Great Britain, 1991) (Soule, 2001). El interés hacia la política es uno de los principales elementos de la participación política, e implica la importancia que se atribuye a la política y la medida en que se discute política (Klesner, 2003). Por su parte Sabucedo, Valiño y Van Deth ejemplifican la relevancia de

esta variable para distinguir entre sujetos activos y pasivos políticamente hablando (Sabucedo & Valiño, 1985) (Van Deth, 1990). Los individuos que más son activos políticamente hablando con los que presentan elevados niveles de interés en estos temas.

Este último autor señala que uno de los hallazgos mejor establecidos en la investigación sobre la opinión pública es la posición crucial del concepto *interés en la política* en los esquemas que unen los factores sociales y psicológicos a las actitudes políticas y conducta (Van Deth, 1990).

El interés por la política necesita de un conocimiento y una participación política, unos ciudadanos con conocimientos sobre la participación aumenta su atención hacia asuntos públicos (Soule, 2001). Por su parte Dahl, afirma que el interés de una persona por elegir se basa en el mayor conocimiento y experiencia posible (Dahl, 1989).

Roderic Ai Camp, en su libro “la Política en México”, presenta resultados de la encuesta Angeles Time sobre eficacia política, en la que según sus datos, en los 60’s en México el 38% de los encuestados creía que podía cambiar las condiciones del sistema, para 1990 se mantenía en un 35%, mientras que en Estados Unidos el 54 % creía que sus decisiones podían afectar al gobierno, además mostraba evidencia de que bajos ingresos generaban un sentimiento de menos eficacia política (Camp, 1999).

Por su parte Van Deth distingue 3 conceptos del interés político, además de afirmar que el interés en la política es un compromiso político por parte de los ciudadanos (Van Deth, 1990):

- 1) Interés subjetivo
- 2) Importancia atribuida a la política
- 3) Relevancia atribuida a la política

Este autor también asevera que en todo sistema democrático, los individuos deben de tener un mínimo nivel de interés esto con la finalidad de que conozcan los procesos políticos.

3.4.3. Participación Política:

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

Se puede clasificar a través de mecanismos gubernamentales y participación no institucional. Bobbio (1995) afirmaba que hay al menos tres formas de participación: 1) de presencia (menos intensa); 2) de activación (los individuos desarrollan actividades) y 3) de participación, en dónde el individuo contribuye directa o indirectamente en alguna situación política. Sani, propone que una ciudadanía informada y atenta a la política contribuye a establecer un ideal democrático (Sani, 1995).

Según Gianfranco Pasquino “La participación política es aquel conjunto de actos y de actitudes dirigidos a influir de manera más o menos directa y más o menos legal sobre las decisiones de los detentadores del poder en el sistema político o en cada una de las organizaciones políticas, así como en su misma selección, con vistas a conservar o modificar la estructura (y por lo tanto los valores) del sistema de intereses dominante” (Pasquino, 1994)

Puede definirse también como las actividades de los ciudadanos que están relacionadas en la toma de decisiones para la elección de gobernantes o para contribuir

en una política del estado (Almond & Verba, 1963). Por su parte Nie, Verba y Kim afirman que la participación debe ser analizada desde varias dimensiones y las enlistan (Verba, Norman, & Kim, Participation and Political Equality, 1978):

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

El voto, es sin duda la medida de participación política más común en las democracias liberales, tal vez, porque es la forma más sencilla de ser parte del entorno político y la que menos demanda de tiempo necesita.

Los tipos de participación política se pueden dividir en *a) Tradicional o convencional* (voto, afiliación política, participación en campañas políticas, debates, etc,) esto es, actividades de apoyo al régimen, mientras que el segundo tipo; *b) No convencional* (manifestaciones, movilizaciones); *c) participación socio-política* (movimientos sociales de oportunidad, no hay una jerarquía, existe una relación igualitaria en los participantes, es más bien dirigido a movimientos como protestas, o manifestaciones que podrían verse como actos contra el régimen (Norris, 2000) (Verba & Nie, 1972).

Por su parte Sabucedo, identifica 4 tipos de participación política: persuasión política, participación convencional, participación violenta, participación directa pacífica. La participación política está fuertemente ligada a las acciones que los ciudadanos realizan en la búsqueda de hacer ejercer sus derechos (Sabucedo J. , 1988).

Autores como Pippa Norris (2002) , clasifican a la participación de varios tipos, tales como:

- a) *Tradicional o convencional* (voto, afiliación política, participación en campañas políticas, debates, etc.) esto es, actividades de apoyo al régimen, mientras que el segundo tipo;
- b) *No convencional* (manifestaciones, movilizaciones);
- c) *participación socio-política* (movimientos sociales de oportunidad, no hay una jerarquía, existe una relación igualitaria en los participantes, es más bien dirigido a movimientos como protestas, o manifestaciones que podrían verse como actos contra el régimen.

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

El voto, es sin duda la medida de participación política más común en las democracias liberales, tal vez, porque es la forma más sencilla de ser parte del entorno político y la que menos demanda de tiempo necesita.

Capítulo IV:

Los Medios de Comunicación y la Política: Teorías de los Efectos Mediáticos

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

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

En contra parte emergiendo de las teorías de la movilización, se propone la teoría del círculo virtuoso que demuestra que al contrario del videomalestar, se demuestra un efecto positivo, propone que altos consumos de medios y elevados niveles de participación e interés en la política están relacionados, generándose una retroalimentación que genera un espiral

interés-participación-consumo de medios con dirección positiva convergiendo en la existencia de ciudadanos más activos políticamente.

Además se presenta el modelo OSOR de mediación en la comunicación, que propone que la conversación sobre política influye aminorar o acrecentar el impacto de los medios en los individuos.

4.1 Medios de Comunicación y Política:

Los medios de comunicación puede decirse que son el reflejo de la sociedad, por su impacto contribuyen a que se modifiquen valores, creencias y actitudes, además de legitimarlos (Zaller J. , 1992).

El análisis de los efectos de los medios de comunicación ha sido fuertemente estudiado, autores como (Colomé, 1994), afirman que la política se entiende como la movilización de voluntades, esa movilización requiere de dos elementos: la comunicación y el seguimiento. Para ello, surge un ámbito de la investigación conocido como “Comunicación Política”, que básicamente verá los efectos de la comunicación sobre la política como herramientas que contribuyen a la organización del Estado por medio de la influencia que ejercen en los ciudadanos para mantener el compromiso político (García-Luengo & Maurer, 2009). En ese sentido, la comunicación dentro de los sistemas democráticos ejerce el rol que le permite conocer el ejercicio de los gobernantes y transmitirlo a la población en general para de esa manera contribuir en la formación de pautas de comportamiento de los individuos en su relación con el gobierno, están incrustados en ella compartiendo algunos valores (Newton K. , 2006).

Los antecedentes pueden encontrarse en estudios sobre la opinión pública, las campañas electorales y la propaganda política (Merriam & Gosnell, 1924), en los que se

puede ver a los sistemas de comunicación como instrumentos organizativos de la actividad política y administrativa (Morogas, 1979).

En la búsqueda de esa organización política, los medios contribuyen en la formación de una cultura (Macluhan, 1965), es decir, que no son neutrales, que determinan la forma de pensar y de actuar de una sociedad. Eso puede verse reflejado en la historia, recordando cómo en regímenes totalitarios se daba una pequeña cantidad de comunicación entre la elite y la masa, mientras que en regímenes democráticos la comunicación es continua para generar opinión pública (Fagen, 1966).

La comunicación de masas es forma esencial de la relación entre los seres humanos, con respecto a la comunicación política se ven relacionados los emisores que serían los agentes políticos y los receptores que son los ciudadanos. Estudios sobre las elecciones en Estados Unidos (Lazarfeld, Berelson, & Gaudet, 1948), Así como los estudios sobre los efectos de las campañas del Presidente Eisenhower han sido de relevante importancia para tomar en cuenta la importancia de la influencia de los medios de comunicación sobre los individuos.

Autores como Kurt Lang y Gladis Engel Lang (1966), demuestran que los individuos que se exponen a contenidos acordes a sus valores, rechazan los contrarios a los de propios, hacen un filtrado de los contenidos que reciben. En ese filtrado de los contenidos Zaller, (Zaller J. , 1996) intenta demostrar los efectos de los medios de comunicación durante la guerra de Vietnam, su análisis se centra en el cambio de actitudes provocada por los comentarios y posiciones de los medios de comunicación y demuestra que la prensa liberal tuvo el efecto de cambiar las actitudes hacia la guerra pero solo en los que eran liberales y que estaban predispuestos a creer en las noticias acerca del mundo real.

Manuel Guerrero, considera que los primeros estudios realizados en años 60's con respecto a la influencia de los medios en la política, se centraban en el comportamiento

ciudadanos, mientras que en los 70's y 80's hace un cambio al análisis del discurso político, siguiendo la línea de tiempo, en los 90's la influencia de los medios ahora es analizada como una herramienta de la democracia mediática (Guerrero, 2003), ya que ahora esa relación es vista como el puente entre los ciudadanos y los políticos (Rospir, 2003). Esto es, que ya los medios han modificado la forma de hacer política, ahora son utilizados como medio de difusión del conocimiento político. Los ciudadanos a través de los medios de comunicación reciben información y constituyen un canal de comunicación de las instituciones políticas.

Al recibir información a través de los medios de comunicación, estos contribuyen a la formación de las cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información que les permite influir de manera directa en la población formando corrientes de opinión (Abundis, 2007), son espacios donde los público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos elementales de la cultura, incluida la cultura política (Cruz & Pérez, 1997), es decir, los medios al llegar a casi toda la población pueden influir y determinar sobre algunos temas, pueden generar ciertas modas o ideologías. Contribuyen a entablar relaciones entre el sector político y la sociedad (Avery, 2009) y facilitan la formación de un criterio, actitud y cultura política de los individuos (Jamieson & Jamieson, 1997) (Rojas, 2006). La televisión es la principal fuente de información política así como de formación de opinión pública. (Sartori, 2005), es herramienta clave en el proceso de educación política.

En el proceso de instrucción política, el conocimiento político es indispensable para gestar sociedades participativas del juego político, que se vea reflejado por altos niveles de compromiso cívico y actitudes políticas positivas.

En ese sentido, Gamson (1992), considera que el ciudadano tiene tres fuentes de recursos de información sobre política (la realidad), estos es; los medios aportan hechos y personajes de alguna manera en forma de estereotipos, que los individuos con experiencia propia filtraran los contenidos para generar un conocimiento personal y

además se adiciona el conocimiento popular, “lo que todos dicen”. De ahí la importancia de la influencia de los medios, ya que si careces de ese conocimiento previo, lo que ellos presenten se tomará como conocimiento de hecho y puede llevar a los ciudadanos a socializar políticamente no de la mejor manera.

En el camino a la democracia, los medios de comunicación tienen un papel importante, en la medida en la que ellos se democratizan y cumplan con su función de informar con veracidad a la ciudadanía, estos tendrán las herramientas necesarias para tomar decisiones sin ser manipulados, es decir, los medios no serán el “poder invisible”, como lo califica (Bobbio, 1986).

Por otro lado, en palabras de Richard McKeon “una sociedad democrática se define como una sociedad basada en la comunicación. Sobre todo en épocas actuales ya que con la modernización los ciudadanos todo el tiempo están conectados, hay un flujo de mensajes de gran alcance (McKeon, 1951).

Debido a eso, no es raro que en el seno de la ciencia política haya crecido considerablemente en los últimos años el interés por la investigación de los efectos de los medios en el proceso de formación de la opinión política y de la cultura política. Esto es, que se tiene la plena confianza de que los medios pueden contribuir a que se genere la cultura política si se ofrece información amplia y bien documentada que promueva el activismo político de los individuos (Peschard, 2000). Con respecto a la participación política, lo que más se ha estudiado es el comportamiento electoral, en donde se encuentra una fuerte relación entre los medios de comunicación y elevados niveles de participación electoral (Street, 2005).

El creciente acceso a la información a través de los medios de comunicación ocupan un papel importante en la teoría democrática, el énfasis ahora está puesto en la calidad de la información que se transmite (Villafranco, 2005).

En las democracias actuales, es muy difícil que los ciudadanos tengan un conocimiento o una información de primera mano de lo que ocurre en el ámbito político. Normalmente su aprendizaje es vicario, gracias al papel de puente que los medios establecen entre las clases dirigentes y las democracias. Por ello los medios de comunicación pueden ser fuente de información así como contribuir a la generación de una opinión pública que ayude a promover la actividad política (Abundis, 2007). Contribuyen a que la información política sea digerida y traducida para el público en general (McCombs & Evatt, 1995) y se entrelazan como puentes entre el sector político y gran parte de la sociedad contribuyendo a la conformación de democracias más estables (Avery, 2009).

En este sentido, se ha indicado que los medios son pieza clave al ser los encargados de entablar la relación entre la esfera política y la sociedad promoviendo de esta manera conocimiento político que va a llegar a toda la población pudiendo tener efecto en la juventud por estar en el proceso de formación de cultura política.

Con respecto a ese conocimiento Avery menciona que los individuos si bien reciben información de los medios, estos no son consumidores pasivos sobre política (Avery, 2009), tienen otras fuentes de información complementarias, el efecto de los medios debe fundamentarse solamente en la predisposición e influencia de los mensajes (Newman, Marion, & Crigler, 1992). Sus mensajes determinan comportamientos y/o actitudes en la sociedad (Newton K. , 2006). Esto es, que la información que genera el conocimiento político de los individuos se va construyendo poco a poco y de diversas fuentes. De acuerdo a ese enfoque constructivista, se puede decir que los individuos tienen un núcleo de actitudes y conocimientos que les ayudan a interpretar y a evaluar la información a la que están expuestos a través de los medios (Zaller J. , 1992).

Pero esa influencia ejercida sobre los individuos genera que los medios de comunicación constituyan la fuente más importantes de información política y puente de

enlace entre los gobernantes y los gobernados. Esto debido a que en general las personas que están en contacto directo con la política es mínimo, por no decir que limitado, aunado a eso, los que son activos políticamente el grueso de su información política la reciben de los medios de comunicación tradicionales como lo es la televisión, el internet (Stromback & Shehata, 2010).

En los últimos años se ha entablado un debate con el fin de tratar de entender los efectos de los medios y su relación con la exposición y atención a contenidos, encontrando una diferencia entre los que simplemente están expuestos a los contenidos de manera general y los que centran su atención a contenidos en específico de política (Prior, 2005). Además de que se encuentra fuerte evidencia con respecto a que la fuerza y la dirección del compromiso cívico depende del tipo de medio así como de distintos motivos personales (Norris, 2000). En ese sentido, se afirma que las personas que ven noticias serias o que leen periódicos de prestigio son los votantes más informados (Newton K. , 1999).

Un punto importante a recalcar con respecto a la influencia de los medios en las actitudes políticas, radica en la confianza en los medios de comunicación por parte de los individuos, en ese sentido se considera que en una democracia ideal, los medios cumplen tres funciones claves para que se preserve la transparencia y confianza en ellos (Guerrero, 2006):

- 1) Que proveen en la ciudadanía información suficiente para que sean capaces de fundamentar sus elecciones, opiniones y decisiones. Los medios pueden verse como una fuente de recurso educativo, informativo y formativo.
- 2) Que ofrezca espacios donde se pueda generar el debate abierto

- 3) Que sea el ojo vigilante a favor de la ciudadanía, lo que se conoce como “el cuarto poder protector”.

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

La evidencia empírica existente sobre el impacto que el consumo de medios de comunicación ejerce sobre las actitudes políticas como manifestación de la cultura política de una sociedad, desde una perspectiva, el uso de los medios contribuye a generar un cinismo político y una apatía, pero por otro lado también se ha encontrado el efecto contrario, concluyendo que los contenidos de los medios son los que generan la movilización política de los ciudadanos.

Ambos supuestos tienen el mismo fundamento: los medios si ejercen cierta influencia sobre los perceptores, pero esa influencia se presenta en dos sentidos; uno negativo: teoría del malestar mediático y positivo: *teoría del círculo virtuoso*.

4.2 Efectos Mediáticos sobre actitudes políticas

Los medios de comunicación pueden contribuir a que la población participe o no en cuestiones políticas. El público que más confía en la democracia, en sus instituciones y

también en sus dirigentes, es normalmente al mismo tiempo el que se expone y confía en los medios (Porath, 1995). Con respecto al análisis sobre influencia de los medios en las actitudes políticas se ha encontrado gran evidencia con respecto al interés, la participación y el compromiso político (Avery, 2009) (Capella & Jamieson, 1997) (Schreiber & García, 2003). Por ello es muy importante conocer la información que se presenta y la manera en que los medios hacen un tratamiento de la misma, pero incluso más aún quien la recibe. Esta información captada por jóvenes menores de 18 años, que apenas van a votar, con un acervo de conocimientos no maduro, y en crecimiento, debe ser bien seleccionada y sobre todo que exista mayor ética y seriedad en los contenidos que se presentan en los medios ya que pueden afectar y desvirtuar ese conocimiento que va a provocar que los jóvenes se interesen en cuestiones políticas y sean más participativos y por el contrario si la información que se presenta es bien estructurada, cumpliendo la función real de informar, va a contribuir en proporcionar a los jóvenes las herramientas necesarias para formarles un criterio en cuestiones políticas.

4.3 Teorías de los Efectos Mediáticos:

4.3.1 Teorías del Malestar Mediático:

Diversos elementos dieron origen al surgimiento de esta teoría, uno de ellos es la reducción de la confianza en las instituciones gubernamentales de la que habla Robinson (Robinson M. , 1976) que se le atribuye a la televisión, esto en los 50's, pero con el paso de modernidad se suma el internet (Newton K. , 2006). Ciertos temas mediáticos contribuyen a la formación de una desconfianza en las cuestiones políticas, es decir se produce un efecto negativo para la democracia, que puede derivar en desconfianza, desinterés, sobre todas las cuestiones de política. Este fenómeno se define y es conocido como *malestar mediático* o *videomalestar* (Schreiber & García, 2003). El concepto de videomalestar fue acuñado para referirse a las actitudes políticas negativas del público como resultado de ver noticieros en televisión (Robinson M. , 1975).

Antecedentes de esta teoría son mencionados por autores como Robert Dahl (Dahl, 1967) en su artículo titulado *"The City and the future Democracy"*, en el que relaciona los términos malestar y la televisión y vaticina el desencanto y la desafección política en los individuos.

La teoría del malestar mediático tiene sus orígenes en los trabajos de Kurt y Gladys Lang (Kurt & Lang, 1966), quienes fueron los primeros en sugerir la conexión entre el incremento de los canales informativos y el aumento de los sentimientos de desconexión con la política, la denominada desafección política. Estos autores consideran que el estilo que utilizan los noticieros para mostrar las noticias relacionadas a temas políticos pueden dañar la percepción y orientación de los ciudadanos hacia el gobierno y las instituciones políticas

Paul Weaver, por su parte hacía mención de que el formato de las noticias en televisión provocaba un total desinterés o en sentido más amplio, un rechazo a las instituciones políticas (Weaver, 1972).

El concepto de *malestar mediático* como tal, fue utilizado por primera vez por Robinson a principios de 1976, en su artículo *"Public Affairs and The Television and the Growth of Political Malaise: The case of the selling of the Pentagon"*, en el que describe el fenómeno de la pérdida de veracidad en las instituciones políticas (Robinson M. , 1976). Este autor señala que la manera negativa en que se presentan las noticias sobre política, en especial la televisión deterioran la confianza en los gobiernos, instituciones .

En su aportación Robinson, permite que puedan ser identificados puntos en los que pueda explicarse el *videomalestar*, considerando la magnitud y forma anómala de la audiencia televisiva, la percepción sobre la credibilidad de los programas, la cobertura informativa de manera imperativa, y finalmente el énfasis en los aspectos negativos por parte de los informativos televisivos (Robinson M. , 1976). Además de afirmar que a la

hora de la toma de decisiones democráticas estas se toman bajo la influencia de la información proporcionada por los medios de comunicación (Schreiber & García, 2003). Teniendo como resultado un alto nivel de apatía y cinismo por parte del público.

Por otro lado se encuentra que el aumento en la desafección política es paralela al aumento en las noticias negativas sobre los políticos la combinación de malas noticias junto con el ataque por parte de los periodistas hacia los políticos tiende a generar sentimientos negativos por parte de los ciudadanos (Blumer & Gurevich, 1995) (Fallows, 1997).

La relación más fuerte entre medios y sentimientos negativos hacia la política se concentra en el consumo de televisión a diferencia de los medios impresos (Newton K. , 1999). De acuerdo a Fallows la televisión tiene dos atributos; el favorable que consiste en entretener y divertir y a la vez el negativo que consiste en confundir y deslegitimar al sistema político debilitando la democracia (Fallows, 1997). Esto debido a la dependencia de los individuos cada vez mayor en la televisión como medio para obtener información política (Votmer K. , 2007).

Robinson argumenta que las personas expuestas a noticias por televisión tienen más inclinación a sufrir *videomalestar*, debido a que no tienen un acervo de información previo proporcionado por la lectura de un buen periódico o por el debate político que se produce con los amigos (Robinson M. , 1976) . La exposición a noticias en los medios limita el aprendizaje sobre política, erosiona la confianza en los líderes e instituciones políticas, así como reduce la movilidad política (García Luengo, 2002).

Estas actitudes negativas fomentan la falta de credibilidad en el gobierno y en las instituciones políticas; que genera que en los individuos se den actitudes de apatía política, confusión, desconfianza y bajos niveles de participación en actividades relacionadas con la política.

Patterson, por su parte, afirma que una cobertura negativa de las noticias por parte de todos los medios genera actitudes negativas en los ciudadanos, sugiriendo que comentarios negativamente realizados por parte de los periodistas generara esos sentimientos de desconfianza hacia la política (Patterson, 1993). Por otro lado, Hibbing y Theiss-Morse, encuentran que las personas que obtienen información de la televisión o de la radio generan evaluaciones negativas del Congreso (Hibbing & Theiss-Morse, 1998). Por su parte Holtz-Bacha, en un análisis realizado con datos panel, encuentra que la exposición a noticias en televisión y en periódicos no está asociado al videomalaise, sin embargo, alta exposición a consumos de entretenimiento generan bajos niveles de participación política (Holtz-Bacha, 1990).

En ese sentido, Putnam argumenta tres hipótesis con respecto a la asociación entre la televisión y la falta de compromiso cívico o político; 1) competencia por el tiempo¹, 2) los efectos psicológicos que inhiben la participación social y 3) los contenidos en los programas que debilitan la motivación cívica (Putnam R. D., 2000). Este autor encuentra que efectivamente la televisión genera un aletargamiento y pasividad con respecto a la política. Lo cual converge a la existencia de una fuerte tendencia a deteriorar y hasta en cierto modo destruir las actitudes y comportamientos de las masas necesarias para la democracia. Ese malestar mediático tiene un impacto adverso en gobiernos democráticos y en la política (Newton K., 2006). De hecho algunos autores han juzgado que los medios de comunicación han deteriorado la cultura pública necesaria para una democracia sana (Dalhgren, 2003).

