

Revista mexicana de opinión pública

ISSN: 1870-7300

ISSN: 2448-4911

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de  
Ciencias Políticas y Sociales

Leyva Cordero, Oswaldo; Muñiz, Carlos; Flores Hernández, María de los Ángeles  
La conformación de actitudes políticas de los jóvenes  
universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León  
Revista mexicana de opinión pública, núm. 21, 2016, Julio-Diciembre, pp. 51-70  
Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487457353004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

# **La conformación de actitudes políticas de los jóvenes universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León**

**Conformation of political Attitudes of University Students at the 2015 pre-election Context in Nuevo Leon**

Oswaldo Leyva Cordero<sup>1</sup>

Carlos Muñiz<sup>2</sup>

María de los Ángeles Flores Hernández<sup>3</sup>

Recibido el 12 de junio de 2015.

Aceptado el 13 de octubre de 2015.

## **Resumen**

La participación de los ciudadanos<sup>4</sup> es un componente esencial de la democracia, puesto que, si bien suele considerarse que su primer escalón es el voto, debemos reconocer que existen diferentes formas de participación política. Todas son necesarias para hacer que los individuos tengan derechos y obligaciones sociales y políticos; para ello, los líderes, piezas claves en el mantenimiento del sistema político, deberían cumplir sus funciones adecuadamente, así como representar a los sectores sociales y cumplir con las reglas considerando los valores democráticos.<sup>5</sup> Frente a este contexto, el ciudadano se vincula con el sistema político a través de los medios, y además cuenta

---

1 Doctor en gerencia y política educativa por el Centro de Estudios Universitarios de Baja California. Cuenta también con un doctorado en filosofía con orientación en ciencias políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). oswaldo.leyva@uanl.mx.

2 Doctor en comunicación por la Universidad de Salamanca (USAL), España, y profesor titular de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). carlos.munizm@uanl.mx.

3 Estudiante del doctorado en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL. mariadlafh@gmail.com.

4 Alicia Ziccardi, *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*, Miguel Ángel Porrúa-UNAM-Instituto de Investigaciones Sociales, México, 1998, p. 28.

5 Lester Milbrath y M.L. Goel, *Political Participation: How and why do people get involved in politics?*, Rand McNally College Publishing Company, Chicago, 1977, p. 147.

con una mayor conciencia sobre el fenómeno del poder, que se percibe como algo a lo que el ciudadano tiene derecho. Este trabajo analiza la participación político-electoral de los jóvenes universitarios en el estado de Nuevo León y evalúa el papel de los medios de comunicación y su influencia en la conformación de las actitudes políticas. Por tal motivo, se propone un modelo explicativo de la participación política electoral considerando dichas variables.

### **Palabras clave**

Participación política electoral, actitudes políticas, consumo de medios, jóvenes.

### **Abstract**

The participation of citizens is an essential component of democracy, because being as the first step of it is the vote, we must recognize that there are different forms of participation, where all are necessary for individuals to have social and political rights and obligations, to that leaders are key elements in maintaining the political system and they should perform their duties properly, as the representation of the social sectors and to accomplish considering the rules of democratic values. Against this background the citizen is linked to the political system through the media, in addition to greater awareness of the phenomenon of power, perceived as something that the citizen is entitled. This paper analyzes the political-electoral participation of university students in the state of Nuevo Leon, to assessing the role of the media and its influence in shaping political attitudes. Therefore an explanatory model of electoral politics participation considering these variables is proposed.

### **Keywords**

Electoral Participation Policy, Political Attitudes, Consumer Media, Youth.