Otros autores, como Capella y Jamieson (Capella & Jamieson, 1997), también hacen un análisis sobre los efectos de los medios de comunicación, viéndolos desde la perspectiva de cómo abordan los temas políticos haciéndose énfasis en el conflicto y del juego estratégico que utiliza la política. Estos autores parten del supuesto de que en

¹ En el sentido de la competencia en el tiempo en televisión de contenidos políticos frente a contenidos de entretenimiento

Estados Unidos existe un sentimiento de desafección y cinismo con respecto a la política como resultado de la influencia de los medios de comunicación. Y proponen en su libro *The American Voter*, un modelo sobre malestar mediático basándose en el conocimiento político, el cual consideran aumenta con el consumo de noticias, y su relación con la asociación de conceptos, con lo cual los individuos al estar expuestos a los medios van a emitir juicios sobre las instituciones y los actores políticos, pero sus datos no ofrecieron mucho apoyo a la hipótesis.

Hay que recordar que este movimiento se analizó en Estados Unidos (Capella & Jamieson, 1997) (de Vreese, 2005), pero autores como Newton (1999) descubre esta relación en Inglaterra, así como Voltmer y Schmitt-Beck en Europa del este (Voltmer & Schmitt-Beck, 2007). Capella y Jamieson, afirman que los contenidos políticos en los medios enfocados a la marketing político conllevan a generar sentimientos de cinismo y de falta de compromiso político (Capella & Jamieson, 1997). En ese sentido, autores como Maiers, considera que los programas televisivos acentúan los elementos conflictivos del proceso político lo cual provoca que se alimente el cinismo político (Maiers, 2000).

De acuerdo a lo analizado en la revisión bibliográfica, se puede concluir que la teoría del *media malaise* o *videomalestar* se puede resumir en dos supuestos: 1) los procesos de comunicación política tienen una repercusión significativa en el compromiso cívico y 2) que es en forma negativa. Esa presentación de manera negativa amenaza la cohesión de la sociedad civil al provocar el desinterés sobre los asuntos públicos.

Pero esta teoría muestra su contraparte, Pippa Norris (Norris, 1996), considera todo lo contrario, es decir, que el consumo de noticias y televisión sobre asuntos políticos si genera un aumento considerable en la participación política de los individuos y esta hipótesis es reforzada por Shah (Shah, 1998), pero recalca que el tipo de programación es el que contribuye a que se geste este fenómeno así como también el uso de nuevas tecnología (Shah, McLeod, & Yoo, 2001). Otros autores como Wellman, Qua-haase, Witte

y Hampton (2001), consideran que las interacciones comunicativas como el internet son un complemento de las interacciones personales y generan una mayor participación (Wellma, Quan-Haase, Whitte, & Hampton, 2001). Debido a eso, podría decirse que lo más adecuado es suponer que los efectos positivos o negativos de un medio están asociados con el contenido y el uso que le proporcione el consumidor del medio (Katz, Blumer y Guerevith, 1973; Katz y Blumler (1974). Autores como Shah, McLeod y Yoon, sugieren que el uso informativo de los medios se relaciona con un aumento en la integración y participación cívica, mientras que algunos contenidos de entretenimiento y diversión van a provocar lo contrario, una disminución (Shah, McLeod, & Yoo, 2001).

4.3.2 Teoría del Círculo Virtuoso:

Esta teoría estipula que la cobertura de los medios de comunicación tiene un impacto positivo en el conocimiento político y en la participación política, esto como resultado del uso de los medios como herramienta para poder llegar al público en general. Propuesta mantenida desde el paradigma de la Movilización política (Holtz-Bacha, 1990).

El principal argumento de las teorías de la movilización consiste en que la combinación de elevados niveles de educación así como la facilidad de acceso a información política contribuyen a movilizar a los ciudadanos (Newton K. , 1999). Surgen en contraste a la hipótesis del *media malaise*, sugiere que los medios de comunicación tienen un impacto significativo en el público manteniendo y promoviendo la participación democrática. Los medios de comunicación son una herramienta de la política para poder llegar al público en general. De esta manera, los medios de comunicación tienen una contribución positiva al funcionamiento de la democracia., contribuyen a la transmisión y generación de conocimiento político.

Además afirman que existe una fuerte relación entre el conocimiento y el comportamiento político de acuerdo a estudios realizados en Estados Unidos, Reino

Unido, Francia y Alemania (Dalton, 2000), teniendo como resultado un acrecentamiento en el interés político, en la discusión política y en la sofisticación ideológica.

Desde esta propuesta surgida en los años 90's, se establece que los medios de comunicación contribuyen a que en el público se mantenga o promueva la participación democrática. Holtz-Bacha hace una revisión de las teorías del malestar mediático a través del caso de Alemania Occidental teniendo como principal hallazgo el hecho de que la exposición a los noticiarios televisivos y a los periódicos de información general no estaban relacionados con sentimientos de desafección política, refutando lo propuesto en Estados Unidos (Holtz-Bacha, 1990). Quedando evidenciado que los ciudadanos al estar expuestos de manera consistente a noticias en general estarán más documentados en términos políticos y por lo tanto confiarán más en el gobierno y en el sistema político y serán más participativos. (García Luengo, 2002).

Tanto el malestar mediático como las teorías de la movilización política tienen en común que los medios de comunicación contemporáneos tienen un efecto significativo en las audiencias, la diferencia en las teorías de la movilización radica en que ese impacto es positivo, lo que conduce a mantener altos niveles de participación y promoción de la participación democrática. (García-Luengo & Maurer, 2009). Las teorías de la movilización son resultado más bien directo de la falsación de la mayoría de las hipótesis subyacentes propuestas por el videomalestar.

Dentro de este paradigma Pippa Norris, en sus estudios proporciona fuerte evidencia en contra de la tesis del malestar mediático y sugiere un modelo de "Círculo Virtuoso" (Norris, 2000), en este modelo se estipula que la comunicación política ejerce el efecto de fomentar el activismo de los que ya son activos políticamente. Su hipótesis se centra en que la atención a noticias en general contribuye a erosionar al sistema político, por el contrario la consistente exposición a noticias y a campañas electorales generaran

un mayor conocimiento en términos político y por tanto los individuos tendrá más confianza en el gobierno y en el sistema político.

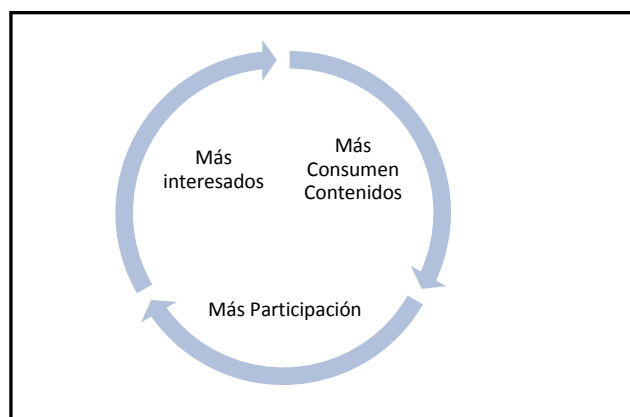
Lo que Norris encuentra, es que los consumidores usuales de noticias en televisión así como los lectores frecuentes de prensa informativa muestran más interés en continuar informados, interesados y comprometidos con la vida política, lo cual es reforzado por autores como Eveland, Shah y Kwak (Eveland, Shah, & Kwak, 2006). Así como también se encuentra evidencia positiva del internet y los elevados niveles de participación política. El medio juega el rol de conectar al público con el mundo de la participación cívica.

Los más versados en cuestiones políticas, los que más confían en las instituciones y en sus gobernantes, así como los que más participan en los procesos políticos se muestran más proclives a entender la cobertura informativa sobre asuntos públicos. Y aquellos más atentos a la cobertura sobre asuntos públicos se comprometen más con la vida pública, refuerzan el activismo (Norris, 1996)es decir, los medios se vuelven un círculo virtuoso porque refuerza el activismo a través de una espiral que se mantiene en el tiempo. Los individuos expuestos a informativos y a campañas electorales son los más documentados en términos políticos, por tanto los que más confían en el gobierno y en el sistema político teniendo como resultado ciudadanos más participativos en términos electorales (Norris, 2000) .

Por su parte Verba, Schlozman y Brady (1995), consideran que existe una causalidad recíproca entre comunicación y participación, esto es, que participar en política propicia que una persona hable en el futuro de política y viceversa, generándose ese espiral entre comunicación y participación desembocando en la formación de una corriente de información política que demuestra el interés en la política por parte de los ciudadanos creando un mayor compromiso cívico por parte de estos. Por tanto, los consumidores de medios van a buscar la información política a través de los medios pero filtrando lo contenidos movidos por un interés previo (De Vresse & Boomgaargen, 2006).

Este fenómeno puede explicarse en el sentido de que las personas que ya sienten un interés en la política son los que más buscarán esos contenidos, por tanto se generará el círculo virtuoso:

Tabla no. 3 Círculo virtuoso



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

El proceso de comunicación política puede entenderse como un círculo virtuoso en el largo plazo, se refuerza el activismo. Se puede entablar una relación de manera bidireccional, aquellos que son más expuestos a la cobertura de los medios de temas públicos son los más comprometidos.

Ese círculo no se genera si los individuos no tienen ningún interés en la política, ya que si la condición inicial de los individuos es nulo interés en la política al exponerse a un contenido desconfiará de la fuente o le cambiará de canal, de página o de sitio web (Norris, 2000).

En esa influencia que poseen los medios en el comportamiento político de los ciudadanos, es importante establecer la relación de efectos que tienen los diversos medios de comunicación en las actitudes, esto es, que el tipo de medio y de contenido influye para que se den tal o cual efecto. En ese sentido Rojas, encuentra evidencia de que

ciertos tipo de contenidos de entretenimientos muestran efectos negativos sobre el conocimiento político, la participación cívica así como el sentimiento de eficacia política, lo cual es reforzado por Shah, McLeod y Yoon que encuentran esa misma relación entre la erosión de ser activos políticamente y elevados consumos en medios de contenidos de entretenimiento y diversión (Shah, McLeod, & Yoo, 2001).

Putnam (1995) hace una crítica el deterioro de los efectos de la televisión de entretenimiento mientras que Norris hace una distinción de la cobertura seria de los noticieros sobre política y sus efectos positivos. Norris, muestra evidencia que el consumo de noticias en televisión sobre asuntos públicos genera elevados niveles de participación política (Norris, 1996), por otro lado, la prensa ha sido considerada como un soporte para la democracia al ser fuente de información y generación de conocimiento político (Newton K. , 1999) De acuerdo a Gunter y McAleer, el conocimiento político está relacionado con el uso masivo y especialmente con el consumo de noticias (Gunter & McAleer, 1997).

En la relación de los medios de comunicación y compromiso cívico no es solo con el medio, sino también con la influencia el tipo de programa, debido a que programas informativos o noticieros no fomentan sentimientos de cinismo político (Shah, 1998) (Bennet, Flickinger, & Bennett, 1999). La evidencia bibliográfica existente muestra que el uso informativo de los medios se relaciona con un acrecentamiento en la participación cívica y en el sentimiento de integración por parte de los individuos en los escenarios políticos (Katz, Blúmer y Gurevich 1973). Con lo que puede afirmarse que esos contenidos informativos están generando que los ciudadanos estén informados y quieran formar parte de las relaciones de poder que se dan en el sistema político.

Esta evidencia mostrada de la relación medio-programa-actitud, no se demuestra solo en el contexto estadounidense, es consistente en consumidores de medios en países

como Inglaterra (Newton K. , 1999), Europa del Este (Vltmer K. , 2007) así como en Latinoamérica (McLeod, Rush, & Friederich, 1968) y en Corea (Kim Ham, 2005).

En ese interés en descifrar esa relación existente entre los medios de comunicación y las actitudes se han realizado diversas investigaciones referentes al tipo de medio y su influencia, surgiendo el debate en analizar también los contenidos y tipos de programas. Con respecto al tipo de programa, Newton, afirma que más que el tipo de medio o programa, es la calidad del contenido presentado, aseverando que si se leen un periódico de calidad esto estará correlacionado de manera positiva con la movilización política así como con altos niveles de participación, desencadenando el círculo virtuoso (Newton K. , 1999).

En ese mismo sentido con datos de Dinamarca y Holanda, se encuentra evidencia de que la exposición a medios con alto contenido político contribuyen al alto conocimiento político (De Vresse & Boomgaargen, 2006). Las actitudes individuales se entienden como el resultado del contenido recibido por parte de un medio en específico.

Esto es, que los efectos resultantes, ya sean positivos o negativos son como consecuencia del medio, del contenido y del uso que le dan las personas. Es en lo que Norris, hace énfasis en las teorías de la movilización, hacer una distinción entre los efectos positivos, y negativos que producen los diferentes medios a través de los mensajes en las audiencias, lo que ella denomina el modelo de los efectos de la comunicación proponiendo el siguiente modelo: quién (la fuente), dice que (el contenido), a través de que canal (el medio) to whom (audiencia), con tal efecto (positivo-negativo) (Norris, 1999).

Con lo cual, ciertos contenidos de entretenimiento ya sean impresos o electrónicos, tienen un efecto, de igual manera que las noticias presentadas en esos mismos medios pueden generar otro efecto.

Por su parte, Rojas (2006), al abordar esta teoría, utiliza como variables independientes las variables sobre prácticas comunicativas midiendo el uso informativo de los medios de comunicación, el uso de los medios para fines de diversión o entretenimiento, pero introduce como elemento a considerar la comunicación interpersonal de los individuos sobre temas políticos. En sus resultados encuentra que no solo los medios de comunicación influyen, sino que también otros agentes de socialización como la familia, el entorno, el sexo, la educación y el status económico los que contribuyen a que los individuos tengan ciertas actitudes con respecto a la política (Pateman C. , 1980) (Rojas, 2003). Esto es, que si bien los contenidos, los programas y la información recibida por los medios de comunicación ejercen influencia en las actitudes políticas de quien los recibe, estas actitudes también se verán influenciadas por otros factores de socialización política.

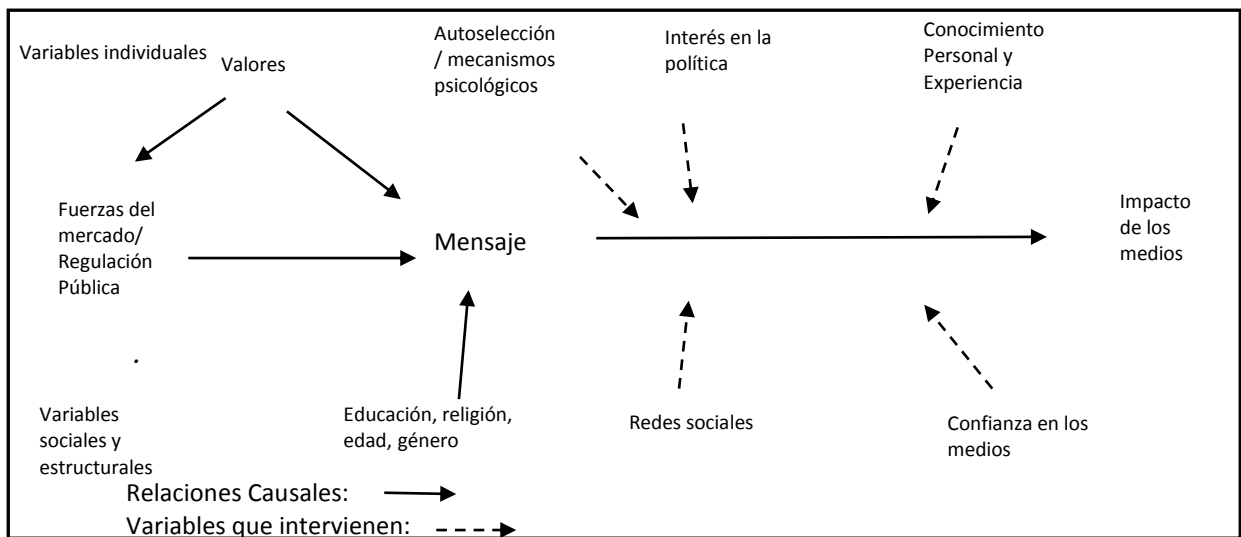
En referencia a esto, Rojas explora el rol de los medios de comunicación y los niveles de conversación política (Rojas, 2006), planteando como hipótesis que el consumo de noticias y la conversación sobre estos temas se relaciona fuertemente con la participación política de los individuos, así como también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

factores individuales y estructurales de los individuos para poner a analizar el impacto de los medios en las actitudes políticas.

4.4 La mediación de los medios de comunicación:

En el proceso de analizar las relaciones y efectos de los medios de comunicación en las actitudes políticas de los individuos, se ha encontrado evidencia de la necesidad de observar otros factores inherentes a la personalidad de los individuos, tales como la familia, su relación con otros, etc. (Lazarsfeld, 1968) (Blumer & Mcquail, 1968). Los individuos al recibir la información a través de los medios de comunicación, hacen un filtrado-selección por medio de su acervo de conocimientos previo, sus características psicológicas y por tanto los efectos mediáticos que pudiera producirse serán minimizados o modificados (Newton K. , 2006). Gráfico 1.

Gráfico 1. Mediación en los medios de Comunicación



Fuente: (Newton K. , 2006)

Este autor, lo que ejemplifica es que el impacto del mensaje tiene una relación causal y directa de acuerdo a los valores, la educación, religión, edad y género, pero en esa relación se incluyen otras variables, que si bien no tienen esa relación directa si ejercen algún grado de intervención e influencia, tales como el interés en la política, el conocimiento político previo y la confianza en los medios de comunicación.

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

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

Autores como Pippa Norris (Norris, 2000), propone un *modelo de causalidad recíproca de variables*, en el que especifica que todas los efectos de las variables comunicativas tienen una influencia y relación directa con las actitudes políticas de los

individuos. Por su parte Hernán Rojas, compara este modelo y afirma que existe una diferencia en las variables comunicativas, esto es, que existe un impacto diferente entre las variables que son sólo comunicativas sobre las políticas, esto es, que existe una diferencia en los efectos producidos y el tipo de contenido en los medios así como también otras variables socioculturales de los individuos y se propone el *modelo de causalidad recíproca asimétrica*. (Rojas, 2006).

Modelo utilizado por primera vez por Markus y Zanjoc (1985). Por sus siglas en inglés se conoce como O-S-O-R en el que se especifica de la siguiente manera los factores involucrados en la mediación en los procesos de comunicación:

- O: Orientaciones iniciales, atributos personales y valores centrales de los individuos.
- S: Estímulo, comunicación tanto masiva como interpersonal
- O: Representa las orientaciones subsiguientes (eficacia política, conocimiento político que pueden mediar la comunicación y por consiguiente la participación de los individuos: actitudes seguidas de un comportamiento).
- R: Respuesta final, comportamiento final.

Con este modelo lo que se especifica es que el comportamiento final de los individuos está motivado tanto por el conjunto de creencias, conocimientos y actitudes previas, así como la influencia que pueda ejercer en estas la comunicación y su interrelaciones personales. Los efectos dependen de las orientaciones de la audiencia.

Se aplica este modelo en el campo de la investigación en la comunicación política, y busca reflejar el enfoque condicional para el estudio de la influencia de los medios

(McLeod & Reeves, 1980). Esto es, comprender mejor el proceso por el cual se da un efecto diferente de los medios en cada individuo.

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

Los efectos de las prácticas comunicativas también se encuentran en el incremento del conocimiento político, así como en actitudes tales como el sentimiento de eficacia política con lo que también se encuentran elevados niveles de participación por parte de los ciudadanos (McLeod, Sheufele, & Moy, 1999). Esto es, enfatiza el rol que juegan las actividades comunicativas como factor potenciador de resultados democráticos tales como la movilización política de los ciudadanos (Lee, Shah, & McLeod, 2012).

Los modelos de mediación comunicativa concluyen que el uso informativo de los medios y la discusión política canalizan los efectos de variables demográficas, ideológicas y estructuras sociales hacia una orientación de respuestas participativas. Lo que el individuo ha acumulado en conocimiento, ideas, a lo largo de su vida lo proveen de la capacidad de filtrar los contenidos que recibe a través de los medios de comunicación, con lo que las actitudes políticas pueden formarse, modificarse o borrarse (Sotirovic & McLeod, 2001).

Diversas investigaciones se han centrado en analizar la influencia de la comunicación interpersonal y la masiva como forma de integración comunitaria (Rojas, 2006). Se ha propuesto enfocarse en la estructura de las redes sociales, esto por analizar el marco en que se dan las conversaciones políticas de los individuos (Scheufele, Nisbet, Brossard, & Nisbet, 2004). El análisis del impacto de las conversaciones interpersonales en la política se ha analizado como factor que refuerza la estabilidad de las actitudes políticas y el comportamiento electoral (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954).

Se enfatiza el análisis de la relación entre la información y la participación política, utilizando a los medios de comunicación como mediador informativo generador de resultados democráticos alimentados por la conversación de los ciudadanos como elemento interpretador de los mensajes en los medios (Lee, Shah, & McLeod, 2012).

La importancia del modelo radica en la capacidad de analizar desde varias aristas la influencia que tienen los medios de comunicación en el comportamiento político de los individuos en la búsqueda de estabilidad y consolidación de la democracia.

5.1 Población Juvenil:

La importancia de la juventud en el país, es que representan el futuro son los que construirán el porvenir de la nación al estar al frente de las instituciones gubernamentales o al influir en las pautas de conducta de una sociedad: la sociedad del futuro. El objeto de estudio del presente trabajo se encuentra focalizado en los jóvenes, que por primera vez se van a enfrentar a ser parte del juego político: pre-ciudadanos, para ello es importante definir a quiénes se consideran jóvenes, cuáles son sus características, sus preferencias y con esto tratar de identificar patrones de conducta que inician hoy y repercuten cuando llegan a ser adultos.

Si bien, no existe una definición muy exacta sobre qué es la población juvenil, la definición de joven es fluida y arbitrariamente definida tanto física como socialmente y varía a través de las culturas y las eras (Fussel & Grenne, 2002). Algunos autores coinciden que es el resultado de la interacción de procesos biológicos, mentales y sociales del individuo y las influencias culturales específicas (Salas, 2008). En cualquier caso la juventud constituye un grupo de la población con gran heterogeneidad y muy cambiante, ya que los jóvenes van construyendo identidades sucesivas, de generación en generación, de subgrupo en subgrupo, de cultura en cultura (Mettifogo & Sepúlveda, 2004).

Otros autores mencionan que la juventud es una construcción social y cultural de carácter transitorio, resultado de la agrupación de aspectos valorativos y simbólicos cambiantes a lo largo del devenir histórico (Levi & Schmitt, 1996). (Hobsbawn, 2005).

De acuerdo a la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ, 2008) la población juvenil se concibe como la fase de transición entre la etapa de niñez y adultez, es decir, el proceso de transición en que los niños se van convirtiendo en personas autónomas y pasan a ser los conductores de los procesos de desarrollo económico, social y político.

Por su parte la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los define como las personas que están en el rango de edad de 15 a 24 años, sirviendo como parámetro a cada nación. La Unión Europea estipula el rango entre los 15 y 29 años de edad, mientras que en México se estima que un individuo es joven si está entre los 12 y 29 años de edad, de acuerdo a lo estipulado por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Este rango de edades es muy importante ya que corresponde con la etapa en la que los individuos van formándose en el plano educativo, social, económico. Esto se entiende como la etapa de preparación para que las personas que incorporen en el proceso productivo, se independicen de sus familias y comiencen a ser activos en las toma de decisiones de la vida política del país. Para la Comisión Nacional de Población (CONAPO, 2010), toma como jóvenes a los que se encuentran entre los 15 y 24 años de edad.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en su último censo (INEGI, 2010), tiene como resultado que en México el 36.2 % de la población se encuentra entre los 12 y 29 años y representa la tercera parte de la población total del país, así mismo, 11 millones de ellos tienen entre 15 y 19 años, este dato es relevante porque en esta etapa de la vida juvenil es cuando se comienzan a tomar una gran número de decisiones que repercutirán en su futuro. Se puede decir que México es un país joven, la media de la población se encuentra por debajo de los 26 años.

En el contexto del estado de Nuevo León, cuenta con 4, 199,292 habitantes, el 4 % de la población total del país. Un 88% en la zona metropolitana (3.7 millones). Es la tercera más grande del país y está integrada por los municipios de Monterrey, San Pedro, Santa Catarina, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Apodaca, General Escobedo, García y

Juárez. Teniendo en cuenta los datos del padrón, se puede considerar que Nuevo León es un estado joven ya que el 27.7 % de su población se encuentra entre los 0 y 14 años, así como un 26.6 % tienen entre 15 y 29 años. Y para el 2015, según la CONAPO, Nuevo León contará con 4,758,179 habitantes, de los cuales alrededor de 1,700,000 serán jóvenes, es decir, aproximadamente un 35.7 % del total de la población.

Estas cifras muestran el alcance que puede llegar a tener este sector de la población, ya que constituyen un segmento que está en proceso de desarrollo, y que es previsible que en el futuro tendrán una fuerte influencia en el crecimiento y estabilidad económica, social y por supuesto política de México. En este estudio se analiza a los jóvenes que estudian el último año de bachillerato, ya que se encuentran en una edad de entre los 16 y 18 años de edad y están próximos a participar en el proceso de toma de decisiones del país a través de ejercer el derecho de votar, lo que se conoce como pre-ciudadanos (Huerta & García, 2008).

En la etapa del pre-ciudadano, en un estudio realizado para la Unicef, se establecen cuatro lineamientos que deben de considerarse en la formación del pre-ciudadano: 1) que se dé una socialización en etapas tempranas, 2) que existe un aprendizaje político temprano, 3) que este conocimiento político actúe como filtro posterior y 4) También es importante conocer la influencia extra-escolar (García & Micco, 1997). Una escuela no educa en la democracia, eso se aprende conviviendo con familias democráticas, con escuelas democráticas y con medios de comunicación democráticos (Martín Barbero, 1998). Para José Bernardo Toro, la democracia es una decisión que se toma basándose en la manera de relacionarse con el entorno. Es importante analizar ese entorno que están viviendo los jóvenes, ya que ellos son la clave en el proceso de renovación que llevará las riendas del país en un futuro (Del Toro, 1999).

Ese pre- ciudadano, al llegar al status de ciudadano en un Estado o régimen político, adquiere el poder de decisión, pero no es hasta que tenga la mayoría de edad y entonces

¿cuándo eres niño no eres ciudadano? En ese sentido en países como Estados Unidos y Gran Bretaña inician la formación de los niños como futuros ciudadanos a partir el 6° año de primaria como iniciación en la maduración cívica (Sear & Valentino, 1997). Basándose en el hecho de que a esa edad ya se han formado las plataformas de conocimientos y valores (Fernández, 2005).

Durante muchos años se ha debatido mucho en el sentido de que a los niños no pueden considerarse como ciudadanos hasta la mayoría de edad debido a que es hasta esa edad cuando pueden emitir su voto, pero en ese sentido solo se está hablando de ciudadanía y no lo que implica ser ciudadano. Se hace la separación entre ciudadanía civil, política y social (Marschall, 1997).

- 1.-Ciudadanía civil: derechos de libertad y de justicia por ser parte del Estado.
- 2.-Ciudadanía Política: derecho a elegir y ser elegido, posibilidad de participar en las decisiones del poder.
- 3.-Ciudadanía Social: derechos a la educación, salud, calidad de vida.

En la adolescencia y juventud donde se conciben y retroalimentan actitudes y conocimientos que serán relevantes en la vida adulta (CONAPO, 2011). De ahí la importancia de analizar si este grupo de individuos están conformando un cultura política bien estructurada que les permita tener las herramientas necesarias a la hora de ser participantes en el proceso de elección y selección de sus representantes. En las pasadas campañas para presidente de la república en nuestro país, los candidatos luchaban por los 8 millones de votos que representaban los jóvenes que por primera vez votarían para presidente (IFE, 2012).

5.2. Jóvenes en la política:

Como se puede ver en las cifras del INEGI (2010), la población juvenil, representa un el 50 % de la población en México, de ahí la importancia de fijar la atención en ellos. En esta edad es en la que se encuentran en el proceso de maduración biológica así como en el periodo de toma de decisiones que como mencioné anteriormente tendrán repercusiones importantes en su vida, así mismo, al tener el status legal de ciudadano, ya pueden comenzar a participar en la toma de decisiones del país.

En este sentido, los niveles de participación que tienen los jóvenes en México no son lo que toda democracia necesita y más aun siendo un país de jóvenes, existe cierto desinterés. De acuerdo a la Encuesta de Cultura Política (ENCUP, 2005), que reporta datos sobre poblaciones mayores de 18 años así como también la Encuesta Nacional de Juventud (2005), encuentran resultados consistentes, en el que el el 44.1% de la población tiene un total desinterés por la política, el 39.8% tiene poco interes con respecto a temas políticos así comot ambién atribuyen ese poco interés a que tienen desconfianza en los políticos (38.8 %). Ahora siendo más concretos, en el Estado de Nuevo León, la participación política es vista por los jóvenes como electores (56.2%), así como también creen que la única forma de participar en cuestiones políticas es votando (43.1%.) y el 50% no piensa participar en política electoral.

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

Así mismo, el dato con respecto a percibir la votación como la única manera de participar también se incrementó, ya que ahora 8 de cada 10 mexicanos considera que solo puede ser parte del juego político por medio del voto.

Este sentimiento de total desinterés en la política puede deberse en alguna medida a las percepciones que tienen con respecto a la corrupción en los niveles de gobierno, ya que en este rubro son vistos en niveles muy elevado, sobre todo en el municipio.

Con respecto a los sentimientos de eficacia política, cuatro de cada 10 ciudadanos piensan que no tienen ninguna posibilidad de influir en las decisiones del gobierno, aunque este resultado está por debajo de la media.

Por otro lado, resultados de la Encuesta Nacional de Valores 2012 , realizada por el instituto de la juventud en México, también queda evidenciado la falta de interés en la política por parte de los jóvenes, ya que el 89.6 % de los encuestados no están interesados en la política del país y reprueba a los partidos políticos y a los funcionarios.

Estos resultados son en jóvenes ya en su mayoría de edad, pero ¿qué pasa con los más pequeños?, los que apenas están en el proceso de aprendizaje y entendimiento de las cuestiones relacionadas a la política. En ese sentido, los resultados de la Consulta infantil 2012, realizada por el Instituto Federal Electoral, en abril de este año, pueden mostrar el panorama que están viviendo los niños de 6 a 15 años de edad.

Los principales hallazgos que se encontraron: la mayor participación se dio en niños de entre 8 y 11 años, que representó el 50.2 % del total, siendo las niñas las que más acudieron a emitir sus ideas. Con respecto a la confianza en las instituciones, la familia, los maestros y el ejército coinciden con ser los más importantes al igual de los jóvenes mayores de 18 años, esto nos muestra como continúa la confianza en instituciones primarias.

Por otro lado, en el tema de los sentimientos de eficacia política, afirmaban que en su casa no toman en cuenta sus opiniones y este sentimiento crece con la edad de los participantes, lo cual es muy importante, ya que si desde casa no sientes que son valoradas sus opiniones, menos lo van a creer a nivel instituciones. Ese sentimiento crece con la edad. Con lo que respecta a la participación en estados donde la inseguridad no es un problema diario o tan cercano ese valor estaba por arriba de la media, es decir, en estos estados si creen que pueden elegir a sus gobernante y que participan en la toma de decisiones, esto es, tienen un sentimiento de eficacia política, mientras que en estados donde la inseguridad es muy fuerte, como es el caso de Nuevo León, ese dato está por debajo de la media, es decir, tienen un sentimiento de cinismo político al no creer que pueden incidir en las decisiones del sistema. Ese es un resultado muy interesante, porque refleja como el entorno de los niños está fuertemente ligado a la percepción que tenga sobre su participación en el juego político.

Con los anteriores resultados queda evidenciado en estos resultados la apatía y la falta de interés en participar y sobre todo en algo tan sencillo como el es emitir un voto los hace discriminarse ellos mismos, por decirlo de alguna manera, lo contradictorio es que están en el proceso de tener identidad, formarse una personalidad ser escuchados y no están haciendo nada por que sean tomados en cuenta.

Esa apatía de los jóvenes, tal vez se deba también en que los gobiernos no han hecho lo suficiente para motivarlos a encajar en el engranaje de la toma de decisiones. De acuerdo a el Libro Blanco de la Comisión Europea: Un nuevo impulso para la juventud Europea (2002), señala que los jóvenes deben ser implicados en la vida pública, como un reto y que es correspondencia de las autoridades reducir el distanciamiento entre ellos y la capacidad de expresión de los jóvenes así como modificar las estructuras que se ofrecen en la sociedad para crear foros o espacios donde sean escuchados y motivados a expresarse. Así mismo hay que analizar el hecho de lo que María Jesús Funes (2003), denomina “Socialización sobrevenida” que surge a a partir de la participación del

ciudadano pero no al revés, esto es que si existe evidencia con respecto a que la participación genera mayor conocimiento y que a la vez hace que el individuo sea socialmente político, pero es interesante también analizar si un aprendizaje amplio provoca también la participación.

Según Garretón (1993) existen a lo menos tres transformaciones que están incidiendo directamente en la participación de los jóvenes al interior de la sociedad: i) La primera se refiere a un cambio generacional; ii) la segunda alude a los cambios en la naturaleza de los procesos políticos y iii) la tercera tiene que ver con los cambios a nivel global: se pasa de la política como espacio de constitución / transformación de lo colectivo, a la política como espacio de transacción de intereses particulares y fragmentarios.

Esta situación repercute fuertemente en el campo juvenil, puesto que la experiencia juvenil actual estaría marcada por un cierto vacío, surgiendo una serie de sustitutos del lazo social. (Zarzuri & Ganter. 2002:48)

Al menos se esgrimen tres factores que determinan un rechazo de parte de los jóvenes hacia el sistema y principalmente hacia los políticos: desconfianza, no cumplimiento de ofertas y discriminación (Gangas, ...), debido a ello se sienten desencantados y sin ningún interés en participar, aunado a esto, la situación de indefinición en la que se encuentran los jóvenes, por estar viviendo el proceso de abandonar la infancia, en el que no tienen muchas obligaciones como ciudadano y llegando a la vida adulta en la que sienten la responsabilidad de estar en la situación de tener obligaciones para con el Estado, les genera la apatía.

En el caso de México, las últimas elecciones presidenciales arrojaron datos e interesantes con respecto a la participación de los jóvenes en la política, se pudieron sorprendentemente las movilizaciones sociales por algunos grupos de jóvenes que

luchaban por ser escuchados y de dar a conocer su rechazo a ciertos candidatos, partidos políticos y desempeño en el poder como lo fue el movimiento #yo soy 132, eso es un indicador de que los jóvenes comienzan a despertar, inician un periodo de avivamiento en el cual se da cuenta de que tienen incidencia en el sistema, que son parte de él y que deben participar activamente.

Por otro lado, con respecto a su participación por medio del voto, de acuerdo a cifras del Instituto Federal Electoral (IFE, 2012), de la lista nominal de electores que está conformada por 79 millones 454 mil 802 registros de ciudadanos, casi un tercio del padrón corresponde a jóvenes de entre 18 y 29 años (20.33 %), con lo cual, 23 millones 926 mil 223 jóvenes tuvieron la oportunidad de emitir su voto el pasado primero de julio de 2012.

Los jóvenes entre 20 y 29 años son los que mayor presencia tienen para tomar la decisión. En el sentido de participación el IFE sigue contribuyendo en promoverla, ya que en estas elecciones la mayor parte de los funcionarios de casilla se encuentran en este rango de edad, con ello contribuyen a que los jóvenes conozcan más a fondo el papel de esta institución, se den cuenta de la importancia que tienen y con eso se logre crear una cultura de confianza en esta institución para de esa manera contribuir a los jóvenes participen más.

Con respecto al análisis sobre la cultura política, en el contexto mexicano autores como Nateras (2007) analizó en 2005 una muestra de alumnos de los niveles de secundaria y primaria tanto de escuelas públicas como privadas en la ciudad de México y encuentra que la exposición a la información política transmitida en los medios es bajo (49.3 %) similar a lo encontrado en la Encuesta nacional de la juventud (2005), además detecto que solo un 10% de los estudiantes analizados mostraban altos grados de consumo de información política, concluyendo así que el grado de interés e implicación política es más bien bajo en ese estrato de la sociedad, además de poner en manifiesto que el tipo de escuela y el nivel de información sobre la situación política de los niños

demostrando que los que estudiaban en escuelas particulares presentan mayores accesos a la información política que las escuelas públicas, además de que el interés hacia la política fue bajo (48%) pero no se muestra una posible relación entre consumo informativo y el interés hacia la política.

Si bien, se ha mencionado la importancia los medios de comunicación con respecto a la política, ya que contribuye a informar a los ciudadanos que de otra manera no pueden tener acceso a esos contenidos haciéndoles más fácil comprender el entorno político en el que viven. Lo importante ahora es saber ¿cómo los jóvenes utilizan los medios de comunicación?. En México a través de la Encuesta Nacional de Valores 2012, se dieron a conocer datos verdaderamente ilustrativos con respecto a la relación medios de comunicación-jóvenes (IMJ, 2012).

Al cuestionarlos en la encuesta lo referente a ¿qué medios de comunicación utilizan para informarse? el 61.7 % afirmó hacerlo a través de la televisión, mientras que un 16.9 % lo hace por medio del internet, solo con 9.6 % lee el periódico contra un 39.4 % que nunca lo hace, en tanto que el 62.5 % dijo tener una cuenta en redes sociales. De ahí la importancia del proyecto de investigación, es decir, es importante identificar el papel de la comunicación en la formación de la cultura política. Ver los contenidos a los que están expuestos y si realmente están contribuyendo a la formación de individuos más críticos y activos políticamente.

Primer Estudio: Aproximación Cuantitativa:

En este capítulo se presenta el análisis cuantitativo realizado en este trabajo de tesis. El estudio tiene como finalidad capturar la información para identificar los factores que influyen en la conformación de la Cultura Política en los jóvenes en la zona metropolitana de Nuevo León. Se utilizará una encuesta con la que se busca identificar la asociación entre variables que explique las diferentes actitudes de los pre-ciudadanos, así como también su dieta mediática, para de esa manera poder enlazar los posibles efectos. Primeramente se presentarán los datos metodológicos que se utilizaron para el diseño del estudio. Posteriormente se mostrarán los análisis descriptivos de la muestra así como una serie de regresiones lineales Jerárquicas incluyendo primero como variables dependientes las variables que miden las actitudes políticas de los pre-ciudadanos con las variables relacionadas a la atención y exposición a medios de comunicación, esto con la finalidad de establecer asociaciones entre estas. Posteriormente y de acuerdo al modelo de mediación comunicativa se agregaron otras variables consideradas como orientaciones subsiguientes tales como las variables socio-políticas tales como la edad, el nivel de ingresos, su ideología partidista así como el tipo de escuela al que asisten.

Continuando con el modelo se adicionan las variables relacionadas a la atención a contenidos de política así como de entretenimiento y finalmente se agregan las variables relacionadas a los diferentes tipos de conversación tanto interpersonal como interactiva.

Posteriormente se hace uso de las ecuaciones estructurales para analizar la dirección y el tipo de relación entre las variables utilizadas.

6.1 Encuesta:

Para la realización del estudio, se desarrolló una encuesta, aplicando un cuestionario el cual fue diseñado especialmente para esa investigación (Ver anexo 1). La encuesta fue realizada en el marco del proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Educación Pública (PROMEP), como Apoyo a la Incorporación de Nuevos profesores de tiempo completo (PTC) y por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT), dirigido por el Dr. Carlos Muñiz.

6.1.1 Muestra y procedimiento:

El estudio se realizó seleccionando una muestra representativa de los jóvenes que se encuentren en el nivel de preparatoria, en la zona metropolitana de Nuevo León. Para ello se necesitó conocer los datos correspondientes al número de jóvenes inscritos en el periodo escolar 2010-2011. Nuevo León cuenta con 278 preparatorias entre públicas y privadas de acuerdo al Gobierno Estatal; en las cuales 28785 alumnos, de acuerdo a cifras de la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2010) se encontraban inscritos en el último año escolar de la preparatoria, siendo en este año en el que se encuentra el objeto de estudio de esta investigación, es decir, menores de 18 años próximos a votar, y que en las pasadas elecciones del 1 de julio ya lo hicieron por vez primera.

Primeramente se realizó una prueba piloto en una de las preparatorias seleccionadas, para revisar que el cuestionario fuera entendible y sencillo de responder por parte de los jóvenes. De esta manera se pudo confirmar que los participantes entendieron lo que se les preguntaba. Una vez confirmado que el cuestionario era adecuado, se procedió a aplicarlo en las preparatorias seleccionadas. El cuestionario es auto-aplicado, el aplicador sólo dio las indicaciones a los jóvenes sobre no dejar ninguna respuesta en blanco y que no era un examen, que lo contestaran sin temor

a ser juzgados, no existían respuestas malas o buenas, simplemente se tenía la intención de conocer lo que pensaban. Para de esa manera hacerlos sentir en confianza y que contestaran de la manera más clara y con eso minimizar sesgos o errores que afectaran el desarrollo de la investigación. Para el análisis de los datos se hizo uso del programa IBM Statical Package for the social sciences SPSS versión 21.

6.2 Instrumento:

Para obtener los datos, como se mencionó anteriormente se realizó una encuesta teniendo como herramienta un cuestionario (ver anexo 1) en el que se buscó medir variables tales como el consumo de medio que engloba la prensa escrita, radio, televisión, internet así como su conocimiento político, su nivel de participación en cuestiones políticas, su interés en la política, etc. además de variables socio-demográficas, para encontrar las correlaciones existentes entre estas. Las variables se midieron de la siguiente manera:

6.2.1. Variables Independientes:

Exposición a medios: Escala de Likert con la que se busca medir e identificar el grado de exposición o tiempo que dedican a los medios de comunicación (Schreiber & García, 2003). Se les pregunta el tiempo que le dedican a ver televisión, prensa escrita, prensa escrita por internet, radio, revistas de información, internet. Los valores de la escala consistían en (1) nada, (2) poco, (3) algo, (4) mucho y (5) bastante.

Atención a programas de entretenimiento: Para su medición se elaboró una escala conformada por de ítems que intentaban mediar el grado de consumo de programas de

entretenimiento. Se utilizaron escalas de Likert en la que se agruparon cuestionamientos como ¿cuánta atención prestaban a programas de entretenimiento en la televisión? Y se ejemplificaban cada uno de los diversos programas: realities, programas de humor, telenovelas en televisión, series de televisión, películas. Además se les preguntaba también con respecto a otros medios de comunicación como su grado de audición de programas de radio comercial basados en consumo de música. También se les cuestionó sobre su consumo de entretenimiento por internet tales como chatear, descargar música, etc. Tenían como posibles respuestas (1) nada, (2) poco, (3) algo, (4) mucho y (5) bastante.

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

Conversación política interpersonal: Utilizando también una escala de Likert de 5 puntos, se busca medir el grado de conversación que tienen los jóvenes con diferentes grupos de la población con los que se relacionan tales como, los amigos, familia, compañeros de trabajo y/o clase, profesores y maestros, sacerdotes o líderes espirituales además de con sus vecinos u otras personas de la calles. Para la elaboración de esta escala se tomó como referencia la utilizada en la (ENCUP, 2008) y se agregaron dos ítems utilizados por (Shah, y otros, 2007). Esto para medir el grado de diálogo que tienen sobre política los pre-ciudadanos con personas con las que comparten ideas políticas y con los que difieren.

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

6.2.2 Variables Dependientes:

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

Sentimiento de eficacia política: Se evalúa el grado de sentimiento de las personas hacia la política. En la cual se pueden hacer una clasificación entre *sentimiento de eficacia interna*, que es en la que se clasifican los individuos que creen que no pueden tener ningún efecto en el ámbito político y el *sentimiento de eficacia externa*, que alude a aquellos sentimientos personales de que el sistema no responde a las acciones de los ciudadanos (Rojas, 2006) **REVISAR DE VREESE 2005**. Se les cuestionaba con respecto al grado de acuerdo a aseveraciones como: “el voto en las elecciones es el único medio por

el cual puedo influir en lo que hace el gobierno”, “ las personas como yo no tienen ninguna participación o influencia en las campañas electorales”, “No creo que a los funcionarios públicos les importe mucho lo que piensa la gente como yo, sólo se interesan por conseguir votos”, “La mayoría de los políticos después de ganar las elecciones se alejan rápidamente de la gente de la calle”, “La política y los asuntos del gobierno son cuestiones tan complicadas que una persona como yo realmente no puede entenderlas”, “Realmente, da lo mismo qué partido esté en el gobierno porque todos son igual de malos”, “Sinceramente, creo que a los gobernantes no les importa nada lo que la gente como yo piense u opine”, “Las medidas de presión (como huelgas, manifestaciones, etc.) son la única manera efectiva para conseguir que cambien las actuaciones de los gobernantes”, “Pienso que estoy mejor informado que la mayoría de las personas sobre asuntos políticos”, “Considero que estoy bastante cualificado como para poder participar en política”, “Siento que tengo un muy buen conocimiento de los asuntos políticos que ocurren en el país”. La escala de Likert oscilaba de (1) nada a (5) bastante.