## **1. Introducción**

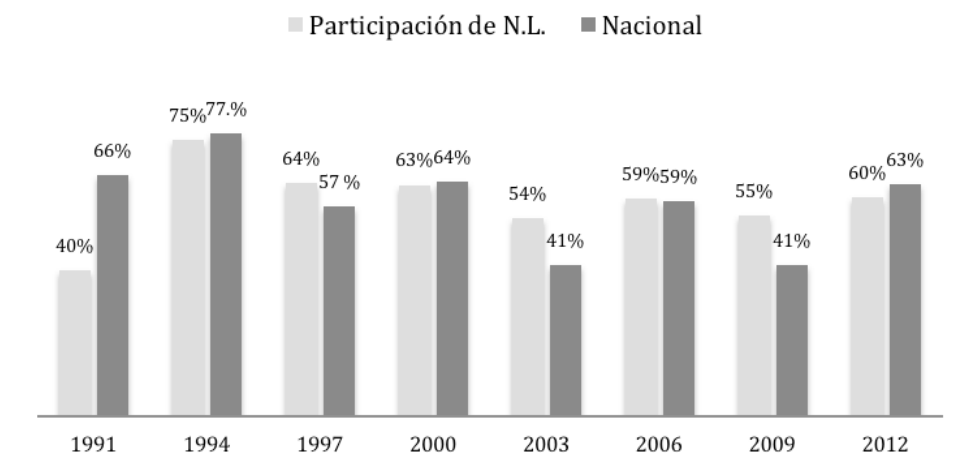
Para el estado de Nuevo León, el año 2015 marca un periodo importante en el desenvolvimiento de los jóvenes y su participación en la sociedad. Cada vez es más frecuente analizar la conformación de las actitudes políticas, es decir, qué factores inciden a la hora de pronunciarse por un partido o candidato, o en qué tipo de actividades se involucrarán y de qué modo. Es importante necesario considerar los medios a que están expuestos y cómo influyen éstos en sus preferencias, y partiendo de ahí, cómo todo este cúmulo de factores impacta en las actitudes políticas que desarrolla un joven.

El estado se conforma por 51 municipios, cada uno encabezado por el presidente municipal, con un mandato de duración de tres años. Los presidentes municipales pueden ser electos en varios periodos no consecutivos. En el caso del gobernador, su mandato es de seis años. Respecto del nivel de participación en la elección para presidente de la República del año 2012, se contó con 60% de participación electoral; sin embargo, fue menor en comparación con la participación nacional.<sup>6</sup> Debe precisarse que la participación electoral fue más alta cuando se eligieron al mismo tiempo autoridades locales y federales.

---

6 Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones Federales 2011-2012 del Instituto Federal Electoral, México.

## Gráfica 1. Nivel de participación electoral en el estado de Nuevo León versus participación nacional



Analizando la participación electoral en 2012 en el ámbito nacional por edad, se observa que los niveles más altos de participación se concentran en la población de 40 a 79 años. Son las personas mayores de 80 años y los jóvenes de 20 a 39 años quienes tienden a participar menos. Los jóvenes que por primera vez ejercen su voto (sector de 18 a 19 años) representan una excepción entre la población joven, pues alcanzan niveles de participación muy cercanos a 63%.<sup>7</sup> Puede pensarse que existe un cambio generacional al ampliar su participación en las redes sociales y mostrar mayor interés en el proceso electoral; sin embargo, su apatía hacia la política sigue siendo una constante tanto en el entorno nacional como en el estatal.

En cuanto a la participación electoral promedio estatal de los grupos de edad de 20 a 39 y de 40 a 79 en las elecciones federales de 2012, se observa que existen diferencias significativas entre estos grupos de edad, en los que existe mayor participación con una diferencia de alrededor 15% en los adultos. Una excepción de participación entre la población joven consiste en las personas de 18 y 19 años, es decir, quienes ejercen por primera vez su derecho al voto (su participación es similar al promedio nacional).<sup>8</sup>

Actualmente, los jóvenes en edad de votar representan 29.64% del padrón electoral en el ámbito nacional. Específicamente, en Nuevo León representan 28.14% de un total de 3 615 441 electores, de los cuales 49.82% son hombres y 50.18% mujeres.<sup>9</sup> Por otra parte, se cuenta con 26 distritos electorales. Hay distritos que abarcan varios municipios, y también municipios que

7 Instituto Federal Electoral, *op. cit.*

8 Instituto Federal Electoral, *op. cit.*

9 Instituto Nacional Electoral, *Estadísticas de la Lista Nominal y Padrón Electoral 2015 del Instituto Nacional Electoral*, Instituto Nacional Electoral, 2015, México.

contienen varios distritos electorales. La delimitación específica de estos distritos se encuentra en el artículo 158 de la Ley Electoral del Estado.<sup>10</sup>