Participación política: Basada en un modelo de escala dicotómica (Kim, Wyatt, & Katz., 1999), en que les cuestionaba sobre si han realizado diversas actividades tales como “Has votado en las últimas elecciones (municipio, estatal, etc.)”, “Has colaborado o trabajado en alguna campaña política electoral”, “Has asistido a alguna reunión o mitin político”, “Has contactado o hablado con funcionarios elegidos”, “Has colocado alguna manta, cartel o fotografía de protesta”, “Has votado en las últimas elecciones para la mesa directiva”, “Has asistido a alguna manifestación o concentración” , “Asistes a reuniones de algún club o agrupación social”, “Realizas o has realizado algún tipo de trabajo voluntario”, “Has trabajado en algún proyecto comunitario”, “Has trabajado en apoyo de alguna causa o grupo social”, “Has asistido a alguna junta de vecinos”. Las opciones de respuestas eran (0) No y (1) Sí.

Cinismo político: Se utiliza una escala conformada por las siguientes aseveraciones: “Las propuestas políticas sólo dependen de qué tan bien le vaya al partido en los

sondeos”, “Los políticos están únicamente preocupados en ganar las elecciones y mantener su popularidad”, “Los políticos no se ocupan de los problemas de sus áreas políticas y administrativas”, “Los políticos nunca cuenta la verdad acerca de sus metas y objetivos”, “Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas”, “Nunca se sabe en qué están pensando realmente los políticos cuando hablan o actúan”, “No se puede confiar en que los políticos hagan las cosas de forma correcta”, “Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen”. Las respuestas oscilaban entre (1) nada y (5) bastante. (Capella & Jamieson, 1997).

6.2.3. Variables de Control:

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

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

Conocimiento Político: Escala diseñada para medir el grado de conocimiento político (de Vreese & Elenbaas, 2008) evaluado en 18 cuestionamientos² en los que se verificaba si contestaba de forma acertada (1) o de forma incorrecta (0). Se incluyeron las siguientes preguntas: ¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República? (PAN), ¿A qué partido político pertenece Humberto Moreira?, ¿Qué partido tiene mayoría en la Cámara de Diputados?, Podrías señalarnos ¿quién es el actual Secretario de Gobernación?, Podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México?, A qué partido político pertenece Manlio Fabio Beltrones?, ¿Cuántos años dura el mandato de un

² Con el objetivo de unificar todas las escalas de Likert en escala de 5 puntos se procedió a adaptar la escala obtenida multiplicándola por 4 y sumándoles 1.

Gobernador?, Y el mandato de los alcaldes, ¿Cuáles son los poderes de la Nación?, Y, ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?, A qué partido político pertenece Marcelo Ebrad, ¿quién es el gobernador de Nuevo León?, ¿Y el alcalde de monterrey?, ¿Quién es el alcalde de San Nicolás?, ¿ Quién es el Presidente del PRI en NL?.

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

6.4 Procedimiento:

Primeramente se realizó una prueba piloto en una de las preparatorias seleccionadas, para revisar que el cuestionario fuera entendible y sencillo de responder por parte de los jóvenes. De esta manera se pudo confirmar que los participantes entendieron lo que se les preguntaba. Una vez confirmado que el cuestionario era adecuado, se procedió a aplicarlo en las preparatorias seleccionadas. El cuestionario es auto-aplicado, el aplicador sólo dio las indicaciones a los jóvenes sobre no dejar ninguna respuesta en blanco y que no era un examen, que lo contestaran sin temor a ser juzgados, no existían respuestas malas o buenas, simplemente se tenía la intención de conocer lo que pensaban.

6. 5 Validación de Escalas e Indicadores:

Con la finalidad de validar los indicadores que se utilizaron en el estudio, se procedió a realizar un análisis de fiabilidad de las escalas, esto para determinar si estaban bien construidas, esto es si estaban explicando bien el constructo que se deseaba medir.

Para ellos se midió en primer lugar la escala de *exposición a medios*, se calculó su consistencia interna teniendo un valor de KMO de .65 ($p < .001$), que consiguió explicar el 49 % de la varianza, además de tener un valor de Alfa de Cronbach de .53 , lo que nos permite tener confianza de que la escala está bien diseñada. En la encuesta, también se utilizó una escala de *Atención a contenidos de política*, en la que se revisó si estaba bien conformada, se procedió de igual manera a calcular el KMO, teniendo como resultado un valor de .82 ($p < .001$), explicando un 53 % de la varianza que indica que los factores son los adecuados, así como también presentó unidimensionalidad del indicador ($\alpha = .84$), valor muy alto para reforzar el que la escala está bien construida.

Además se verificó también la *atención a contenidos de entretenimiento*, en la que la evidencia estadística de la buena conformación de la escala se evidenció al tener un $\alpha = .74$ y un KMO = .83 ($p < .001$) que explica 42 % de la varianza. . Posterior a las variables de dieta mediática se verifica la escala de *conversación personal sobre política*, las pruebas estadísticas de idoneidad arrojaron valores gratamente favorables (KMO= .84 $p < .001$) y que explica el 48 % de la varianza, así como un valor de alfa= .84. Lo cual nos permite hacer uso de esa escala por ser la idónea para medir ese constructo. En ese sentido también se comprobó el buen diseño de la escala de *conversación política interactiva*, con un $\alpha = .81$ y un KMO = .87 ($p < .001$) que explica 56 % de la varianza.

En ese sentido del consumo de medios también se verificó la creencia que tenían en los medios de comunicación, se utilizó la escala *credibilidad de los medios*, mostrando procediéndose a calcular la prueba Kaise-Meyer-Olsen, demostrándose idoneidad de los elementos KMO = .70 ($p < .001$), con un 58 % de varianza explicada y un $\alpha = .80$. Además

se presenta la escala de *confianza en las instituciones*, que también presentó idoneidad en su elaboración con $\alpha = .86$ y un $KMO = .85$ ($p < .001$) explicando un 52 % de la varianza.

Posteriormente se procedió a verificar la validez de la escala que medía el *interés en la política*, se procedió a calcular el valor de la prueba Kaiser-Meyer-Olsen (KMO), que permite evaluar la idoneidad de los elementos para la realización de un análisis factorial con ellos. En ese caso, la prueba arrojó un $KMO = .84$ ($p < .001$), lo cual lo indica que los reactivos utilizados son muy adecuados para realizar la prueba estadística. Es decir, todas las variables relacionadas para medir el interés en la política son aceptables y se asocian en un único factor que explica el 69 % de la varianza del interés. Para evaluar qué tanto la escala obtenida tiene consistencia interna, se procedió a calcular el estadístico Alfa de Cronbach. El valor obtenido ($\alpha = .84$) indica la unidimensionalidad del indicador, lo que implica que los ítems se unían efectivamente para medir el interés en la política.

De igual manera se hizo con respecto a la escala que midió el *conocimiento político*, teniendo como un valor $\alpha = .67$, además de que el valor de $KMO = .74$ ($p < .001$), asegurándonos de esa manera que los ítems son los adecuados para el constructo, además de explicar un 54% de la varianza.

Por otro lado, se encontró que la escala de *cinismo político*, cumplió con los requisitos estadísticos necesarios para considerarla bien elaborada con un $KMO = .92$ ($p < .001$) que explica 67 % de la varianza y un $\alpha = .93$.

Otro indicador que fue necesario validar es el de *eficacia política*, en el cual, el análisis de fiabilidad arrojó un valor $KMO = .859$, explicando el 37.17 % ($p < .001$) de la varianza, así como una consistencia interna adecuada para ser utilizada en el estudio ($\alpha = .93$). Por otro lado el constructo referente a la *participación política*, también fue bien conformado ya que su valor de $KMO = .773$ ($p < .001$), explicando un 25.141 % de la varianza, así como un valor $\alpha = .724$.

6.6 Análisis Descriptivo de la muestra:

La muestra quedó conformada por 1030 estudiantes, con un nivel de confianza del 95% y un error máximo del 3.2 %. Para realizar la selección de la muestra, en primer lugar se seleccionó de manera aleatoria las preparatorias separando en públicas y privadas así como de la misma manera se escogió a los grupos de último semestre en donde se aplicó el instrumento de medición. Las fechas de aplicación se dieron entre enero y febrero de 2011. Se aplicó en 11 preparatorias públicas y 12 privadas.

Al finalizar la encuesta y analizar los datos recolectados se eliminaron algunos debido a que no correspondían a los objetivos de la investigación, ejemplo de ello fue que se encontraron jóvenes de mayor edad a la que se tiene como objeto de investigación (personas con 41 años de edad), por lo tanto la muestra final quedó conformada por 836 datos.

Del total de los 836 jóvenes encuestados, se tiene que, la mayoría pertenecen al sexo femenino, es decir, un 58 % de la muestra son mujeres (482), mientras que el 42% son hombres (354), y hubo 7 casos perdidos, en los que el encuestado no contestó esa pregunta (Tabla 3).

Tabla No.3 Datos Sociodemográficos.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	34	58 %
Hombre	45	42 %
Escuela		Porcentaje
Pública	23	58.6 %
Privada	67	41.4%
Edad		Porcentaje
16	361	43.2%
17	386	46.2%
18	80	43.2%

N: 836 casos

Analizando el tipo de escuela al que acudían, es decir, si asistían a una escuela pública o privada, la muestra nos indica que en su mayoría pertenecía a una escuela pública, 490 jóvenes corresponde al 58.6 %, así como el 41.4% (346 casos) cursaba en escuela privada. Con respecto a la edad se tiene una $M = 16.64$ y una $DE = .666$, en su mayoría tienen 17 años (46.2%), lo cual es un indicador de que en las pasadas elecciones del 1 de julio estos jóvenes tenían la edad para participar por primera vez, ya que esta encuesta se aplicó en el 2011, le seguían los de 16 años con un 43.2% que representan 361 participantes en la encuesta, mientras que los de 18 y 15 años tenían el 9.6% y 1.1% de presencia respectivamente (Ver tabla 4).

Posteriormente se procede a analizar a su entorno familiar, en ese sentido en el cuestionario se tenían preguntas relacionadas al nivel educativo de sus padres así como su nivel de ingresos (Tabla 4).

Tabla No. 4 Nivel de estudios de los padres

Nivel Escolar	Padre	Madre
No tiene	4.3%	2.8%
Preescolar	.1 %	0 %
Primaria	5%	7.4 %
Secundaria	22.2 %	27.8 %
Preparatoria	24.8 %	27.2 %
No tiene	4.3%	2.8%

N: 836 casos

Con respecto al nivel de estudios de los padres, se tiene una $M = 5.04$ y $DE = 1.371$. En la muestra se encuentra que en los padres la categoría ningún grado escolar, representa un 4.3% de la muestra, es decir, 36 casos mientras que en profesional un 32.9% (275 casos) y posgrado 19.6% (89 casos). Con respecto a las madres de tiene una $M = 4.89$ y $DE = 1.26$. En el grupo de las madres, se pueden ver que las frecuencias más altas y consistentes, es decir, no presentan ninguna variación considerable desde las categorías de preparatoria a profesional.

En lo que se refiere al nivel de ingreso también se incluyó una pregunta en la que se les pedía que eligieran una opción de varias en las que los niveles de ingreso de presentaron den forma de rangos para facilitar la posibilidad de respuesta (Ver tabla 5).

Tabla 5. Nivel de Ingresos de los padres:

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

N: 836 casos

En la tabla anterior se puede ver, que el nivel de ingresos de las familias a las que pertenece la muestra analizada con $M = 2.14$ y $DE = .928$. EL nivel de ingresos que mayor presencia tuvo fue que mayor presencia tuvo es el del rango de entre 6,001- 10,000 pesos al mes, con un 37. %, seguido por el de menos de 6,000 con un 28. 3 % de la muestra y con un 25. 8 % que ganaban entre 10,001 y 30,001 pesos mensualmente. Se puede decir que solo una pequeña proporción percibía más de 30,001 pesos al mes (8.5 %).

Por otro lado, analizando la relación de los jóvenes pre-ciudadanos con los medios de comunicación se procedió a analizar el tiempo que estaban expuestos a cada medio de comunicación. Se encuentra evidencia de que los medios que más consumen los jóvenes el internet ($M = 4.35$ y $DE = .98$) en el que 497 respondieron que consumen bastante internet seguido por la televisión ($M = 3.91$ y $DE = 1.04$), en ese medio solo 16 personas afirmaron que no consumían nada de televisión.

Por otro lado la prensa digital ($M = 2.75$ y $DE = 1.4$), la radio ($M = 2.89$ y $DE = 1.12$) y las revistas informativas ($M = 2.57$ y $DE = 1.0$), tuvieron poca presencia como medios utilizados por los jóvenes encuestados. Finalmente el medio que menos presencia tuvo fue la prensa escrita ($M = 2.49$ y $DE = .96$), en el que solo 139 casos expresaron consumir mucha prensa escrita. Tabla no. 6.

Tabla No. 6. Consumo de Medios

MEDIO	Min.	Máx.	M	Me	Mo	DE
Televisión	1	5	3.91	4	5	1.04
Prensa escrita	1	5	2.49	3	3	0.96
Prensa digital	1	5	2.75	3	3	1.4
Radio	1	5	2.89	3	3	1.12
Revista Informativa	1	5	2.57	3	3	1.00
Internet	1	5	4.35	5	5	.98

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

Como se puede ver en la tabla anterior, los jóvenes están muy influenciados por la era de la modernidad teniendo del internet como medio de comunicación más utilizado, manteniendo el gusto por el auge de la televisión pero desplazando otros medios de comunicación más tradicionales como la prensa escrita.

Después de analizar el tiempo que le dedican a cada medio, es importante conocer el tipo de contenidos que demandan por lo que se hizo una segmentación en la atención a contenidos sobre política y otro sobre la atención a contenidos con fines de entretenimiento que quedan resumidos en las tablas 7 y 8.

Tabla no. 7 Atención a contenidos de política.

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

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

Al analizar la dieta mediática de los jóvenes, se detectó qué contenidos que están consumiendo (Ver datos en la Tabla 9). Se puede observar en los resultados, los jóvenes no prestan en general mucha atención a temas de política. Con respecto al consumo de los contenidos sobre este tema en internet, el 59.4% afirmó no navegar en contenidos de política de la web ($M = 1.69$, $DE = 1.03$). Así como tampoco atendían los programas donde se presente sátira con respecto a la política ($M = 1.69$, $DE = 1.05$).

Con respecto a los contenidos en la televisión, el 63.9% de los jóvenes respondió que no atendían a los contenidos sobre política en las televisoras nacionales ($M = 1.53$, $DE = .86$), así como al 29.2% tampoco consumía estos contenidos en las televisoras extranjeras ($M = 2.08$, $DE = 1.12$). En lo que se refiere a la radio, se encontró que el 56.5% no escuchaba por programas relacionados con la política ($M = 1.65$, $DE = 0.90$). Se vuelve a

detectar, por tanto, que el fuerte consumo del internet no es, sin embargo, de carácter político.

Frente a la atención a contenidos de política, también se preguntó acerca de la atención a contenidos de entretenimiento en los medios. El estudio mostró que los jóvenes tienen como mayor consumo el de navegar por internet para chatear, bajar música etc. ($M = 4.43$, $DE = 0.93$). Además, también suelen ver bastante las series de televisión ($M = 3.82$, $DE = 1.120$) y películas ($M = 3.74$, $DE = 1.12$).

También fue significativo el consumo de programas de música en la radio ($M = 3.24$, $DE = 1.34$) y de programas de entretenimiento por televisión tales como programas de revista o de humor ($M = 3.07$, $DE = 1.10$). Finalmente, el consumo más bajo se dio con respecto a las telenovelas ($M = 2.80$, $DE = 1.47$) y del que menos consumo tienen es el de leer deportes en periódicos ($M = 2.77$, $DE = 1.43$) (Ver datos en la Tabla 8).

Tabla 8. Atención a programas de entretenimiento.

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

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

El estudio mostró que los jóvenes tienen como mayor consumo el de navegar por internet para chatear, bajar música etc. ($M = 4.43$, $DE = 0.93$). Además, también suelen ver bastante las series de televisión ($M = 3.82$, $DE = 1.120$) y películas ($M = 3.74$, $DE = 1.12$).

También fue significativo el consumo de programas de música en la radio ($M = 3.24$, $DE = 1.34$) y de programas de entretenimiento por televisión tales como programas de revista o de humor ($M = 3.07$, $DE = 1.10$). Finalmente, el consumo más bajo se dio con respecto a las telenovelas ($M = 2.80$, $DE = 1.47$) y del que menos consumo tienen es el de leer deportes en periódicos ($M = 2.77$, $DE = 1.43$).

Es importante tomar en cuenta cual podría ser el motivo por el cual los jóvenes consumen en mayor medida los programas de los medios dirigidos al entretenimiento y menos de política. En ese sentido, el cuestionario presentó una pregunta en la que se les cuestionó sobre su credibilidad en las noticias de los medios de comunicación, a través de varias afirmaciones. Así, en cuanto a la relativa a que *“las noticias a menudo cuentan los hechos en forma inexacta o incorrecta”* se detectó una confianza intermedia ($M = 3.00$, $DE = 1.14$).

En un nivel similar se situó la valoración sobre que *“los medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte de sus noticias, no transmiten información contextualizada”* ($M = 3.06$, $DE = 0.15$). Finalmente, en relación a la afirmación sobre si *“los medios suelen informar en sus noticias de temas sin trascendencia, en lugar de centrarse en asuntos verdaderamente importantes”*, la valoración fue más baja ($M = 2.88$, $DE = 1.21$) (Tabla 9).

Tabla 9. Credibilidad de las noticias

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

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

Como se puede ver los jóvenes no presentan mucho interés en prestar atención a contenidos sobre política, les interesa más divertirse, escuchar música, no están socializándose políticamente a través de los medios de comunicación, sino tienen contacto con estos temas, es importante conocer otras fuentes de información política a las que están expuestos. Para ello se les cuestionó sobre con ¿quiénes hablas de política?

Tabla 10.

Tabla No. 10. Personas con las que hablas de política.

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

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

Como se puede observar, las personas con las que más hablaban de política era con los familiares ($M = 2.61$, $DE = 1.09$), seguido de profesores y maestros ($M = 2.37$, $DE = 1.07$), compañeros de clase ($M = 2.00$, $DE = 0.98$) y amigos ($M = 1.95$, $DE = 1.04$).

Es decir, se habla con el círculo cercano, con el que conviven día a día, pero no con otras personas como vecinos ($M = 1.66$, $DE = 0.89$) o sacerdotes y líderes espirituales ($M = 1.30$, $DE = 0.64$). Finalmente, es bajo el nivel de conversación con personas con ideas distintas a las suyas ($M = 1.92$, $DE = 1.07$), pero también con personas que tienen ideas similares ($M = 1.92$, $DE = 1.04$), lo que confirma el bajo nivel de debate político mantenido. Ahora bien, también es importante de que temas hablan los jóvenes, ¿qué les está preocupando? (Tabla 11)

Tabla No. 11. Temas de Conversación

Tema	<i>Min.</i>	<i>Máx.</i>	<i>M</i>	<i>Me</i>	<i>Mo</i>	<i>DE</i>
Lo que el Presidente , GF o Congreso hace	1	5	2.19	2	2	1.05
Lo que el Gobernador del Edo. está haciendo	1	5	2.44	2	2	1.12
Lo que ocurre en países extranjeros	1	5	2.31	2	1	1.12
La evolución de la economía mexicana	1	5	2.42	2	2	1.14
La situación de crimen y violencia en la sociedad	1	5	3.80	4	5	1.21
Sobre tu vida personal y familiar	1	5	3.34	4	4	1.30
La evolución de la escuela y la educación	1	5	2.97	3	3	1.15
La religión y tus creencias religiosas	1	5	2.44	2	2	1.20
Lo que ocurre en el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine	1	5	3.93	4	5	1.20

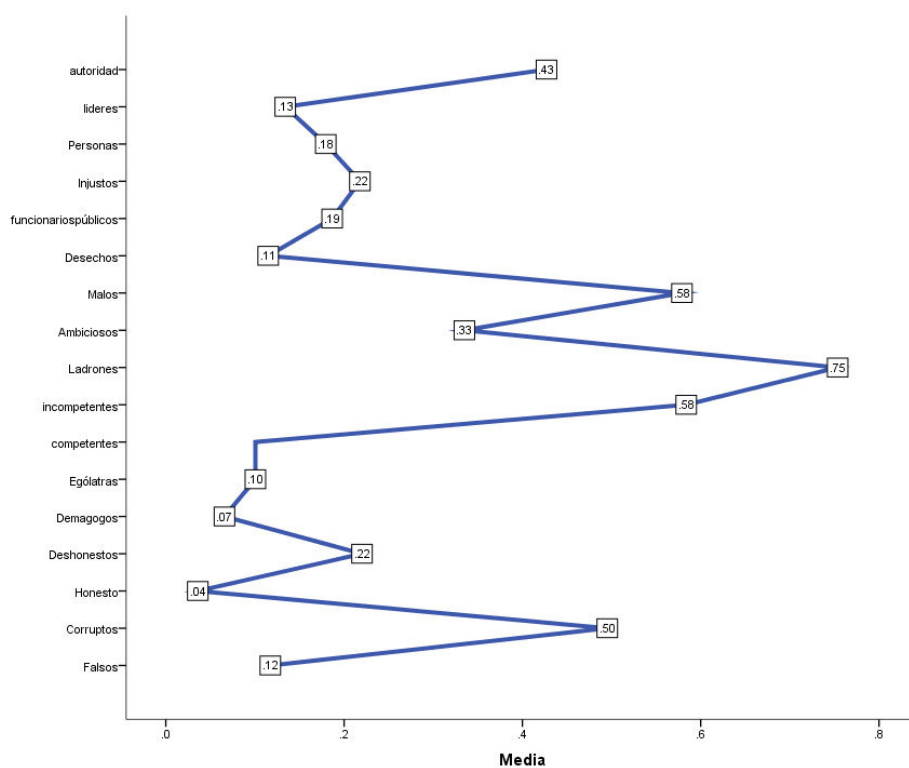
Nota: $N = 834$. La escala de Likert consistía en Bastante (5), Mucho (4), algo (3), poco (2) y nada (1).

De la tabla se puede observar que el tema del que más hablaban está relacionado con situaciones de diversión y entretenimiento, afirmaron hablaban bastante de lo que ocurren el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine ($M = 3.93$, $DE = 1.20$), posteriormente otro tema que llama a su atención para conversar es sobre la situación de crimen y violencia en la sociedad ($M = 3.80$, $DE = 1.21$), esto posiblemente debido a los altos niveles de inseguridad que se vivió en el estado durante el periodo de aplicación del cuestionario. Si revisamos la $Mo = 5$, vemos como los jóvenes respondían que hablaban bastante de este tema.

Siguiendo por orden de importancia se encontró que en tercer nivel dejaban las conversaciones relacionadas a su vida personal y privada ($M = 3.34$, $DE = 1.30$), seguido de sus diálogos con respecto a la evolución de la escuela y la educación ($M = 2.97$, $DE = 1.15$), en quinto lugar de temas sobre los que conversan se encuentran los relacionados a la espiritualidad, en ese sentido conversar sobre la religión y sobre las creencias afirmaron que lo hacían poco ($M = 2.44$, $DE = 1.20$), y por último de los temas que menos dialogan en sus reuniones se encuentran la evolución de la economía mexicana ($M = 2.42$, $DE = 1.14$), seguido de el de charlar sobre países extranjeros ($M = 2.31$, $DE = 1.12$), con respecto a este tema los encuestados la respuesta que más presencia tuvo fue la de “nada”.