En el caso del acceso a internet de los jóvenes, el promedio nacional es de 29%. El estado de Nuevo León se encuentra en el tercer lugar con mayor acceso (41%). Este factor puede incidir en el desarrollo de formas de participación y de socialización política. Facebook es la red social más utilizada para informarse y comunicarse.<sup>11</sup>

Adicionalmente, un estudio realizado en los jóvenes de la Universidad Nacional Autónoma de México hace referencia a los jóvenes muy poco interesados (46%) o nada en la política (43%).<sup>12</sup> Estas percepciones se relacionan con el bajo interés que existe en el entorno nacional: 65% de los ciudadanos entrevistados declaró tener poco interés en la política.<sup>13</sup> Queda clara la apatía de los jóvenes hacia la política.

Otro elemento al que debe darse atención especial es el caso de los jóvenes que de inicio ya están alineados a algún partido específico, así como el caso de quienes, al observar el panorama electoral imperante, deciden no asumir su obligación política para efectuar su voto.

Este estudio parte de la percepción de los jóvenes hacia la política, de la toma de decisiones en el ámbito político, y toma en cuenta una especial reserva de la socialización inicial del individuo, con la intención de que ello pueda explicar, en lo general, la conformación de las actitudes de los jóvenes hacia la política. Además, pueden señalarse algunos cambios estructurales en los jóvenes, caracterizados por un creciente distanciamiento de la política y una ampliación de sus formas de participación, ya sea de forma tradicional (voto) o en medios digitales.

Frente a este contexto, se propone un modelo explicativo de la participación política electoral a partir de la conformación de sus actitudes y sus hábitos comunicativos, todo ello desde un enfoque cuantitativo.

## 2. Marco Teórico

### 2.1 La percepción de los jóvenes de la política y de los medios de comunicación

El tema de la percepción política desde la perspectiva del juicio subjetivo implica tres procesos. El primero señala que, en un modelo racional de democracia, la gente escoge a un partido o candidato basándose en la proximidad, a lo cual se denomina selección racional.<sup>14</sup> En un segundo término, la gente puede, con el tiempo, desarrollar una afiliación a un partido político, con base en que el partido parece haber actuado por el interés de grupos o clases de gente con la cual la persona se identifica; esto es la influencia del candidato o partido preferido de la persona. El tercer término parte de la motivación que la persona tiene al percibir similitud entre sí mismo y

---

10 Arturo Cota Olmos (comp.), *Memorias estadísticas 2011-2012*, Comisión Estatal Electoral del Estado de Nuevo León, México, 2012.

11 Encuesta Nacional de la Juventud 2010 del Instituto Mexicano de la Juventud, México

12 Instituto Mexicano de la juventud, *Encuesta Nacional de Valores la Juventud 2012 de la Universidad Nacional Autónoma de México*, Secretaría de Educación Pública, México, 2012.

13 Secretaría de Gobernación, *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ENCUP 2012*, Secretaría de Gobernación, México, 2012.

14 Donald Granberg y Thad A. Brown, "The perception of ideological distance", *The western political quarterly*, vol. 45, núm. 3, University of Utah, Salt Lake City, Estados Unidos, 1992, pp. 727-750.

su candidato o partido preferido y sus opuestos. Este tercer término es irracional en su naturaleza y se distingue de los dos primeros. Los tres procesos conforman un juicio subjetivo. En este sentido, los ciudadanos forman impresiones acerca de las posiciones ideológicas de candidatos y partidos, y ocurre lentamente en el proceso de socialización política y más rápidamente durante las campañas políticas.<sup>15</sup>

En el caso de la perspectiva de la socialización política, se observa el proceso de aprendizaje social a través del cual los ciudadanos adquieren creencias, sentimientos e información desarrollando su madurez y su identidad política.<sup>16</sup> En este proceso de socialización se integra la exposición a los medios de comunicación y sus efectos en el individuo: los cognitivos, como la conciencia, el conocimiento y la imagen de políticos; los afectivos, como el interés, las actitudes hacia líderes políticos, los temas y el apego al sistema político, y los de comportamiento, como la discusión interpersonal y la participación política. Entre las conclusiones, se encuentra que los medios refuerzan el aprendizaje político del individuo mediante sus canales de comunicación, y que tienen la responsabilidad de proveer información conectada adecuadamente, de tal modo que los ciudadanos puedan entender lo que sucede alrededor de ellos y puedan actuar conforme a sus verdaderos intereses. Por tal motivo, se propone un modelo que postula fuertes efectos mediáticos, en que la variable social más importante es la intensidad y la orientación de las informaciones, y en que las variables individuales son el nivel de atención y conocimiento, así como las predisposiciones ideológicas de los ciudadanos.<sup>17</sup> Los medios gestionan gran parte de los recursos cognitivos del modelo: el conocimiento necesario para seguir un tema, los argumentos que relacionan los mensajes con los intereses y la disponibilidad de las opiniones que se emiten.

En este aspecto, los medios de comunicación desempeñan un papel primordial; por lo tanto, es necesaria una interacción permanente entre las instituciones y los actores políticos con la sociedad. En ese sentido, las instituciones políticas deben transformarse para adecuar la forma de captar las inquietudes de participación de los jóvenes, ya que éstas no son capaces de canalizarlas de forma adecuada.

Aun cuando los ciudadanos se exponen a los medios, se desarrolla primero lo que se llama consideración, que es la razón que puede inducir a un individuo a decidir en un asunto político de una manera u otra, así como las consideraciones compuestas por la cognición y el afecto de qué es una creencia, concerniente a un objeto y a la evaluación de una creencia.

Lo anterior se aplica en la exposición a los medios de comunicación, y se resalta la penetración de los medios masivos y de su monopolio virtual sobre la presentación de muchos tipos de información que deben sugerir a los observadores razonables. Qué es lo que los medios dicen y cómo lo dicen tiene enormes consecuencias políticas y sociales.<sup>18</sup>

---

15 Philip Converse, "The problem of party distances in models of voting change", en M. Kent Jennings y H. Zeigler, *The Electoral Process*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, Nueva Jersey, Estados Unidos, 1966, pp. 175-207.

16 Mira Sotirovic y Jack McLeod, "Knowledge as understanding: The information processing approach to political learning", en L.L. Kaid, *Handbook of Political Communication Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey, Estados Unidos, 2004, pp. 357-394.

17 John Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, Nueva York, 1992, pp. 6-40.

18 Larry Bartels, "Messages received: The political of mass media exposure", *American Political Science Review*, vol. 87, núm. 2, Cambridge University Press, Texas, 1993, pp. 267-285.

## 2.2 Participación política y el voto de los jóvenes en el estado de Nuevo León

En la elección de 2012 en el estado de Nuevo León se obtuvo alrededor de 60% de participación electoral y 40% de abstencionismo. Los jóvenes fueron quienes menor nivel de participación tuvieron (52%).<sup>19</sup>

Basándonos en lo anterior, la relación de los jóvenes en la política expresada directamente en los niveles de participación es considerada como un factor esencial en los nuevos escenarios democráticos, ya que en ellos se muestran características de la posmodernidad y de un mundo más globalizado. Por un lado, la presencia de valores postmaterialistas, y por otro, el cambio de los estilos de vida. Este fenómeno conlleva mayor individualismo, situación que poco a poco nos lleva a construir una sociedad cada vez menos democrática, donde se generan cambios en la forma de relacionarse con la política y se crean fuertes niveles de apatía frente a la participación.

Por otra parte, la participación electoral constituye un elemento parcial de la participación política; no obstante, sigue siendo una de las más importantes. Dicho de otro modo, en los regímenes democráticos, la participación electoral se presenta como la alternativa más efectiva para influir en la elección de los representantes y gobernantes y, en ciertos casos, en algunas políticas públicas y modificaciones normativas.<sup>20</sup>

Ahora bien, habría que comparar la participación política desde dos perspectivas democráticas: la primera, enfocada en la teoría elitista, en la que los ciudadanos participan en la selección de las elites que ocuparán el poder; sin embargo, no deciden directamente ni controlan la actividad de los gobernantes, lo que da como resultado un sistema político dividido entre la elite y la ciudadanía; la segunda se enfoca a la teoría participativa, en la que se esperaría tener alto nivel de participación y, con ello, reflejar mayores niveles de democratización, además de cambiar el sistema político y disminuir la distancia entre gobernantes y gobernados. Otros investigadores establecen que a través del voto, los ciudadanos buscan representantes que compartan los principios, ideales, valores y objetivos comunes.<sup>21</sup>