Otro punto a considerar es la imagen que tienen sobre los políticos, en ese sentido, en el cuestionario se agregó una pregunta referente al concepto que tienen sobre los políticos. Gráfico 3.

Gráfico No.3. Conceptualización de los políticos.



En el gráfico anterior se puede constatar la forma en que perciben a los políticos los jóvenes pre-ciudadanos, los perfila como alguien que es Ladrón ($M = .75$, $DE = 2.94$), malo ($M = .58$, $DE = 2.46$) e incompetente ($M = .58$, $DE = 2.08$), así como también corrupto ($M = .50$, $DE = .86$) todo esto aunado a que lo ven como alguien con autoridad ($M = .43$, $DE = 2.66$). Esto pone en evidencia la falta de reconocimiento y confianza que existe en los políticos.

6. 7 Variables Explicativas de las Actitudes Políticas:

En el siguiente nivel del estudio se buscó comprobar las variables que explicaban las diferentes actitudes políticas de los participantes en el estudio. Se derivó en un análisis de regresión lineal múltiple jerárquica en la opción de pasos sucesivos. Como primer paso se utilizaron las variables independientes relacionadas a los aspectos sociodemográficos tales como el sexo del encuestado, la edad, el nivel de ingresos de la familiar, su posición política así como el tipo de escuela al que pertenecen (modelo 1).

En el modelo dos se agregaron las variables relacionadas a su exposición los diferentes medios de comunicación como la televisión, la prensa escrita, la prensa digital, la radio, las revistas de información así como el internet. En el siguiente paso se agregaron los niveles de atención a los diversos contenidos consumidos en los medios ya sean atención a contenidos de política así como los de entretenimiento (modelo 3).

Finalmente el modelo 4 en el que se involucran las variables de conversación política interpersonal y por internet. Se verificó que las variables cumplieran el supuesto de independencia con respecto a la variable dependiente. Para ello se utiliza la prueba de Durbin-Watson que indica que su valor debe de estar entre el límite mínimo 1.5 y el límite máximo 2.5.

6.7.1 Variables explicativas del Interés Político:

Tabla No. 12. Interés Político:

	Modelo			
	1	2	3	4
Variables Socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.091*	-.080*	.012	-.008
Edad del encuestado	-.031	-.024	-.022	-.028
nivel de ingresos mensual de tu familia:				
Cuál es tu posición política	-.058	-.061	-.026	-.023
Tipo de Escuela	-.076*	-.093*	-.101**	-.101**
Exposición Mediática				
Televisión		-.051	-.051	-.028
Prensa escrita		.160***	.052	.034
Prensa digital por internet		.077	.004	-.022
Radio		.027	-.007	-.008
Revistas de información		.187***	.107**	.104**
Internet		.056	.088**	.082
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			.422***	.300***
Atencionentretenimiento			-.080	-.059
Conversación Política				
Conversacion				.231***
ConverInterac				-.005
ΔR^2	.019	.105	.116	.034
R^2	.019	.125	.241	.275

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

Con respecto a las variables explicativas del interés en la política se tuvo un valor de Durbin-Watson de 1.92, lo cual confirma la independencia respecto a la variable dependiente.

En el primer modelo que incluía las variables correspondientes a variables socio-políticas consiguió explicar el 1.9 % de la varianza. La variable sexo explicaba la formación de interés en la política ($\beta = -.091$ $p < .05$). Lo cual nos indica que el ser hombre explicaba al interés en este paso, siendo los hombres los que menos interés tienen en estos temas. Así como también la de escuela pública ($\beta = -.076$ $p < .05$). Los jóvenes que estudian en escuela privada presentan mayores niveles de interés.

Al agregar las variables relacionadas a la exposición a los diferentes medios (modelo 2) se generó 10.5 % de aumento en la varianza explicada ($R^2 = .125$). Esto principalmente a la contribución de la prensa escrita ($\beta = .160$ $p < .001$) y a las revistas de información política ($\beta = .187$ $p < .001$). Por tanto, en el modelo dos, el interés en la política es explicado por contenidos encontrados en medios de comunicación escritos en papel y los centrados en contenidos relacionados a política.

Este modelo se modificó al introducir a la ecuación las variables relacionadas a la atención a contenidos centrados en política y en entretenimiento (modelo 3). Estas variables lograron aumentar un poco la varianza explicada 11.60 % ($R^2 = .241$). Además, en referencia a la atención a contenidos de política está explicando el interés en la política ($\beta = .422$ $p < .001$), así como también el internet como medio de comunicación ($\beta = .088$ $p < .001$) y desaparece la prensa escrita como variable explicativa. En ese sentido, los jóvenes pre-ciudadanos que tienen interés en la política centran su atención en contenidos relacionados a este tema usando como medio de información el internet.

Finalmente el modelo 4, agrega variables relacionadas a los niveles de conversación interpersonal e interactiva con respecto a la política, este modelo baja el valor de la varianza al explicar 3.4 % ($R^2 = .275$). En lo que respecta a las variables relacionadas a la conversación se tiene que solamente la conversación interpersonal está explicando el interés ($\beta = .231$ $p < .001$) y desaparece el internet, así como también el sexo no estuvo presente en los modelos 2 y 3.

6.7.2 Variables Explicativas del Conocimiento Político:

Tabla No. 13 Conocimiento Político

	Modelo			
	1	2	3	4
Variabes socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.107**	-.095**	-.048	-.050
Edad del encuestado	-.029	-.027	-.023	-.022
ingresos mensual de tu familia:	.098**	.098**	.075*	.076*
Cuál es tu posición política	-.054	-.068	-.046	-.045
Tipo de Escuela	-.125**	-.139***	-.146***	-.147***
Exposición Mediática				
Televisión		.016	-.060	-.059
Prensa escrita		.208***	.134**	.134**
Prensa digital por internet		.001	-.050	-.047
Radio		.068	.015	.013
Revistas de información		.025	-.032	-.027
Internet		.029	.023	.022
Atención a contenidos				
Atencionpolitica			.256***	.257***
Atencionentretenimiento			.116*	.116*
Conversación Política				
Conversacion				.032
ConverInterac				-.046
ΔR^2	.046	.061	.056	.002
R^2	.046	.107	.164	.165

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

Referente al conocimiento político, en el análisis se obtiene un valor Durbin-Watson de 1.88. Con respecto al primer modelo se tiene que al igual que en el interés, las variables socio-políticas que explican son el sexo ($\beta = -.107$ $p < .01$), con lo cual es ser hombre explica el tener un menor conocimiento político, el nivel de ingresos ($\beta = -.98$ $p < .01$), esto es, a menor ingreso menor conocimiento político y el tipo de escuela ($\beta = -.125$ $p < .01$). Explicando un 4.6 % de la varianza.

En el siguiente paso donde se incluyen las variables relacionadas a su exposición a medios de comunicación el valor de la varianza se incrementa al 6.1 % ($R^2 = .107$). Prevalen las variables socio-políticas y se les adiciona la exposición a prensa escrita ($\beta = -.208$ $p < .001$) en el modelo 2, así. Posteriormente se procedió a agregar las variables relacionadas a la atención a contenidos en específico (modelo 3). En ese modelo se encuentra que la variable sexo no explica este modelo, el tipo de escuela sigue permaneciendo, así como la prensa y se agregan a la ecuación la atención a contenidos de política ($\beta = .256$ $p < .001$), pero también los contenidos relacionados al entretenimiento ($\beta = -.116$ $p < .001$) y estas variables explican el 5.6 % de la varianza del modelo ($R^2 = .164$).

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

6.7.3 Variables Explicativas de la Eficacia Interna:

Tabla No. 14. Eficacia Interna:

	Modelo			
	1	2	3	4
VARIABLES SOCIO-POLÍTICAS				
Sexo del encuestado	-.187***	-.176**	-.105**	-.128***
Edad del encuestado	.019	.024	.029	.020
ingresos mensual de tu familia:	.123**	.113**	.090*	.078**
Cuál es tu posición política	-.007	-.013	.015	.015
Tipo de Escuela	.010	.003	-.004	-.003
Exposición Mediática				
Televisión		-.033	-.069	-.048
Prensa escrita		.113**	.019	-.006
Prensa digital por internet		.143***	.079**	.038
Radio		.016	-.026	-.015
Revistas de información		.158***	.087**	.069
Internet		-.059	-.043	-.045
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			.346***	.191***
Atencionentretenimiento			.009	.036
Conversación Política				
Conversacion				.193***
ConverInterac				.125**
ΔR^2	.055	.084	.080	.046
R^2	.055	.139	.219	.265

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

En lo que se refiere al sentimiento de eficacia interna, se tiene un valor Durbin-Watson de 1.87, valor dentro de los parámetros permitidos para esta prueba. La variable sexo explica el sentimiento de eficacia interna ($\beta = -.187$ $p < .001$), así como el ingreso mensual ($\beta = -.123$ $p < .01$), lo cual es un indicio de que a menor salario menor sentimiento de eficacia política se tiene por parte los jóvenes explicando un 5.5 % de la varianza.

En el modelo 2, al ser introducidas las variables relacionadas a la exposición a medios se tiene que los únicos medios que explican esta actitud son la prensa escrita ($\beta = .113$ $p < .01$), la prensa digital por internet ($\beta = .143^{***}$ $p < .001$), y las revistas informativas ($\beta = .158$ $p < .001$) este modelo presenta un aumento considerable en la varianza al explicar el 8.4% ($R^2 = .139$). Siguiendo con el análisis de los diferentes modelos, en el modelo resultante al introducir las variables de atención a contenidos en específico se encuentra que la variable atención a contenidos centrados en política ($\beta = .346^{***}$ $p < .001$), explica el 8 % de la varianza ($R^2 = .219$).

Esto es, los jóvenes que más contenidos de política consumen o están expuestos son los que presentan elevados niveles de eficacia política. En el modelo 4 se añaden las variables de conversación, las cuales logran explicar el 4.6 % de la varianza ($R^2 = .265$). En ese modelo los dos tipos de conversación, tanto interpersonal ($\beta = .193^{***}$ $p < .001$) como la interactiva explican a la eficacia política ($\beta = .125$ $p < .01$). Esto es, los jóvenes que más conversación sobre política tienen en los dos planos inter-personal y en línea son los que mayores niveles de eficacia política tienen.

6.7. 4 Variables Explicativas de la Eficacia Externa:

Tabla No. 15. Eficacia Externa:

	Modelo			
	1	2	3	4
VARIABLES SOCIO-POLÍTICAS				
Sexo del encuestado	.018	.011	.006	.021
Edad del encuestado	-.036	-.038	-.039	-.036
ingresos mensual de tu familia:	-.062	-.058	-.047	-.040
Cuál es tu posición política	-.090*	-.090*	-.095*	-.096*
Tipo de Escuela	-.044	-.037	-.034	-.034
Exposición Mediática				
Televisión		.007	.082	-.043
Prensa escrita		-.079	-.057	.069
Prensa digital por internet		.035	.051	.019
Radio		-.015	.022	.021
Revistas de información		.042	.060	.063
Internet		-.098*	-.076	-.073
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			-.054	.029
Atencionentretenimiento			-.151**	-.167**
Conversación Política				
Conversacion				-.149**
ConverInterac				-.009
ΔR^2	.016	.014	.017	.015
R^2	.016	.030	.047	.061

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

Este análisis presentó un valor Durbin-Watson de 1.911, lo cual nos indica independencia entre la variable dependiente y las explicativas. En el modelo 1, la posición política está explicando a la eficacia externa ($\beta = -.090^*$ $p < .05$), con lo que a menor

sentimiento de eficacia externa menor posición política tienen los jóvenes. Este modelo explica el 1.6 % de la varianza.

Cuando se introducen las variables relacionadas a la exposición mediática (modelo 2), el modelo sufre variaciones y consigue explicar el 1.4 % de la varianza ($R^2 = .030$). En esta ecuación resultante, el internet explica a la eficacia externa ($\beta = -.098^{**}$ $p < .01$), con lo que elevados consumos de internet aminoran el sentimiento de eficacia externa de los jóvenes participantes en la encuesta.

Posteriormente en el tercer modelo la atención centrada en contenidos de entretenimiento explica a la variable dependiente ($\beta = -.151^{**}$ $p < .01$). Lo que queda evidenciado es que a menores consumos de contenidos de entretenimiento mayores niveles de eficacia política se perciben. Este modelo explica el 1.7 % de la varianza ($R^2 = .047$).

Finalmente, el cuarto modelo explica el 1.5 % de la varianza ($R^2 = .061$). El modelo después de adicionar las variables relacionadas a los niveles de conversación queda explicado por la conversación política interpersonal ($\beta = -.167^{**}$ $p < .001$) y por la atención a contenidos incrementa su presencia como variable explicativa ($\beta = -.149^{**}$ $p < .01$). En todos los modelos estuvo presente la posición ideológica impactando de manera negativa al sentimiento de eficacia externa.

6.7. 5 Variables Explicativas de la Participación Política:

Tabla No. 16. Participación Política

	Modelo			
	1	2	3	4
Variabes socio-políticas				
Sexo del encuestado	.004	.018	.018	.042
Edad del encuestado	.045	.053	.053	.048
ingresos mensual de tu familia:	.080	.066	.066	.046
Cuál es tu posición política	-.004	-.004	-.004	.014
Tipo de Escuela	-.009	-.016	-.016	-.017
Exposición Mediática				
Televisión		-.053	-.053	.018
Prensa escrita		.097*	.097*	.033
Prensa digital por internet		.106*	.106*	-.042
Radio		-.048	-.048	.057
Revistas de información		.116*	.116*	.018
Internet		.030	.030	.051
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			.211***	.054
Atencionentretenimiento			-.091	-.064
Conversación Política				
Conversacion				.188***
ConverInterac				.135**
ΔR^2	.009	.052	.031	.047
R^2	.009	.060	.092	.138

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

Al hacer el análisis de la variable dependiente participación política, se tiene que ninguna de las variables socio- políticas explica a este tipo de participación en el primer modelo, tan solo se explica el .9 % de la varianza. Al introducir las variables relacionadas a

los medios de comunicación se encuentra que los contenidos en medios escritos es lo que más se relaciona al conocimiento político, las variables prensa escrita ($\beta = .097$ *** $p < .001$) y la prensa digital ($\beta = .106^*$ $p < .05$) así como las revistas de información ($\beta = .116^*$ $p < .05$) explican a la participación política. La varianza es del 5.2 % ($R^2 = .060$).

En el siguiente paso se adicionan las variables relacionadas a la atención a contenidos, en este modelo (modelo 3), se tiene que si bien, los contenidos escritos influyen en la participación política, estos contenidos son centrados en temas de política ($\beta = .211$ *** $p < .001$). Este modelo explica el 3.15 de la varianza ($R^2 = .092$).

Finalmente en el siguiente paso, al introducir las variables sobre conversación, se encuentra que todas las anteriores variables que explicaban el modelo desaparecen, quedando solo como variables explicativas la conversación interpersonal ($\beta = .188$ *** $p < .001$) y la conversación interactiva ($\beta = .135$ $p < .01$). En este modelo se explica el 4.7 % de la varianza ($R^2 = .138$).

6.7. 6 Variables Explicativas de la Participación Cívica:

Tabla No. 17. Participación Cívica:

	Modelo			
	1	2	3	4
Variabes socio-políticas				
Sexo del encuestado	.120*	.132***	.184***	.164***
Edad del encuestado	.002	.008	.009	.002
ingresos mensual de tu familia:	.150***	.129**	.117**	.105**
Cuál es tu posición política	-.067	-.066	-.048	-.047
Tipo de Escuela	.057	.049	.044	..047
Exposición Mediática				
Televisión		-.112**	-.107*	-.086*
Prensa escrita		.126**	.065	.040
Prensa digital por internet		.028	-.014	-.052
Radio		.049	.032	.046
Revistas de información		.088*	.042	.020
Internet		.111**	.132**	.129**
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			.239***	.093
Atencionentretenimiento			-.055	-.033
Conversación Política				
Conversacion				.145**
ConverInterac				.164***
ΔR^2	.040	.058	.038	.043
R^2	..040	.097	.135	.178

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

Al hacer el análisis de la variable dependiente participación cívica, se encuentran cambios con respecto a la participación política. En ese sentido las variables socio-políticas si están explicando el primer modelo (4 % de la varianza). Se encuentra que el sexo ($\beta =$

.120* $p < .05$) y el ingreso familiar ($\beta = .150^{***}$ $p < .001$) explican la participación cívica de los encuestados, por lo que el ser mujer con un nivel de ingresos alto, está relacionado a que están más involucradas en acciones tales como apoyo a la comunidad, o asistir a juntas de vecinos.

En el segundo modelo cuando se suman las variables de exposición mediática este modelo logra explicar el 5.8% de la varianza ($R^2 = .097$). Aquí se agregan las variables Televisión ($\beta = -.112^{**}$ $p < .01$) pero en sentido negativo, esto es, que a menos consumo de televisión mayor nivel de participación cívica existe, además se explica por la prensa escrita ($\beta = .126^{**}$ $p < .01$, revista de información ($\beta = .088^*$ $p < .05$ y el internet ($\beta = .111^{**}$ $p < .01$, pero en sentido positivo, es decir, a más exposición a estos medios mayores niveles de participación cívica en los jóvenes.

En el siguiente paso se agregan las variables referentes a la atención a contenidos, aquí la prensa escrita y el internet ya no explican al modelo, en su lugar se agrega a la ecuación la atención a contenidos de política ($\beta = .239^{**}$ $p < .001$) explicando el 3.8 % de la varianza ($R^2 = .135$).

Finalmente en el cuarto modelo la conversación política interpersonal ($\beta = .145^{**}$ $p < .01$) y la conversación interactiva ($\beta = .164^{***}$ $p < .001$) también explican el modelo, al introducirse estas variables la atención a contenidos de política ya no explica como en el tercer modelo. Este modelo logra explicar el 4.3 % ($R^2 = .178$).

6.7.7 Variables Explicativas del Cinismo Político

Tabla No. 18. Cinismo Político:

	Modelo			
	1	2	3	4
Variabales Socio-políticas				
Sexo	.071	.079*	.084*	.074
Edad	.008	.012	.013	.010
Ingresos	.159***	.157***	.153***	.150
Posición política	.034	.028	.031	.032
Tipo de Escuela	.007	-.001	-.002	-.002
Exposición Mediática				
Televisión		-.005	-.026	-.014
Prensa escrita		.129**	.118**	.109*
Prensa digital		-.070	-.077	.089*
Radio		-.022	-.034	-.035
Revistas de información		-.010	-.019	-.018
Internet		.078	.074	.071
Atención a Contenidos				
Atencionpolitica			.032	-.029
Atencionentretenimiento			.038	.049
Conversación Política				
Conversacion				.127*
ConverInterac				-.017
ΔR^2	.029	.047	.049	.058
R^2	.029	.018	.002	.010

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

El primer modelo o bloque consiguió explicar el 2.9 % de la varianza, la variable relativa al nivel de ingresos fue estadísticamente significativa ($\beta = .159***$ $p < .001$), así el nivel de ingresos elevado explicaba el cinismo político, explicando el 4.7 % ($R^2 = .018$). Además se explica también con el sexo del encuestado ($\beta = .079*$ $p < .05$) y con la prensa escrita ($\beta =$

.129** $p < .01$). Esto es, el ser mujer con un nivel elevado de ingresos y que consume prensa escrita presenta actitudes relacionadas con el cinismo político.

Al introducir al modelo las variables de exposición mediática (modelo 2), se generó una varianza 4.9% ($R^2 .002$). Este cambio se debió al impacto que tiene la prensa escrita ($\beta = .157*** p < .001$). Esto es, la costumbre de leer prensa escrita contribuye a generar cinismo político.

En el tercer modelo, al introducir las variables de atención a contenidos de política y de entretenimiento la varianza mostró un cambio 5.8% ($R^2 .010$) siguen la prensa escrita ($\beta = .153*** p < .001$) y los ingresos ($\beta = .118*** p < .001$) explicando el cinismo.

6.8 Análisis con Ecuaciones Estructurales

Para la realización de la investigación, se está revisando la diversa bibliografía que existe para el análisis de los datos. Uno de los métodos que resulta atractivo para realizar la investigación es la utilización del modelo de ecuaciones estructurales.

El interés por utilizar este método radica en que es un método multivariable que permite examina de manera simultánea las relaciones de dependencia entre variables, es decir analiza las relaciones causales y no causales entre variables tomadas como indicadores de medida de los constructos, excluyendo el análisis del error de medición.

En esta modelización las variables pueden desempeñar varias funciones es decir, primero pueden tener una relación de dependientes y en otra ser totalmente independientes. (Luque 2000).

La modelización de las ecuaciones estructurales tiene diferentes etapas: especificación, identificación, estimación de parámetros, evaluación del ajuste, reespecificación del modelo e interpretación de resultados.

Para poder utilizar el modelo, es necesario probar el modelo teórico, todo esto para poder demostrar que las mediciones que se utilizaron son válidas y que realmente miden lo que queremos medir con el constructo definido y operacionalizado.

Por lo tanto es necesario aplicar los siguientes dos métodos (Ver tabla No. 19):

- 1) Validación Convergente
- 2) Validación discriminante

Tabla No. 19 Criterios de aceptación para realizar el análisis factorial.

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

Fuente: Elaboración propia, tomado de Valdunciel, Florez, Miguel (2007)

Con respecto a la validez convergente, su validez radica en verificar el grado en el que los ítems de la escala se relacionan, para ello es necesario verificar la Varianza Promedio Extraída (AVE), que no es más que la medición del porcentaje de varianza que el componente de la variable latente captura de la varianza del error de medición, esto es,

verificar que existe esa validez cuando la medida se correlaciona fuerte y de manera positiva con otras medidas del mismo constructo.

La medida AVE, fue desarrollada por Fornell y Larcker (1981) y con ella se mide como la varianza del constructo debe participar más que otros constructos en el modelo. Para que sea apropiada debe tener un valor superior a .50 (Fornell y Larcker, 1981). Estos autores recomiendan el uso de AVE (Ver tabla No. 18), la varianza media compartida entre un constructo y sus medidas la cual debería ser mayor que la varianza compartida entre el constructo con los otros constructos del modelo. Es decir, que los valores donde columna y fila coinciden, los valores deben de ser mayores que en las demás celdas, con lo cual se afirma que realmente están midiendo a ese constructo.

Tabla No. 20 Valores del AVE

CONSTRUCTO	AVE
ATEN (ATENCIÓN)	.406921
CINIS (CINISMO)	.649658
CONO (CONOCIMIENTO)	.165542
CONVER (CONVERSACIÓN INTERACTIVA)	.557935
EFICA (EFICACIA)	.268555
EXPO(EXPOSICIÓN)	.266855
INTER (INTERÉS EN POLÍTICA)	.740710
PARTI (PARTICIPACIÓN POLÍTICA)	.495632

Siguiendo la anterior recomendación, para certificar que la varianza entre un constructo y sus medidas es mayor que la varianza entre el constructo y los otros constructos, se muestran las correlaciones existentes entre los constructos y se remplazan los valores de la diagonal por la raíz cuadrada de los valores de AVE.