Frente a este contexto, el filósofo y político inglés John Stuart Mill sostiene que la participación en los asuntos públicos no sólo permite a los ciudadanos vigilar sus propios intereses, sino también incrementar su desarrollo intelectual y moral.<sup>22</sup> Asimismo, Parry menciona que a través de la participación, el ciudadano aprende más sobre sus propios intereses; además, ayuda a comprender las necesidades de otros, por lo que la no participación sería un síntoma de que algo no funciona en el sistema político.<sup>23</sup>

Considerando lo anterior, la participación del ciudadano cuenta con ciertas ventajas: en primer término, se concibe un proceso de formación en cuanto a su toma de decisiones, la forma de

19 Comisión Estatal Electoral, *op. cit.*

20 Beatriz Franco-Ciervo y Javier Flores, *Participación electoral. ¿Esencia de la democracia?*, vol. 1, núm. 528, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2009, pp. 259-275.

21 Jeffery Mondak y Robert Huckfeldt, "The accessibility and utility of candidate character in electoral decision making", *Electoral Studies*, vol. 25, Elsevier, Amsterdam, 2006, pp. 20-34.

22 John S. Mill, *Del gobierno representativo*, Tecnos, Madrid, 1985, pp. 54-68

23 Geraint Parry, George Moyser y Neil Day, *Political participation and democracy in Britain*, Cambridge University Press, Cambridge, 1992, pp. 267-286

convencer a las autoridades gubernamentales, el ejercicio de un papel activo, el mejor control de los procesos políticos y la puesta en práctica de políticas públicas.<sup>24</sup>

Otro elemento de la participación política es la vinculación que tiene con las formas de comunicación. En tiempos de interactividad, la participación no puede dejar de entenderse también como diversa, porque los propios lenguajes de la comunicación se han modificado y posibilitan hoy nuevas formas de relación.<sup>25</sup> Actualmente, el ciudadano se vincula con el sistema político a través de los medios; además, cuenta con una mayor conciencia sobre el fenómeno del poder, que se percibe como algo en lo que el ciudadano tiene derecho.

En este marco, el avance de los movimientos sociales de iniciativas ciudadanas, de grupos u organizaciones no gubernamentales manifiesta que existen muchas y diferentes formas de participación política. En algunos casos, las prácticas de participación se llevan a cabo dentro de los canales legales o tradicionales, mientras que en otros se desarrollan mediante procedimientos más o menos legales jurídicamente. La inclusión de esta dimensión en el modelo pluralista permite entender la protesta y la acción política directa, no como un peligro de desestabilización del sistema político, sino como un elemento más de acción política.<sup>26</sup>

### 2.3 La conformación de las actitudes políticas de los jóvenes

Existen múltiples factores que determinan la permanencia o cambio de las actitudes políticas relacionadas con el comportamiento político. Uno de ellos está determinado por componentes de índole privada, el cual se halla condicionado por las experiencias aprendidas y transmitidas en el seno de la familia; así las actitudes políticas básicas se forman en los procesos de socialización que tienen lugar en la infancia temprana, en contacto con la familia. En el caso concreto del comportamiento electoral, la familia desempeña un papel fundamental en la transmisión de las lealtades partidistas, las cuales se encuentran en la base de la formación de las decisiones electorales de los individuos adultos.<sup>27</sup>

Por otra parte, Murga explica que la educación favorece la participación del ciudadano porque disminuye las barreras cognitivas y aporta elementos de información útiles para la acción política.<sup>28</sup> Aunque la educación formal no proporcione necesariamente detalles sobre el funcionamiento institucional de las democracias contemporáneas, parece que sí influye en el modo en que los individuos la procesan y toman decisiones políticas.

Asimismo, en un estudio realizado por Moreno, donde el partidismo destaca como una predisposición política fundamental para entender la opinión pública en México, se demuestra que —contrariamente a lo sugerido por algunos investigadores que afirman que la política electoral

24 Renée A. Irvin y John Stansbury, "Citizen participation in decision making: is it worth the effort?", *Public Administration Review*, vol. 64, núm. 1, American Society for Public Administration, Estados Unidos, 2004, pp. 55-65.

25 Manuel Braga, "Participación ciudadana en tiempos de globalización", *Anuario Filosófico*, vol. 36, Universidad de Navarra, Navarra, 2003, pp. 39-52.

26 Antonia González, "La implicación ciudadana en el gobierno local: del debate teórico a la experiencia participativa", *Cuadernos para el diálogo*, vol. 21, Jurado Nacional de Elecciones, Lima, 2007, pp. 1-52.

27 Antonio Jaime, "Familia y socialización política. La transmisión de orientaciones ideológicas en el seno de la familia española", *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 92, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2002, pp. 71-92.

28 Antonio Murga, "La participación política de los estudiantes universitarios en el primer gobierno de alternancia en México", *Región y Sociedad*, vol. 21, núm. 45, 2009, pp. 45-63.



en México no ha desarrollado todavía un fuerte componente partidista— la opinión pública es, de hecho, altamente sensible a las posturas partidarias, y que los seguidores suelen adoptarla en circunstancias como la del contexto postelectoral.<sup>29</sup> Polarización, no moderación, es una mejor manera de describir las posturas de ciudadanos con diferentes afiliaciones en torno a diversos temas: la confianza en las elecciones, la creencia en el fraude, el reclamo de un recuento voto por voto, la creencia en un complot, y el apoyo o rechazo a las marchas y manifestaciones postelectorales.

Sin embargo, Campbell afirma que el cambio de las actitudes políticas, independientemente de las lealtades partidistas, así como sus características sociales, pueden explicar el desarrollo de las preferencias electorales.<sup>30</sup>

En adición a lo anterior, estudios previos explican que existen factores individuales que influyen en la participación política, como, por ejemplo, la edad, el nivel socioeconómico y el nivel educativo, que pueden determinar la influencia de los medios de comunicación sobre las actitudes políticas, como lo establece la Escuela de Columbia, que enfatizaba la influencia de los factores sociales y de los grupos de referencia.<sup>31</sup>

Por otra parte, la Escuela Michigan explica que existe un conjunto de las disposiciones y actitudes hacia el sistema político que desarrollan los individuos y que sirven de elementos de juicio para tomar decisiones en el momento de votar.<sup>32</sup> Estos factores, como el conocimiento, interés, eficacia política e ideología, podrían propiciar mayores niveles de participación política. En diferentes estudios, se ha demostrado que hay ciertos componentes en las actitudes políticas que se relacionan con la participación política.

### Hipótesis de investigación

- HI1: El consumo de medios de comunicación sobre política, ya sea tradicional o digital, explica el grado de participación político-electoral de los jóvenes.
- HI2: Las actitudes políticas contribuirán al desarrollo de la acción política en los jóvenes.
- HI3: La identificación partidaria de los jóvenes generará un aumento en la participación político-electoral de los jóvenes.

---

29 Alejandro Moreno, "La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006", *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 31, 2008, pp. 39-63.

30 Angus Campbell *et al.*, *The American Voter*, John Wiley and Sons, Michigan, 1960, pp. 387-391.

31 Carlos Muñiz, L. Maldonado y R. Enelda, "Efectos de las prácticas comunicativas sobre las actitudes políticas de los jóvenes. El caso de Monterrey, México", *Presentada en el IV Congreso Latinoamericano de Opinión Pública de WAPOR*, Minas Gerais, Brasil, 2011, pp. 1-29.

32 Eduard Bonet, Irene Martín y José R. Montero, "Actitudes políticas de los españoles: un enfoque comparado en el tiempo y el espacio", *Revista de Estudios de Juventud*, núm. 81, Universidad Autónoma de Madrid-Departamento de Ciencia Política, Madrid, 2004, pp. 1-51.