En la siguiente tabla se analiza a nivel de constructo del modelo. Se verifica la raíz cuadrada del AVE, dicho valor debe ser mayor a la correlación del constructo con el resto (Tabla 20).

Tabla No.20 Validación de Discriminantes

CONSTRU CTO	AVE	ATEN	CIN	CONO	CONVER	EFICA	EXPO	INTER	PARTI
Aten	.406921	.637903							
Cin	.649658	.059491	.806013						
Cono	.165542	.247242	.114541	.406868					
Conver	.557935	.417288	.045573	.068370	.744939				
Efica	.268555	.352788	.305801	.229019	.327445	.518222			
Expo	.266855	.444602	.093109	.231817	.323029	.255377	.516580		
Inter	.740710	.378820	.004187	.159622	.266044	.230480	.270468	.860645	
Parti	.495632	.127663	.060672	.087337	.162086	.130379	.136516	.131781	.704011

En la tabla anterior se analiza a nivel de constructo del modelo. Se verifica la raíz cuadrada del AVE, dicho valor debe ser mayor a la correlación del constructo con el resto, y en este caso se puede corroborar que si cumple con ese supuesto.

Posteriormente, se procede a analizar la confiabilidad compuesta, la cual se puede verificar de la misma manera que el coeficiente de Cronbach. Esto es, valores mayores de .70 indican que en realidad los ítems están relacionados al constructo. (Tabla 21).

Tabla No. 21. Análisis del Composite Reliability

CONSTRUCTO	Composite Reliability
ATEN (ATENCIÓN)	. 0.871415
CINIS (CINISMO)	0.942723
CONO (CONOCIMIENTO)	0.752794
CONVER (CONVERSACIÓN INTERACTIVA	0.882159
EFICA (EFICACIA)	. 0.071220
EXPO(EXPOSICIÓN	0.693411
INTER (INTERÉS EN POLÍTICA)	0.904753
PARTI (PARTICIPACIÓN POLÍTICA)	0.921717

En este caso, solo se tiene que en un constructo no se cumple la regla, es el constructo eficacia. Este constructo tampoco cumple con la regla del AVE.

Las pruebas realizadas nos ayudan a verificar la validez de los datos para posteriormente poder hacer el análisis de ecuaciones estructurales. El paso a seguir es cumplir con ciertas reglas para poder aceptar o rechazar las hipótesis formuladas. (Ver tabla no. 22).

Tabla No. 22. Parámetros de aceptación o rechazo de hipótesis:

PRUEBA	CRITERIO
R^2	$> 0,1$
β	> 0.2
T student	t (95%): 1.6479 t (99%): 2,3338 t (99.9 %): 3,1060

Si se cumplen estos valores se puede aceptar o rechazar las hipótesis propuestas en la investigación.

Aproximación Cualitativa

7.1 Segundo Estudio: Focus Group:

Esta técnica es muy importante porque debido a la interacción que presentan los integrantes del grupo, permite conocer los puntos de vista y por ende los resultados necesarios del investigador y al ser ideado por el investigador, permiten captar mejor las percepciones de los participantes. Es un medio para recopilar rápidamente la información.

Focus Group es una herramienta afectiva para capturar la información sobre conductas sociales, tales como actitudes y percepciones (Macia, Woodsong, Mc Queen, Quest, Namey, 2005). Es por ello que es importante utilizarla, para que al convivir e interactuar con jóvenes menores de 18 años, se pueda de esa manera saber sobre sus percepciones sobre política, participación política y consumo de medios, categorías importantes para el estudio.

7.2. Objetivos del Focus Group:

Identificar y capturar las percepciones que tienen los jóvenes menores de 18 años con respecto a participar políticamente, qué los motiva a participar políticamente, de dónde obtienen información política y sus hábitos de consumo de medios. Todo esto para identificar patrones de conducta política en este segmento de la población, así como también identificar su percepción en el proceso electoral que se vivió en el periodo de marzo-julio, que abarca las campañas, debates, actuar de los candidatos y su proceso de toma de decisión el proceso de elección presidencial, ya que será su primera vez como votantes presidenciales, así como también saber cómo vivieron este proceso.

7.2.1 Participantes:

En el focus group están invitados a participar jóvenes que van a votar por primera vez el 1 de Julio, se contó con la participación de jóvenes de la Facultad de Ciencias Políticas, dividiéndose en dos grupos, jóvenes de alta participación política y jóvenes con baja participación política, así como también se invitó a jóvenes de la Facultad de Mecánica Eléctrica de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Cada grupo quedó conformado por 6 jóvenes.

7.2.2 Metodología:

Se les proporcionó a los jóvenes un pequeño cuestionario (ver anexo 2) con el cual se les haría la filtración al grupo que pertenecen, ya sea de alta o baja participación, además se les informó que si participaban lo harían en dos ocasiones, una previa a las elecciones para conocer como percibieron todo este proceso y otra posterior a las elecciones.

Para la realización de este ejercicio, fue necesaria la elaboración de un guión³ a seguir en cual se pudieran hacer preguntas que reflejaran categorías tales como conocimiento político, participación política, cultura política, consumo de medios, contenido político que consumen, interés en la política (ver anexo 3).

7.2.3 Realización del Focus Group:

En los grupos focales fueron invitados a participar jóvenes que votaron por primera vez el 1 de Julio de 2012, se seleccionaron dos facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Dos grupos de la Facultad de Ciencias Políticas y dos de la

³ Elaboración del Guión con asesoría de la Dra. Victoria Isabela Cordenau.

Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, esto con la finalidad de tener jóvenes con un fuerte conocimiento sobre procesos electorales (facultad de ciencias políticas) y otro segmento de jóvenes no tan relacionados a estos temas (facultad de ingeniería mecánica).

El proceso a seguir se les entregó un cuestionario previo (anexo 2) a conformar los grupos, en el que se les hacían unas preguntas tales como ¿estás interesado en la política local? ¿Conoces que partido tiene mayoría en la cámara de diputados? Esto con la finalidad de hacer una selección de los jóvenes entre los que tuvieran mayor conocimiento con respecto a cuestiones de elecciones y política y los que no, para de esta manera establecer un perfil de participantes que permitiera unificar a los mismos y de esa manera propiciar la discusión y participación dentro del grupo focal.

De esa manera se conformaron 4 grupos focales, dos en cada facultad dividiéndose en un grupo de altos niveles de participación y conocimiento político y otro con niveles bajos. Los 4 grupos quedaron conformados por 6 integrantes cada uno. El trabajo de campo se realizó en dos etapas, una el 26 de junio de 2012 (previo a las elecciones) y el posterior a las elecciones se realizó entre el 20 y 27 de julio de 2012. Se realizó de esa manera, para conocer la percepción de los jóvenes después de emitir por primera vez su voto.

7.2.5 Conformación de la muestra:

En los grupos realizados Facultad de Ciencias Políticas en el grupo de alta participación política estaba conformado por 5 mujeres y un hombre, sus edades oscilaban de 18 a 20 años y todos votarían por primera vez en las elecciones presidenciales. Todos pertenecían a escuela pública. El grupo de baja participación política estaba conformado por 6 hombres y también sus edades estaban de los 18 a 20 años.

El grupo realizado en la Facultad de Mecánica Eléctrica el de alta participación estaba conformado por 5 hombres de entre 19 y 20 años mientras que el de baja

participación estuvo conformado por 6 hombres de 18 y 19 años. En ambos casos procedían de escuelas públicas, esto ayuda a tener un contexto más o menos similar.

Para la realización de este ejercicio, fue necesaria la elaboración de un guión (anexo 3) a seguir en cual se pudieran hacer preguntas que reflejaran categorías tales como conocimiento político, participación política, cultura política, consumo de medios, contenido político que consumen, interés en la política . En los grupos realizados en la Facultad de Ciencias Políticas en el grupo de alta participación política, G1 FACPYAP, como será identificado posteriormente, estaba conformado por 5 mujeres y un hombre, sus edades oscilaban de 18 a 20 años y todos votarían por primera vez en las elecciones presidenciales. El grupo de baja participación política estaba conformado por 6 hombres y también sus edades estaban de los 18 a 20 años (G2 FACPYAP).

Con lo que respecta a la Facultad de Mecánica Eléctrica el de alta participación estaba conformado por 5 hombres de entre 19 y 20 años (G1 FIME), mientras que el de baja participación estuvo conformado por 6 hombres de 18 y 19 años (G2 FIME).

7.3 Resultados: Momento previo a las elecciones

Los resultados presentados en este apartado, reflejan los sentimientos y percepciones que tienen los jóvenes con respecto a cuándo fue la primera vez que tuvieron conocimiento de lo que es política, cuando supieron lo que eran unas elecciones, en fin, cuando se dieron cuenta que existía la política y que tenían que participar en ella, conocer cuál fue el primer ladrillo en la construcción de la cultura política.

7.3.1 Cultura política.

Esto es importante, debido a que puede mostrar el inicio de la conformación de la “cultura política” de los jóvenes. En ese sentido, afirman que los primeros recuerdos que tuvieron era acompañando a sus papás a las casillas a votar, además de tener siempre presente los comerciales que se presentan en las diversas campañas políticas. Lo cual nos muestra ciertos elementos de socialización política primaria en la que la familia sigue siendo la primera fuente de la información sumado a la importancia de los medios de comunicación como fuente de difusión de información política.

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

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

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

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

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

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

7.3.2 Conocimiento político:

En el apartado anterior se habló de la cultura política y su importancia. Un concepto muy ligado a ese, es el de conocimiento político, ya que forma parte de esa cultura en formación, entre mayor conocimiento, mayor cultura se tendrá.

Puede definirse como el conjunto de conocimientos que se puedan verificar objetivamente frente a las opiniones subjetivas, (Althaus, 2003) (Delli & Keeter, 1996) (Fraile, 2007). Para Delli Carpini y Keeter (1996), es la gama de información objetiva acerca de la política que se almacena en la memoria a largo plazo.

Es decir, es la compilación de información útil que se basa en la experiencia personal y la información que reciben los individuos a través de su historia personal, esto es se genera conocimiento como resultado de la relación entre lo sucedido y vivido con las consecuencias. Y en ese historial de lo vivido, es importante conocer para ellos que es política primero que nada. En definirla, los jóvenes principalmente expusieron que ellos consideraban que era reunir a las personas para tomar la decisión de elegir a alguien, ven el significado como el hecho de elegir poniéndose de acuerdo.

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

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

También se les preguntó si conocían las instituciones políticas, y en ese cuestionamiento llama la atención que algunos jóvenes consideran institución al edificio no lo que en sí representa, comentando que sabían dónde estaban ubicados, su dirección física. Pero otros jóvenes, sobre todo los de altos niveles de participación política si las podían mencionar.

“...yo pienso en los partidos políticos, o en el INEGI, IFE, pero realmente no se....” H3-G1 FIME.

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

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

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

“... me acuerdo de los comerciales del IFE, eso me hace sentir que la conozco..” H2-G2 FACPYAP.

Además de conocer lo que es la política y las instituciones se les cuestionó con respecto a su conocimiento sobre candidatos en campaña y principales representantes tales como alcaldes, diputados, si estaban informados de quienes era, si los conocían. A lo que la mayoría respondió que no conocían a todos porque solo les interesaban los del municipio donde vivían, esto en los grupos de la facultad de mecánica eléctrica, mientras que en los de la facultad de ciencias políticas si estaban informados sobre los alcaldes de los municipios más importantes de Nuevo León y de algunos a nivel nacional.

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

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

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

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

7.3.3 Interés en la política:

Si no hay una atención a la política, el ciudadano no es capaz de saber si le afecta no, además de no contar con la información adecuada sobre el tema, además de que no será capaz de transmitir sus demandas al sistema político. El interés por la política es una de las actitudes que más influyen en la participación política (Verba, Schlozman, & Brady, Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics, 1995).

De acuerdo a Arnoletto (2011), el interés es el indicador utilizado para medir la implicación psicológica de los ciudadanos en la política, que también se conoce como interés político subjetivo.

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

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

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

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

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

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

7.3.4 Participación Política:

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

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

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

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

"...me informo para votar, saber en qué han trabajado..." **H5-G1 FACPYAP**

"...checo redes sociales e internet cuando quiero saber algo..." **H2-G2 FACPYAP**

Participar, implica no solo el ir a emitir su voto, sino ser parte de diferentes expresiones de apoyo o rechazo a medidas políticas, candidatos, etc. En ese sentido, en las pasadas elecciones de 2012 emergió un movimiento estudiantil, # yo soy 132, como expresión de descontento y rechazo. En referencia a éste los jóvenes participantes en los grupos focales mencionaron que si bien lo han escuchado, no tienen conocimiento a fondo de lo que buscan, además de considerar que lo mejor es ocuparte en hacer tus cosas personales a perder el tiempo en ese tipo de movimientos, mostrando cierta indiferencia hacia este tipo de expresión, si bien, afirmaban que lo conocían y que estaban de acuerdo, no mostraron ningún interés en hacerse de tiempo para asistir a alguna marcha.

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

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

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

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

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

“...es una pérdida de tiempo...” H4- G1 FACPYAP

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

Con respecto al modo más común de participación, como lo es el voto, el acto de ir a emitir tu voto, es el resultado del éxito de la campaña de un candidato, debido a que representa el apoyo o rechazo generado de la fuerte labor de convencimiento que se estuvo realizando durante las contiendas electorales. Es el instante donde el votante decide quienes serán sus gobernantes (Eskibel, 2010)

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

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

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

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

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

Los jóvenes ven como un hecho importante el emitir su voto, pero también expresaron su opinión con respecto a las personas que no piensan ir a votar, en lo que concuerdan en que es algo que se tienen que hacer, que eres libre de hacerlo o no, pero si

no ejercer es derecho, los ciudadanos que no lo hacen no tienen derecho a quejarse o a exigir resultados por parte de los candidatos electos.

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

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

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

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

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

7.3.5 Consumo de medios:

Los medios de comunicación contribuyen a la formación de las cogniciones sociales del público y tienen la capacidad de transmitir información que les permite influir de manera directa en la población formando corrientes de opinión (Abundis, Los medios de comunicación en Méxco, 2007), son espacios donde los público se hace transparente y donde los ciudadanos aprenden los hechos elementales de la cultura, incluida la cultura política (Pérez, El desafío educativo de la televisión, 1997), es decir, los medios al llegar a casi toda la población pueden influir y determinar sobre algunos temas, pueden generar ciertas modas o ideologías). De ahí la importancia de los medios de comunicación, estos pueden contribuir a promover la participación política del individuo tal como el ir a votar (Peschad, 2000).

Se ha cuestionado, la forma en que ellos reciben información para poder tomar la decisión de participar, en el marco de los grupos focales, de ir a emitir su voto y de brindar su apoyo a cierto candidato o partido político. Las campañas políticas hacen uso de los medios masivos de comunicación para dar a conocer sus propuestas, pero es importante conocer la percepción que tienen los jóvenes sobre estos canales de difusión utilizados.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

“... El internet te presenta la realidad, en la tv la información es manipulada...” H5- G1 FACPYAP

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

7.3.6 Campañas Políticas:

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

Además consideran que las campañas electorales solo son una herramienta excesivamente cara, de la guerra política pero vista de la manera más sucia, esto es, que ven mal que los candidatos en lugar de presentar propuestas, de hacer conocer sus objetivos de campaña en miras de logros al llegar al gobierno, pierdan su tiempo y dinero de campaña en procesos de desprestigio del candidato o candidatos opuestos, hacen mucha mención a la “guerra sucia”

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

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

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

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

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

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

Se sienten desencantados debido a experiencias previas en las que ven que los candidatos ofrecen un sin número de propuestas y de objetivos pero ya estando en el poder no lo cumplen. Los votantes primerizos consideran que solo se muestran de cierta manera a los partidos y a los candidatos en campaña para atraer los votos sin importar el cumplimiento de las promesas. Consideran como negativo el utilizar como estrategia de campaña el desprestigio y ataque a los partidos y candidatos contrarios, generando una rechazo de empatía hacia la campaña electoral y al partido aunque en ocasiones no al candidato.

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

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

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

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

7.4 MOMENTO POSTERIOR A LAS ELECCIONES:

Se volvieron a reunir a los mismos jóvenes participantes en los grupos focales, pero ahora días posteriores a las elecciones de 2012, todo con la finalidad de captar las percepciones de las actitudes generadas durante el proceso que acaban de vivir por primera vez, las elecciones presidenciales de 2012 y la opinión de los resultados

7.4.1 Conocimiento Político:

Los jóvenes compartieron la experiencia que vivieron por primera de vez de seleccionar su opción de candidato en unas elecciones. Comentaron que se basaron

principalmente en la trayectoria y por supuesto en el partido político, al cual considera pieza importante en este proceso. Fue una decisión tomada a conciencia, analizando los pros y contras de los candidatos, aunque también condenaron como un error el no votar en las elecciones y no seguir la información que se presentaba de las mismas, buscaban informarse.

"...yo me guíe más por el partido, no por el candidato.." **H3-G1 FIME.**

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

"...Me basé más en sus propuestas...." **H2-G1 FIME.**

"...Pensé en lo que han hecho, en su historia, en lo que proponía..." **H5-G2 FIME**

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

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

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

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

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

7.4.2 Confianza en las Instituciones:

En las elecciones aseguraron haber votado, fue una acción que todos realizaron con plena conciencia que era un deber y obligación como ciudadanos recién reconocidos al tener la mayoría de edad. Con respecto a los resultados se mostraron un poco sorprendidos pero confiados, si manifestaron sentir un poco de decepción por parte de los ciudadanos que por mayoría eligieron al ganador, mostraron desconfianza en el resultado, sobre todo en el desarrollo del proceso, en el manejo del conteo de votos, en el ojo vigilante del IFE.

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

"...Creo que no son reales..." **H3-G1 FIME.**

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

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

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

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

"... ponen a personas pocos serias ... fáciles de sobornar ..." **H3-G2-FACPYAP.**

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

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

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

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

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

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

"...las personas empezaron a informarse por internet y dejaron de un lado la televisión..." **H2-G2-**

7.4.3 Participación Política:

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

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

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

"..Eficiencia al ir a votar..." H4-G2 FIME.

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

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

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

"...como quiera nos impusieron al presidente..." H3-G1-FACPYAP.

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

Como se puede ver de acuerdo a las aseveraciones realizadas por los jóvenes participantes en los grupos focales que principalmente su primer acercamiento a cuestiones sobre política, y podría decirse su primer aprendizaje se dio con sus familias, lo cual nos habla de una democracia primaria, debido a que se da desde el seno familiar y se ve influida a lo largo de su vida como ciudadano. Con respecto a la participación política,

se pudo constatar que siguen viendo el voto como una obligación y como la única manera en la que pueden participar y expresar sus opiniones, rechazando totalmente el hecho de no votar considerándolo como una apatía total, ninguno mostró interés en querer ser miembros de movimientos de protesta, al considerar que lo más importante es enfocarse en sus actividades personales.

En referencia al interés en la política, los jóvenes se mostraron entusiasmados con el hecho de participar en las elecciones presidenciales, por lo que buscaban información sobre los candidatos, sus propuestas y su antecedentes, lo que demuestra que se tomaron en serio la acción de conocer sus candidatos, informarse no solo mediante la televisión sino contrastar fuentes lo que indica un cierto nivel de raciocinio para la toma de decisión sobre a quién su apoyo. Dentro de los medios de comunicación, se habló verificar las fuentes y lo que se presenta en los medios, teniendo el internet una gran aceptación como fuente de información, debido a que consideraban que la información era en tiempo real y no había la posibilidad de que lo editara o cambiaran como sucede en los contenidos en la televisión.

Con respecto a las campañas, los jóvenes se mostraron interesados en mejorar el formato en que se realizan, en el sentido de censurar la “guerra sucia” que se presenta mediante la publicidad negativa que predomina entre candidatos y partidos. Consideran importante el que se recalquen las propuestas de campaña y no solo los defectos de los oponentes.

Algo importante es que se mostraba interesados en vivir su primer experiencia como votantes, se preocuparon por informarse, buscaron características en los candidatos que los representaran tales como honestidad, seguridad, así como la trayectoria de cada uno de los candidatos. De acuerdo con lo expuesto previamente por los jóvenes, las instituciones que participaron en las elecciones carecen de total credibilidad esto obedece

a que consideran que las personas que las conforman son altamente corrompibles y poco honestas.

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

Finalmente podemos concluir, que los jóvenes resultaron efectivamente y como ellos mismos lo denominaron “ un factor sorpresa”, dentro de las elecciones, representando a un grupo interesado en informarse y capaz de analizar su toma de decisión contraponiendo varias fuentes y rompiendo el esquema de informarte exclusivamente en los medios de comunicación convencionales. Cuestionando duramente las instituciones políticas partícipes en los procesos de elección de gobernantes y haciendo frente de manera literal a los políticos con cuyas ideas no estaban de acuerdo. Teniendo como única forma de participación política el voto.

Referencias

- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *AMAI*, 42-45.
- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *AMMAI*, 13, 42-45.
- Adorno, T. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Routledge.
- Aguilera, R. (2009). *Democracia en el Estado Constitucional: Nuevos Enfoques*. Porrúa.
- Aguiló, A. (2008). Globalización, Ciudadanía y Democracia. Reflexiones Críticas desde la Teoría Política de Boaventura de Sousa Santos. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*.
- Almond, & Verba. (1970). *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en 5 naciones*. Madrid: Fundación de Estudios Sociales y de Sociología aplicada.
- Almond, G. (1956). Comparative political systems. *Journal of politics*.
- Almond, G. (1956). Comparative Political Systems. *Journal of politics*.
- Almond, G., & Verba, S. (1963). *The Civic Culture. Political attitudes in five nations*. Newbury Park. Sage Publications.
- Althaus, S. (2003). *Collective preferences in democratic politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Althaus, S. (2003). *Collective Preferences in Democratic Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Althaus, S. (2003). *Collective Preferences in Democratic Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alvaro Moisés, J. (1991). Elecciones, Participación y Cultura Política: Cambios y continuidad. *Reis*.
- Anduiza, E., & Bosch, A. (2004). *Comportamiento Político y Electoral*. Barcelona: Ariel.
- Anduiza, E., & Bosch, A. (2004). *Comportamiento Político y Electoral*. Barcelona: Ariel.
- Arnoletto, E. (3 de diciembre de 2007). *EUMED.NET*. Obtenido de <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>
- Arnoletto, E. (8 de abril de 2011). *Glosario de conceptos políticos usuales*. Obtenido de EUMEDNET: <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>

- Avery, J. (2009). Videomalaise or Virtuous Circle. The influence an the new media in political trust. *International Journal or press politics*, 4(14), 410-433.
- Bachrach, P. (1973). *Crític a la Teoría Elitista de la Democracia*. Buenos Aires: Amorrourtu.
- Balcazar, P., López-Fuentes, N., Gurrola, M., & Moysén, A. (2005). *Investigación Cualitativa*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Bartle, J. En Ch. Pattie, D. Denver, J. Fisher y S. Lundlam (Eds.). (1997). *Political Awareness and Heterogeneity in Models of Voting: Some Evidence from recent British Elections studies*. London: London Frank Cass.
- Bennet, S. E., Flickinger, R., & Benett, L. M. (1999). Videomalaise revisited. Public Trust Media and Government. *The Harvard International Journal of Press Politics*, 4(4), 8-23.
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & Mcphee, W. N. (1954). *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaing*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berger, A. (1989). *Political Culture and Public Opinion*. New Jersey Transaction Publishers.
- Bernstein, R. (1991). *New constellation: the ethical-poitical horizons of Modernity/posmodernity*. Boston: MIT University Press.
- Blumer, G. J., & Gurevich, M. (1995). *The crisis of public communication*. London: Routledge.
- Blumer, J. G., & Mcquail, D. (1968). *Television in politics: Its uses and influences*. Londres: Faber & Faber.
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. (1987). *La Democracia de los Modernos: comparación con las de los antiguos y con la de los postreros*. Madrid: Trotta.
- Brussino, S., Sorribas, P., & Medrano, L. (2008). Características psicométricas de la medición del conocimiento político. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 179-192.
- Buendía, J., & Somuano, F. (2003). Participación Electoral en nuevas demcoracias: la elección presidencial en México. *Política y Gobierno*.
- Camp, R. A. (1999). *La Política en México*. México: Siglo XXI.
- Campbell, A. (1964). *The Voter Decides*. Evanston: Row Peterson.
- Capella, A., & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford Unviersity Press.
- Carazo, M. (1997). Nuestra Identidad Nacional. *Revista Parlamentaria*, 127-131.

- Cárdenas, G. J. (2008). Tres supuestos para las reformas de las Instituciones. En Ó. Ochoa, *La reforma de Estado y la Calidad de la Democracia*. México: Porrúa.
- Cerda, A., Egaña, N., Magendza, E., Santa Cruz, E., & Varas, R. (2004). *El complejo camino de a formacion ciudadana: una mirada a las prácticas docentes*. Santiago: LOM.
- Coleman, K., & Davis, C. (1976). The structural context of politics and dimensions of regime performance: Their importance for the comparative study of political efficacy. *Comparative Political Studies*, 189-206.
- Colomé, G. (1994). *Políticas y medios de comunicación una aproximación teórica*. Barcelona: Working paper 91.
- CONAPO. (2011). *¿A qué se dedican los jóvenes en México? Análisis de la condición de actividad de la población de 14 a 29 años de edad*. México: CONAPO. Dirección de estudios sociodemográficos.
- CONAPO. (2011). *Proyecciones de Población*. México: CONAPO.
- Conway, M. (1986). *La Participación Política en Estados Unidos*. México: Gernika.
- Conway, M. (1986). *La Participación Política en Estados Unidos*. México: Gernika.
- Cruz, R., & Pérez, L. M. (1997). *Cultura y Movilización en la España*. Madrid: Alianza.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). *Los medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen vale más que mil palabras*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Dahl, R. (1967). The City n the future Democracy. *American Political Science Review*, 953-970.
- Dahl, R. (1987). *Un refacio a la teoría democrática*. México: Ediciones Gernika.
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its Critics*. New Haven Yale University Press.
- Dahl, R. (1992). *La democracia y sus criticos*. Barcelona: Paidós.
- Dahl, R. (1997). Toward Democracy: a Journey, reflections.: 1940-1997. *Journey Yale*, 849.
- Dahl, R. (1999). *Can International Organizations be Democratic? A Skeptic's View*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dalhgren, P. (2003). Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu'. En J. Corner, & D. Pels, *Meda ans the restyling of politics*. London: Sage.
- Dalton, R. (2000). Citizens attitudes and political behavior. *Compatative Political Studies*, 6/7.

- De Diego Romero, J. (2006). El concepto de Cultura Política en ciencia política y sus implicaciones para la historia. *Ayer*, 233-266.
- De la Roche, F. (2000). Aproximaciones al concepto de cultura política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 93-123.
- de Vreese, C. (2005). The spiral of cynisim reconsidered: the mobilizing function or news. *European Journal of communication*, 3(20), 283-301.
- de Vreese, C., & Elenbaas, M. (2008). Media in the game of politics: effects of strategic metacoverage on political cynicism. *International Journal of Press/Politics*, 3(13), 285.
- De Vresse, C. H., & Boomgaargen, H. (2006). News, political, kwoledge and participation: the diferente effects of new media exposure on political kwoledge and participation. *Acta Política*, 317-341.
- Del Toro, B. (1999). *Comunicación, movilización social y cambios educativos*. Japón: Interamerican Development Bank.
- Delli Caprini, M., & Keeter, S. (1996). *What americans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Delli, C., & Keeter, S. (1996). *What Ameicans know about politics and why it matters*. New Haven: Yale University Press.
- Dewey, J. (1992). *Democracia y educación*. Madrid: MEC.
- Diamond, L., & Morlino, L. (2005). *Assesing the Quality of Democracy*. Baltimore: Johns Hopkins University Press and the Eddowment for Democracy.
- Downs, A. (1957). *En Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Durand, P. V. (1993). *La ciudadanpia y la Cultura Política en México*. México.
- Eagly, A., & Chaiken. (1993). *The psychology of attitudes*. Forthworth TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- ENCUP. (2008). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas ciudadanas*. Secretaría de Gobernación: México.
- Eskibel, D. (23 de Julio de 2010). *Les cahiers psychologie politique*. Obtenido de <http://odel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1696>
- Eveland, W., Shah, D., & Kwak, N. (2006). Assessing causality in the cognitive mediation model: A panel study of motivations, information processing and learning during campain 2000. *Communication Research*, 359-386.

- Fagen, R. (1966). *Politics and Communication*. Boston: Little Brown.
- Fallows, J. (1997). *Breaking the news: how the media undermine american democracy*. New York: Vintage.
- Fernández, A. (2005). *Infancia, Adolescencia y Política en México*. Distrito Federal : Porrúa/ Instituto Electoral del Distrito Federal.
- Fraile, M. (2007). La influencia del conocimiento político en la decisión del voto. *REIS Unidad de política comparadas*, 41-74.
- Fraile, M. (2011). La brecha de género en el conocimiento político en España: ¿diferencias reales o problemas metodológicos? Murcia, España: X Congreso Nacional AECPA.
- Freinet, C. (1988). *La Pedagogía de Celestin Freinet*. Madrid: Ministerio de Educacion y Ciencia.
- Fukuyama, F. (2004). *La Construcción del Estado. hacia un nuevo orden mundial en el siglo XXI*. Barcelona: Ediciones B.
- Fussel, E., & Grenne, M. (2002). Demographic trends affecting youth around the world. En E. Brown, E. Carsons, & T. Sarawathi, *The world's youth: how teenagers prepare for the world of work*. New York: Basics Book.
- Gallegos, R. (2001). *Educación Holística*. México: Paz.
- Gamson, W. (1992). The social psychology of collective. En A. D. Morris, & M. Mc Mueller, *Frontiers in social movement theory* (págs. 52-76). New Haven: Yale University Press.
- García Luengo, Ó. (2002). La (Im)petinencia de las teorías del malestar mediático en el caso español; una primera aproximación empírica. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 9-106.
- García, G., & Micco, S. (1997). *Hacia una Teoría del Pre-ciudadano*. Bogotá: Uriel-UNICEF.
- García-Luengo, O., & Maurer, M. (2009). A virtuous circle for all? Media Exposure and political Trust in Europe. *CONfines*, 39-48.
- Germani, S. (1966). *Estudios sobre sociología y psicología social*. Buenos Aires: Paidós.
- Goddin, R., & Klingemann, H.-D. (1996). *A new handbook of Political Science*. Oxford: Oxford University.
- Griggs, L. (2006). Democracia Contemporánea. El modelo procedimental de Dahl y la Crítica de Habermas. *Documento de apoyo docente 13*. Instituto de Asuntos Públicos. Departamento de Gobierno y Gestión Pública. Universidad de Chile.
- Guerrero, M. (2003). ¿ Qué es la comunicación política? *Revista Iberoamericana de Comunicación*.

- Guerrero, M. (2006). *Medios de comunicación y la función de transparencia*. México: Instituto Federal de acceso a la información. IFAI.
- Gunter, B., & McAleer, J. (1997). *Children and orkison*. New York: Routledge.
- Gutiérrez, R. (1996). La Cultura Política en México. En E. Krotz, *El estudio de la Ciencia Política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticas*. México: Conaculta.
- Habermas, J. (2006). Political Cmmunication in Media Society. Does Democracy still enjoy a epistemic dimension. *Journal of Communication Theory*, 411-426.
- Hagopian, F. (2007). Latin American citizenship and democratic theory. En J. Tulchin, & M. Rurhenburg, *Citizenchip in Latin America* (págs. 11-57). Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Hans, K. (1980). *Esencia y valor de la Democracia*. México: Editorial Nacional.
- Haye, A., Carvacho, H., Gonzalez, R., Manzi, J., & Segovia, C. (2009). Relación entre orientación política y condición socioeconómica en la cultura política chilena: un aproximación desde la psicología política. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 351-384.
- Hibbing, J. R., & Theiss-Morse, E. (1998). The media's role in public negativity toward Congress: Dstingushing emotional reactions and cognitive evaluations. *American Journal of Political Science*.
- Hobsbawn, E. (2005). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica.
- Holtz-Bacha, C. (1990). Videomalise Revisted: media exposure and political alineation in west Germany. *European Journal of Communication*.
- Huerta, W., & García, E. (2008). La formación del ciudadano: El papel de la televisión y la comunicación en la socialización política. *Comunicación y Sociedad*, 163-189.
- Ibarra, A. (2003). Televisión y socialización política de escolaes de la zona metropolitana de Guadalajara. *Tesis Doctoral*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Ibarra, F. C., & Moreno, V. H. (2007). Los Contratiempos de la Democracia procedimental en México. *Papeles de Trabajo No. 15*.
- Ichilov, O. (1990). *Political socializatio, citizenchio education and democracy, Teachers College*. New York: Columbia University.
- IFE. (2002). *Programa Estratégico de Educación Cívica*. México: Instituto Federal Electoral.
- IFE. (2003). *La naturaleza del compromiso cívico*. México: Instituto Federal Electoral.
- IFE. (2012). *Procesos electorales 2012*. México: Instituto Federal Electoral.

- IMJ. (2012). *Encuesta Nacional de la Juventud*. México: Centro de Investigaciones y estudios sobre juventud.
- INEGI. (2010). *Conteo Nacional de Población y Vivienda*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton.
- Jamieson, J., & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: the press and the public good*. New York : Oxford University Press.
- Janoski, T., & Gran, B. (2002). Political Citizenship: Foundations of rights. En F. Sin, & B. Turner, *Handbook of citizenship studies* (págs. 53-68). London: Sage Publications.
- Katz, E., & Blumer, J. (1974). Utilización of mass communication by the individual. En J. Blumer, & E. Katz, *The uses of Mass Communication* (págs. 19-32). Londres: Faber.
- Katz, E., Blumer, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 507-523.
- Kim, R. O., Wyatt, E., & Katz. (1999). New Talk Opinion, Participation: The Part Played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 4(16), 361-385.
- Klesner, J. (2003). Political attitudes, social capital and political participation: The United States and México compared. *Estudios Mexicanos*, 29-63.
- Kornstanje, M. E. (2007). La Democracia y sus supuestos: una perspectiva comparativa entre los conceptos de democracia procedimental y estructural. *Estudios Socioeconómicos*, 45-79.
- Krotz, E. (1996). *El estudio de la Ciencia Política en México: perspectivas disciplinarias y actores políticas*. México: Conaculta.
- Kurt, L., & Lang, G. (1966). The mass media and voting. En B. Berelson, & Janowitz, *Reader in Public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: Free Press.
- Kurt, L., & Lang, G. (1996). The mass media and voting. En B. Berelson, & J. Morris, *Reader in Public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: Free Press.
- Lane, R. (1992). Political Culture or General Theory. *Comparative political studies*, 362-387.
- Lang, K., & G., L. (1966). The mass media and voting. En B. Berelson, & M. Janowitz, *Reader in public opinion and communication* (págs. 455-472). New York: New York Free Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people choice*. New York: Sloan and Pearce.
- Lazarsfeld, P. (1968). *The people choice*. New York: Columbia University Press.

- Lee, N.-J., Shah, D. V., & McLeod, M. J. (2012). Processes of Political Socialization: A communication Mediation approach to youth civic engagement. *Communication Research*, 1-29.
- Leis, R. (2006). *Cultura Política democrática y educación ciudadana*. Panamá: TE publicaciones.
- Levi, G., & Schmitt, J. C. (1996). *Historia de los jóvenes I. De la antigüedad a la edad moderna*. Madrid: Taurus.
- Lijphart, A. (1999). *Patterns of Democracy; Government forms and performance in thirty six countries*. New Haven: Yale University Press.
- Linz, J. J., & Stepan, A. (1996). Hacia la consolidación democrática. *Revista la Política, la democratización, sus límites después de la tercera ola*.
- López, G. (2003). Televisión y socialización política de los niños de Monterrey y Juchitán. *Tesis de Maestría*. Monterrey, Nuevo León: Tecnológico de Monterrey.
- Luskin, R. (1990). Measuring Political Sophistication. *American Journal of Political Science*, 856-857.
- Luskin, R. (1990). Measuring Political Sophistication. *American Journal of Political Science*, 856-899.
- Lutz, B. (2012). La pasión del poder: teoría y práctica de la dominación. *Política cultural*, 323-329.
- Macia, N., Woodsong, C., MacQueen, M., Guest, G., & Namey, E. (2005). *Qualitative Research Methods: a data collector's field guide*. Research Triangle Park: Family Health International.
- Macia, N., Woodsong, C., Macqueen, M., Guest, N., & Namey, E. (2005). *Qualitativa Research Methods: a data collector's fields guide*. Family Health International.
- Mackenzie, C. G., & Weisbrot, R. (2008). *The Liberal hour. Washington and the politics of change in the 1960's*. New York: Penguin Group.
- Macluhan, M. (1965). *Understanding Media*. New York: Mc Graw Hill.
- Maiers, J. (2000). *Politikverdrossenheit in Deutschland Dimensionen-Determinanten konsequenzen*. Lesket Budrich: Op Landen.
- Maldonado, O. (2004). Formación del Ciudadano Participativo. *Educere*, 469-474.
- Markus, H., & Zanjoc, R. (1985). Cognitive perspective in social psychology. En C. Lindzey, & E. Aronson, *Handbook of social psychology*. New York: Random House.
- Marschall, T. (1997). Citizenship ans social Class. En R. Goodin, & P. Pettit, *Conemporary Political Philosophy* (págs. 291-319). Oxford: Blackwell.

- Martín Barbero, J. (1998). Retos Culturales de la comunicación a la educación. En M. Barbero, & E. Villegas, *Comunicación, educación y cultura*. Bogotá: UNESCO.
- Martínez Silva, M., & Salcedo Aquino, R. (2006). *Diccionario Electoral INEP*. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos AC.
- Matías, C., Damian, P., Quintero, L., Serna, G., & Torrejón, E. (2012). Conocimiento Político en estudiantes secundarios. *Revista Electrónica de psicología política*.
- Max-Neff, M., & Elizalde, A. (1989). *Sociedad civil y Cultura Democrática: mensajes y paradojas*. Santiago: CEPUR.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de a agenda- setting. *Comunicación y Sociedad*, 7-32.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda-setting. *Comunicación y sociedad*, 8(1), 7-32.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). New Media Impact on the ingredients of presidential evaluations: politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source. *American Journal of Political science*, 295-309.
- McKeon, R. (1951). *Democracy in a World of Tensions*. Chicago: University of Chicago Press.
- McLeod, J. M., & Reeves, B. (1980). On the nature of mass media effects. En S. B. Withey, & P. R. Abeles, *Television and social behavior: Beyond violence and children* (págs. 17-54). Hillsdale NJ: Erlbaum.
- McLeod, J. M., Rush, R. R., & Friederich, K. H. (1968). The mass media and political information in Quito, Ecuador. *The public Opinion Quarterly*(26), 575-587.
- McLeod, J. M., Sheufele, D., & Moy, P. (1999). Community, communication and participation: the role of the mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political communication*, 315-336.
- Merriam, C., & Gosnell, H. (1924). *Non-voting*. Chicago: Chicago University Press.
- Mettifogo, D., & Sepúlveda, R. (2004). *La situación y el tratamiento de jóvenes infractores de ley*. Santiago de Chile: Centro de Estudios en Seguridad. Universidad de Chile.
- Michels, R. (1976). *Los Partidos Políticos*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Mill, J. S. (1966). *Consideraciones sobre el Gobierno Representativo*. México: Herrero Hermanos Sucesores.
- Millán la Rivera, C. (2008). Cultura Política: acercamiento conceptual desde América Latina. *Perspectivas de la comunicación*.

- Mills, W. C. (1968). Las fuentes del poder en la sociedad. En Etzioni, & E. E. Amitai, *Los Cambios Sociales* (págs. 119-125). México: FCE.
- Morin, E. (2000). *Los siete saberes necesarios a la educación del futuro*. Caracas: FACES Universidad Central de Venezuela.
- Moragas, M. (1979). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gili.
- Muñiz, C., & Maldonado, L. (2011). Impacto de las practicas copmunicativas en las actitudes políticas de los jovenes. *Perspectivas de la comunicación*.
- Muñiz, C., Maldonado, L., Leyva, O., López, R., Saldierna, A. R., Hernández, T., & Rodríguez, E. (2012). Habitos comunicativos y sofisticación política. En C. Muñiz, *Comunicación Política y Ciudadanía* (págs. 237-253). México: Fontamara.
- Nanteras, J. (2007). Información olítica en estudiantes de primaria y secundaria: aspectos socioeconómicos y exposición a medios de comunicación: los inicios de la socialización política. *Revista Mexicana de Investiación Educativa*, 1357-1403.
- Nanteras, J. (2007). Información política en estudiantes de primaria y secundaria: aspectos socioeconómicos y exposición a medios de comunicación, los inicios de la socialización política. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 1357-1403.
- Newman, W. R., Marion, J., & Crigler, A. (1992). *Common Knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.
- Newton, K. (1999). Mass Media effects: mobilization or media malaise? *British Journal of pollitial science*, 577-599.
- Newton, K. (1999). Social and Political trust. En P. Norris, *Critical citizens: global support for democratic goverment*. Oxford: Oxford University Press.
- Newton, K. (2006). May the force be with you: the power of the mass media in modern politics. *European Journal of Political Research*, 209-234.
- Newton, K. (2006). May the weak force be with you: The power of the mass media in modern politics. *European Jorunal of Political Research*, 209-234.
- Norris, P. (1996). Does Television erode social capital? A replay to Putnam. *Political Science and Politics*, 474-480.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A replay to Putnam,. *Political Scince & Politics*, 474-480.
- Norris, P. (1999). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance*. Oxford: Oxford University Press.

- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. (2000). Impact of television on civil malaise. En R. Putnam, & S. Phar, *Disaffected democrats: what's troubling the trilateral democracies* (págs. 231-251). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: reinventing political activism*. Nueva York: Cambridge University Press.
- OEA. (2001). *Carta Democrática Interamericana*. OEA.
- OIJ, O. I. (2008). *Jóvenes de Iberoamerica y los objetivos del milenio*. Organización Iberoamericana de la Juventud.
- Parsons, T. (1997). *La dimensión utópica de la Cultura Política*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Parsons, T., & Edward, S. (1955). *Toward a General Theory of action*. Cambridge: University of Cambridge.
- Pasquino, G. (1994). Participación Política, Grupos y Movimientos. En G. Pasquino, S. Bartolini, M. Cotta, & L. Molinero, *Manual de Ciencia Política*. Madrid: Alianza Universiad Textos.
- Pateman, C. (1970). *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge Univesity Press.
- Pateman, C. (1980). The Civic Culture: a philosophic critique. En G. Almond, & S. Verba, *The civic Culture Revisited* (págs. 57-102). Londres: Sage.
- Patterson, V. (1993). *Out or order*. New York: Alfred A. Knopf.
- Pennock, J. (1979). *Democratic Political Theory*. Princeton: Princeton University Press.
- Peña, J. (2000). *La ciudadanía hoy: problemas y propuestas*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Pérez, J. (1997). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Pérez, J. (1997). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Perez-Serrano, G. (2000). Nueva Ciudadanía para el tercer milenio. *Conetextos Educativos*, 69-80.
- Perruzzotti, E. (2008). la democracia representativa mediada: repensando los vínculos entre representación y participación. *Debates en Sociología*.
- Peschad, J. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura olítica democrática. *América Latina Hoy*, 87-94.
- Peschard, J. (1996). *La cultura Política democrática*. México: Instituto Federal Electoral.

- Peschard, J. (2000). Los medios de Comunicación en la Construcción de la Cultura Política Democrática. *América Latina Hoy*, 87-94.
- Peschard, J. (2001). *La Cultura Política Democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- Petrus, A. (1997). *Pedagogía Social*. Barcelona: Ariel.
- Porath, W. (1995). Prensa Crítica, Videonalaise y Pérdida de Legitimidad de la democracia. Algunas Reflexiones a partir del caso Chileno y Argentina. *23 Conferencia y Asamblea de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Intercultural. Sección Historia*. . Santiago de Chile.
- Prior, M. (2005). News vs Entertainment: how increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. *American Journal of political sciences*, 577-592.
- Putnam, R. (1995). Bowling Alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 65-78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and revival of american community*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Pye, L. (1997). *Cultura Política*. Madrid: Aguilar.
- Ramos, E. (2006). Taxonomía o metáforas sobre el concepto de Cultura POLÍTICAA. En *Pensamos a política. Representaciones sociales y cultura política en jóvenes mexicanos*. México: Plaza y Valdés.
- Reef, M. J., & Keeton, D. (1993). Political alineation and efficacy. En J. Robinson, P. Shaver, & L. Wrightsman, *Measures of political attitudes* (págs. 413-464). San Diego: Academic Press.
- Reef, M., & Knoke, D. (1993). Political alineation and efficacy. En J. Robinson, P. Shaver, & L. Wrightsman, *Measures of political attitudes* (págs. 413-464). San Diego: Academic Press.
- Rivas, F., Reguillo, R., & Sanchez, M. (1987). *Movimiento Social y Cultura Política*. Colima: Universidad de Colima.
- Robinson, M. (1975). American Political Legitimacy in an Era of electronic Journalism: reflections on the Evening News. En C. Douglass, & A. richard, *In televison as a social force: New approaches to TV Criticism*. New York: Praeger.
- Robinson, M. (1976). Public affair television and the growth of political malaise: the case of the selling the pentagon. *American Political Science Review*, 409-476.
- Roche, F. L. (2000). Aproximación al concepto de Cultura Política. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(7), 93-123.

- Rodriguez, A., & Muñiz, C. (marzo de 2009). Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial del 2006. *Comunicacion y sociedad*, 99-134. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx>
- Rojas, H. (2006). Comunicación, Participación y Democracia. *Universitas Humanistica*, 109-149.
- Rojas, H. (2006). Orientations towards political conversation. testing an asymmetrical reciprocal causation model of political engagement. *Convención anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones ICA*. Dresden.
- Rosenbaum, W. (1975). *Political Culture*. Praeger Publishers Inc.
- Rospir, J. (2003). Introducción a la comunicación política. En S. Barrocal, *Comunicación Política en TV y nuevos medios*. España: Ariel.
- Ruiz, E. S. (1992). Cultura Política y Medios de Difusión. Educación Informal y Social. *Comunicacion y Sociedad*, 97-137.
- Sabine, G. (1963). *Historia de la Teoría Política*. Mexico: Fondo de Cultura Económico.
- Sabucedo, J. (1988). Participación Política. En J. Seoane, *Psicología Política*. Madrid: Pirámide.
- Sabucedo, J., & Cramer, D. (1991). Sociological and Psychological predictors of voting in Great Britain. *Journal of Social Psychology*, 647-654.
- Sabucedo, J., & Valiño, A. (1985). Variables psicológicas y tipos de participación política. *I Congreso Nacional de Psicología Social*. Granada España.
- Salas, C. M. (15 de Mayo de 2011). *Radio TV México*. Obtenido de <http://normalistablog.com/201105/quien-es-el-adolescente-martin-salas-html-gomez-palacio-y-campos>.
- Salazar, J. (1990). *Democracia y Educación Política*. San José Costa Rica: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.
- Salazar, L., & Woldenberg, J. (1997). *Principios y Valores de la Democracia. Cuadernos de Divulgación Democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- Sanchez, E. (1992). Educación, Medios de difusión y democracia. (Con especial atención para no perder la costumbre en mamá televisión). *Estudios sobre culturas contemporáneas*, 29-56.
- Sani, G. (1981). Cultura Política. En N. Bobbio, & N. Matteucci, *Diccionario de Ciencia Política*. México: Siglo XXI.
- Sani, G. (1995). Ciudadano y sistema político, participación y cultura política de masas. *Revista de Estudios Políticos*, 121-138.

- Sani, G. (1995). Cultura Política. En N. Bobbio, & N. Matteucci, *Diccionario de Ciencia Política*. México: Siglo XXI.
- Santos, B. d. (2004). *Democratizar la democracia. Los caminos de la democracia participativa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sartori, G. (2003). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus.
- Sartori, G. (2005). *Homovidens: La sociedad teledirigida*. México: Taurus.
- Schreiber, D., & García, L. (2003). Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 131-143.
- Scheufele, D. A., Nisbet, M. C., Brossard, D., & Nisbet, E. C. (2004). Social structure and citizenship: examining the impacts of social setting, network heterogeneity and informational variables on political participation. *Political Communication*, 315-338.
- Schmitt-Beck, R., & Mckenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and Dmobilizers: a study of turnout at german local election. *Electoral studies*, 392-404.
- Schumpeter. (1983). *Capitalismo, Socialismo y Democracia. Tomo II*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. London: Routledge.
- Sear, D. O., & Valentino, N. A. (1997). Politics matters: political events as catalysts for preadult socialization. *American Political Science Review*.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 783-791.
- Shah, D. (1998). Civic Engagement, interpersonal trust and television use: An individual level assessment of social capital. *Political Psychology*, 469-496.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, Hwang, M. R., H., L., . . . McLeod, D. M. (2007). Campaign Ads, online Messaging and Participation: Extending the communication mediation model. *Journal of communication*, 676-703.
- Shah, D., McLeod, J., & Yoo, S. (2001). Communication, context and community: an exploration of print, broadcast and internet influences. *Communication research*, 464-506.
- Silva-Herzog. (1999). Las esferas de la democracia. *Gaceta del Fondo de Cultura Económica*.
- Sotirovic, M., & McLeod, M. J. (2001). Values, communication behavior and political participation. *Political Communication*, 273-300.

- Soule, S. (2001). Will they engage? Political Knowledge, participation and attitudes of generations X and Y. *Paper presented at the Active Participation or a Retreat to Privacy*. Postdam, Germany.
- Street, J. (2005). Politics lost, politics transformed, politics colonised? Theories of the impact of mass media. *Political Studies Review*, 17-33.
- Stromback, J., & Shehata, A. (2010). Medial malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between media exposure, political news attention and political interest. *European Journal of Political research*, 575-597.
- Tedesco, J. C. (1996). La educación y los nuevos desafíos de la formación del ciudadano. *Nueva Sociedad*, 74-89.
- Thompson, M., & Wildavsky, A. (1990). *Cultural Theory*. United States: West View Press.
- Tourine, A. (1995). *¿Qué es la democracia?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Trejo, R. (2006). El imperio del Marketing Político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas. *América Latina Hoy*, 15-22.
- UNESCO. (1994). *44 reunión de la Conferencia Internacional de Educación*. GINEBRA: UNESCO.
- Van Deth, J. (1990). Interest in Political. En M. Jennings, & J. Van Deth, *Continuities in Political Action*. Nueva York: De Gruyter Studies on North America.
- Verba, S., & Nie, N. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Nueva York: Harper y Row.
- Verba, S., Norman, N., & Kim, J. (1978). *Participation and Political Equality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, E. (1995). *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality Civic. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Verba, S., Schlozman, K., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Villafranco, R. C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios. Revista de Investigación social*.

- Voltmer, K. (2007). *Mass media and political communication in a new democracy*. London: Routledge.
- Voltmer, K., & Schmitt-Beck, R. (2007). The mass media in third-wave democracies: Gravediggers or seedsmen of democratic consolidation. En H. J. Puhle, R. Gunther, & J. R. Montero, *Democracy, intermediation and voting in four continents* (págs. 75-154). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Voltmer, K., & Schmitt-Beck, R. (2002). The Mass Media and Citizens' orientations Towards Democracy: The experience of six 'Third-Wave' Democracies in Southern Europe, Eastern Europe and Latin America. *Workshops of the European Consortium for Political Research*. Turin.
- Weaver, P. (1972). *Is Television news Biased?* Public Interest.
- Wellma, B., Quan-Haase, A., Whitte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease or supplement social capital? Social networks, participation and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 436-455.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: University Press.
- Zaller, J. (1996). The myth of massive media impact revived: New support for a discredited idea. *Political persuasion and attitude change*, 17-78.
- Zaller, J. (2004). Floating Voters in US Presidential Elections: 1948-2000. En P. Sniderman, & W. Saris, *The issue of Beliefs: Essays in the Intersection of Nonattitudes and Attitude Change*. Amsterdam: University of Amsterdam Press.

Anexo 1

Un grupo de profesores de la Universidad estamos desarrollando una investigación sobre las percepciones y opiniones sobre la situación social en México. A continuación encontrarás una serie de afirmaciones. Te pedimos que leas atentamente cada enunciado y que respondas rodeando con un círculo la alternativa que mejor corresponda a tu opinión.

Por favor, responde las preguntas a medida que las vayas leyendo y presta atención señalando sólo un número para cada enunciado, aquel que responda mejor a tu opinión personal. No hay respuestas correctas o incorrectas. Las mejores respuestas son aquellas que reflejan honestamente tu opinión. Muchas gracias por tu colaboración en nuestro estudio.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

SEXO: 1. Hombre 2. Mujer EDAD: _____

Y, ¿qué calificación promedio obtuviste el último semestre? _____

Podrías decirnos cuál aproximadamente es el nivel de ingresos mensual de tu familia:

Menos de 6000 Entre 6001 y 10000 Entre 10001 y 30000 Más de 30001

¿Cuánto gastas a la semana aproximadamente en entretenimiento, ocio, comida, etc.? _____ pesos

Y cuántos libros lees aproximadamente al año (quitando los de clase) _____

Cuando se habla de **política** se utilizan normalmente las expresiones “izquierda” y “derecha”. Teniendo en cuenta la siguiente escala, ¿qué número crees que representaría mejor tu posición política?

Izquierda

5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

 Derecha

A qué partido político pertenece Felipe Calderón Hinojosa: PRI PAN PRD OTRO

A qué partido pertenece Rodrigo Medina de la Cruz: PRI PAN PRD OTRO

Nos podrías indicar ¿de cuántos estados se compone México? 15 23 31 35

Y finalmente, podrías señalarnos ¿quién es el actual Gobernador del Banco de México?

Javier Treviño

Agustín Carstens

Guillermo Ortiz

1. Para comenzar con la encuesta, nos gustaría saber en términos generales, y de manera aproximada, ¿qué tanto sueles **consumir los siguientes medios de comunicación?**:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Televisión	1	2	3	4	5
• Prensa escrita	1	2	3	4	5
• Prensa digital por internet	1	2	3	4	5
• Radio	1	2	3	4	5
• Revistas de información	1	2	3	4	5
• Internet	1	2	3	4	5
• Asistir al cine	1	2	3	4	5

2. Es habitual que las personas busquen información sobre política para conocer qué ocurre en el país o en donde viven. Por eso, nos gustaría saber ¿qué tanto usas estos medios para informarte sobre política?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Lees noticias en periódicos nacionales	1	2	3	4	5
• Lees noticias en periódicos extranjeros	1	2	3	4	5
• Lees noticias en periódicos locales o estatales	1	2	3	4	5
• Escuchas la radio para informarte	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras nacionales	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras extranjeras	1	2	3	4	5
• Ves noticias de televisoras locales o estatales	1	2	3	4	5

3. Y ahora nos gustaría saber qué tanto consumes los siguientes programas o medios:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Ves programas de entretenimiento en la televisión (<i>realities</i> , películas, comedias de situación, series dramáticas, telenovelas, programas de humor, etc.)	1	2	3	4	5
• Lees la prensa especializada en deportes	1	2	3	4	5
• Escuchas radio comercial de música	1	2	3	4	5
• Navegas por internet para entretenerte, chatear, descargar música, etc.	1	2	3	4	5

4. A menudo se suele hablar con otras personas sobre lo que ocurre en el país, la ciudad o en otros lugares. Pero, ¿qué tanto hablas sobre política con estas personas?

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Con tus amigos	1	2	3	4	5
• Con tus familiares	1	2	3	4	5
• Con tus compañeros de clase o trabajo	1	2	3	4	5
• Con tus profesores y maestros	1	2	3	4	5
• Con sacerdotes o líderes espirituales	1	2	3	4	5
• Con vecinos u otras personas	1	2	3	4	5
• Personas con las que coincides en ideas políticas	1	2	3	4	5
• Con personas con ideas distintas a las tuyas	1	2	3	4	5

5. Como sabes, cada vez es más habitual que también tengamos relaciones, conversaciones, amistades a través de internet. Por eso, nos gustaría saber ¿qué tanto haces las siguientes actividades?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Discutes o conversas sobre política o noticias que has leído o visto en un medio a través del correo electrónico	1	2	3	4	5
• Enviar correos a políticos o editores de medios para dar tus opiniones	1	2	3	4	5

• Usas el correo electrónico para organizarte en actividades comunitarias o sociales	1	2	3	4	5
• Expresas tus opiniones políticas a través de internet	1	2	3	4	5
• Participas en chats, fórums, blogs o cualquier otro espacio sobre política en internet	1	2	3	4	5
• Escribes tus opiniones políticas en el espacio para comentarios de las noticias de los periódicos digitales	1	2	3	4	5

6. Y, cuando hablas con otras personas en persona o a través de internet, exactamente ¿qué tanto lo haces sobre los siguientes temas y asuntos?:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Sobre lo que el Presidente, el Gobierno Federal y el Congreso hacen y acuerdan	1	2	3	4	5
• Sobre lo que el Gobernador del Estado está haciendo	1	2	3	4	5
• Acerca de lo que ocurre en países extranjeros	1	2	3	4	5
• Sobre la evolución de la economía mexicana	1	2	3	4	5
• Sobre de la situación de crimen y violencia en la sociedad	1	2	3	4	5
• Sobre lo que ocurre en tu vida personal y familiar	1	2	3	4	5
• Acerca de la evolución de la escuela y la educación	1	2	3	4	5
• Hablas sobre la religión y tus creencias religiosas	1	2	3	4	5
• Sobre lo que ocurre en el mundo del deporte, la televisión, la música o el cine	1	2	3	4	5

7. Ahora, nos gustaría saber en qué medida estás de acuerdo con las siguientes expresiones:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Las noticias a menudo cuentan los hechos de forma inexacta e incorrecta	1	2	3	4	5
• Los medios acostumbran a inclinarse a favor de una parte en sus noticias, no transmiten información contextualizada	1	2	3	4	5
• Los medios suelen informar en sus noticias más bien de temas sin trascendencia, en vez de centrarse en los asuntos de verdadera importancia del día	1	2	3	4	5

8. Y, ¿qué tan interesado dirías que estás en la política?

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

9. Y en saber lo que pueda ocurrir en las elecciones presidenciales de 2012:

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

10. Con respecto a las próximas elecciones, ¿qué tan probable es que vayas a votar?

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

11. En relación a lo que sientes con respecto a la política, nos gustaría saber qué tanto estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes expresiones:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Las personas como yo no tienen nada que opinar sobre lo que los gobiernos hacen	1	2	3	4	5
• Algunas veces, el lenguaje de los políticos y gobernantes puede ser tan complejo que personas como yo no entendemos lo que está pasando	1	2	3	4	5
• Pienso que estoy mejor informado sobre política que otras personas	1	2	3	4	5
• La mayoría de los políticos quieren estar en contacto con la gente	1	2	3	4	5
• Los partidos son tan similares que realmente da lo mismo quién esté en el gobierno	1	2	3	4	5
• Los partidos y políticos sólo están interesados en los votos de las personas, no en sus opiniones	1	2	3	4	5
• Las propuestas políticas sólo dependen de la situación del partido en los sondeos	1	2	3	4	5
• Los políticos están únicamente preocupados en ganar las elecciones y mantener su popularidad	1	2	3	4	5
• Los políticos realmente se ocupan de los problemas de sus áreas políticas y administrativas	1	2	3	4	5
• Los políticos suelen contar siempre la verdad acerca de sus metas y objetivos	1	2	3	4	5
• Los políticos manipulan cuando presentan sus propuestas	1	2	3	4	5
• Si voto o no en las elecciones, la verdad, es algo que no les influye a los políticos	1	2	3	4	5
• Nunca se sabe qué es lo que realmente piensan los políticos	1	2	3	4	5
• Se puede confiar en que los políticos a menudo hacen las cosas correctas	1	2	3	4	5

• Los políticos a menudo olvidan muy rápido lo que han prometido en la campaña electoral	1	2	3	4	5
• Me considero bastante cualificado para participar en política	1	2	3	4	5
• Nunca se puede confiar en lo que los políticos dicen o prometen	1	2	3	4	5
• Pienso que estoy mejor informado que la mayoría de las personas sobre asuntos políticos	1	2	3	4	5
• Siento que tengo un muy buen conocimiento de los asuntos políticos que ocurren en el país	1	2	3	4	5

12. A continuación te vamos a mencionar algunos cargos de funcionario e instituciones públicas. Nos gustaría saber cuál es tu grado de confianza en esos cargos políticos o instituciones:

	Bastante	Mucho	Algo	Poco	Nada
• Presidente de la República	1	2	3	4	5
• Gobernador del Estado	1	2	3	4	5
• Presidente Municipal	1	2	3	4	5
• Partidos políticos	1	2	3	4	5
• Instituto Federal Electoral	1	2	3	4	5
• Cámara de Diputados	1	2	3	4	5
• Cámara de Senadores	1	2	3	4	5

13. Cambiando de tema, nos gustaría saber si has participado, participas o te gustaría participar en alguna de las siguientes asociaciones que a continuación te señalamos:

• Un sindicato	Sí	No
• Asociación de alumnos	Sí	No
• Partido político	Sí	No
• En la mesa directiva de la preparatoria	Sí	No
• En alguna agrupación política	Sí	No
• Institución de beneficencia	Sí	No
• Agrupación religiosa	Sí	No
• Asociación ciudadana, de barrio, vecinos, colonos, etc.	Sí	No
• Agrupación de ayuda social (como por ejemplo en defensa de los indígenas, niños de la calle, del ambiente, etc.)	Sí	No
• Asociación artística o cultural	Sí	No

14. Finalmente, nos gustaría saber si has participado, participas habitualmente o te gustaría participar en las siguientes actividades que a continuación te mencionamos.

Has votado en las últimas elecciones celebradas	Sí	No
Has colaborado o trabajado en alguna campaña política electoral	Sí	No
Has asistido a alguna reunión o mitin político	Sí	No
Has contactado o hablado con funcionarios elegidos	Sí	No
Asistes a reuniones de algún club o agrupación social	Sí	No
Realizas o has realizado algún tipo de trabajo voluntario	Sí	No
Has trabajado en algún proyecto comunitario	Sí	No
Has trabajado en apoyo de alguna causa o grupo social	Sí	No

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN

Anexo 2: Cuestionario Focus Group

Esta pequeña encuesta forma parte de una investigación desarrollada para conocer las actitudes y conocimientos sobre política en jóvenes de su edad.

1.- Selecciones sólo una de las respuestas a cada interrogante.

¿QUE TAN INTERESADO DIRIAS QUE ESTAS EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS? LA POLITICA LOCAL O MUNICIPAL

___1 Bastante ___ 2 Mucho ___ 3 Algo ___ 4 Poco ___ 5 Nada

¿QUE TAN INTERESADO DIRIAS QUE ESTAS EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS? LA POLITICA A NIVEL DEL ESTADO

___1 Bastante ___ 2 Mucho ___ 3 Algo ___ 4 Poco ___ 5 Nada

¿QUE TAN INTERESADO DIRIAS QUE ESTAS EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS? LA POLITICA NACIONAL O FEDERAL

___1 Bastante ___ 2 Mucho ___ 3 Algo ___ 4 Poco ___ 5 Nada

¿QUE TAN INTERESADO DIRIAS QUE ESTAS EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS? LA POLITICA INTERNACIONAL

___1 Bastante ___ 2 Mucho ___ 3 Algo ___ 4 Poco ___ 5 Nada

2.-AHORA, VAMOS A HACERLE UNA SERIE DE PREGUNTAS. NOS GUSTARIA QUE SEÑALARA CUAL CREE QUE ES LA RESPUESTA CORRECTA A CADA UNA:

- ¿QUE PARTIDO TIENE MAYORIA EN EL SENADO DE LA REPUBLICA?

A) PAN

B)PRI

C)PRD

D)OTRO

- ¿A QUE PARTIDO POLITICO PERTENECE PEDRO JOAQUIN COLDWELL?

A) PAN B) PRI C) PRD D) OTRO

- ¿QUE PARTIDO TIENE MAYORIA EN LA CAMARA DE DIPUTADOS?

A) PAN B) PRI C) PRD D) OTRO

- ¿QUIEN ES EL ACTUAL SECRETARIO DE GOBERNACION?

A) SANTIAGO CREEL B) ALEJANDRO POIRE C) JOSE FRANCISCO
BLAKE

- ¿DE CUANTOS ESTADOS SE COMPONE MEXICO?

A) 15 B) 23 C) 31 D) 35

- ¿A QUE PARTIDO POLITICO PERTENECE MANLIO FABIO BELTRONES?

A) PAN B) PRI C) PRD D) OTRO

¿CUANTOS AÑOS DURA EL MANDATO DE UN GOBERNADOR?

A) 6 B) 3 C) 5 D) 4

¿Y EL MANDATO DE LOS ALCALDES?

A) 6 B) 3 C) 5 D) 4

¿CUALES SON LOS PODERES DE LA NACION?

A) FEDERAL ESTATAL MUNICIPAL B) EJECUTIVO LEGISLATIVO JUDICIAL C) PRESIDENTE
GOBERNADOR ALCALDE

Y ¿CUAL ES EL TRABAJO DEL CONGRESO DE LA UNION?

A) APLICAR E INTERPRETAR LAS LEYES B) ELABORAR Y DICTAR LAS LEYES
C) PROMULGAR Y EJECUTAR LAS LEYES

- A QUE PARTIDO POLITICO PERTENECE MARCELO EBRAD

A) PAN B) PRI C) PRD D) OTRO

3.- Datos generales:

Edad _____

Sexo _____

Anexo 3: Guión Focus Group:

Categoría: Consumo de medios, contenido político que consumen, conocimiento político, cultura política, participación política, interés en la política.

1.- ¿Nos podrían decir su nombre y que están estudiando? ¿Cuáles son sus pasatiempos?

1) Categoría: Cultura política:

¿Cuál es su primer recuerdo sobre algo relacionado con la política? (votaciones, debates, etc)

¿Cuándo eran niños cómo percibían a los candidatos, a la política?

¿Quiénes hablaban de política en su casa? ¿qué me pueden contar?

2) Categoría: Interés en la Política:

¿ Están interesados en las campañas electorales?

Cómo perciben las próximas elecciones

¿Cuál es su actitud hacia el próximo evento electoral

3) Categoría: sentimiento de eficacia:

Cómo creen que pueden influir en las toma de decisiones políticas?

Quienes piensan que representan mejor desinterés en este momento, es decir que o quienes son los que los hacen sentir de alguna manera desencantados de los procesos electorales o de la política en general.

Que hace que una institución política sea cercana a ti.

4) Categoría consumo de medios:

-En el actual proceso de elecciones presidenciales, pueden decirme, de todos los medios de comunicación ¿cuál perciben como el que más les proporciona información al respecto?

-¿Cómo perciben la apertura de esos medios en el proceso electoral?

- en este momento si quieren saber cómo van las elecciones,¿ a que medio recurren?

- ¿que piensan de los programas que hablan de política?

5) Categoría: Conocimiento Político:

Conocen a los candidatos actuales a la presidencia?

¿Qué opinan de ellos?

Y ¿qué opinan de las propuestas?

¿Les creen? ¿por qué?

Podrían decirme 3 cualidades del político idea para que ustedes voten por el?

6) Categoría: Participación Política:

Ahora que se han realizado muchos eventos de proselitismo electoral, has asistido a uno? Si no lo han hecho preguntarles ¿por qué no? Y también el motivo que los hizo que fueran.

Vieron los debates, cómo percibieron a los candidatos.

Si fueran ustedes maestros y ellos alumnos presentando un examen que calificación les podrían?

Alguien conoce el movimiento 132? ¿Qué opinan de él?

Podrían decirme una lista de las formas de participación política.

7) Cinismo político

Cuál es su actitud con respecto a los gobernantes que no cumplen sus promesas

Vas a ir a votar?

¿cómo crees que va a ser esta experiencia de tu primera vez votando?

¿Qué sí te haría votar y que no?

Que te influye en tu decisión, cómo la tomas?

CIERRE: En todas las elecciones hay personas que consideran mejor no ir a votar, ¿ustedes que opinan.