### 3. Método

#### 3.1 Participantes en el estudio

Para efectuar la investigación, se diseñó un muestreo probabilístico; se estimó una muestra representativa de 2 167 estudiantes (mayores de 17 años) de un total de 91 141 alumnos inscritos en la Universidad Pública del Estado de Nuevo León (Universidad Autónoma de Nuevo León). Dicho porcentaje permitió establecer un nivel de confianza de 95% y un error máximo muestral de 2.08%. La información de la matrícula se obtuvo del informe de actividades "UANL 2014". La fecha de levantamiento de datos se realizó del 27 de enero al 5 de marzo de 2015, mediante entrevistas cara a cara, utilizando un cuestionario previamente diseñado para estos fines. La tasa de no respuesta máxima fue de 22%. Con el propósito de contar con una muestra de todas las facultades, ésta se determinó de manera proporcional respecto de la población de cada una de ellas.

La edad de los participantes se encuentra en un rango de 18 a 30 años. El promedio de edad de los participantes fue de 20 años ( $DE= 1.94$ ): 52% de mujeres y 48% de hombres. En promedio, el nivel de ingreso familiar fue de 16 000 pesos mensuales. La selección fue aleatoria en cada una de las 26 facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Posteriormente, se seleccionaron las aulas y se aplicó el cuestionario a los alumnos que se encontraban presentes y, en otros casos, en la entrada de cada facultad. La tasa de respuesta fue de 28%.

Los estados más representativos de la muestra de estudiantes fueron Nuevo León, Coahuila, San Luis Potosí, Distrito Federal y Tamaulipas.

##### 3.1.1 Cuestionario

A fin de realizar el trabajo de campo, que implica la recopilación de datos para su posterior análisis, se diseñó un cuestionario a partir de estudios previos:

- Campbell, Angus, Phillip Converse, Warren Miller y Donald E. Stokes (1960)
- John Zaller (1992)
- Hernando Rojas (1996)
- Pippa Norris (2000)
- Alejandro Moreno (2008)
- Silvina Brussino, Hugo Rabbia y Patricia Sorribas (2009)
- Carlos Muñoz Muriel (2011)

El cuestionario consta de 26 preguntas que nos permiten conocer la manera en que los jóvenes perciben los siguientes temas:

1. Factores sociopolíticos
2. Medios tradicionales/*offline*
3. Medios digitales/*online*
4. Actitudes políticas
5. Participación política y electoral

### 3.1.2 Variables independientes

**Exposición a medios:** Se refiere al tiempo de exposición en espacios de información de los individuos a través de los medios electrónicos. Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.71$ )

**Atención a contenidos:** Se refiere a la selección, en algunos aspectos, de la percepción sobre política. Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.75$ )

**Interés sobre política:** Se refiere al interés de un sujeto o grupo sobre los asuntos políticos.<sup>33</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.89$ )

**Confianza en la política:** Se refiere a las actitudes de los ciudadanos hacia políticos o instituciones políticas, lo que conlleva la expresión de un sentimiento de que actuarán igualitariamente, justamente y no arbitrariamente.<sup>34</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.90$ )

**Eficacia:** Se refiere al convencimiento de que un individuo o grupo perciben la capacidad de participación y su grado de influencia en los asuntos políticos, tanto interna (piensa que puede ser efectivo en el terreno político) como externa (piensa que el sistema político responde a las acciones de los ciudadanos).<sup>35</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.90$ )

**Conocimiento sobre los representantes políticos:** Se refiere al conocimiento de los ciudadanos sobre sus representantes o actores políticos. Se evaluaron las respuestas correctas del conocimiento de actores políticos del estado de Nuevo León, con una escala de 1 (bajo) a 10 (alto).

**Cinismo político:** Es la percepción de los ciudadanos acerca de la motivación positiva o negativa en la conducta de los actores políticos. En la parte positiva, los motivos privados coinciden con lo que públicamente opinan los actores políticos, y la parte negativa se refiere a la percepción de que los motivos privados difieren de su motivación pública, en la que su interés sería beneficiarse en términos materiales o simbólicos.<sup>36</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.85$ )

---

33 Silvana Brussino, Hugo Rabbia y Patricia Sorribas, "Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes", *Interamerican Journal of Psychology*, vol. 43, núm. 2, Interamerican Society of Psychology, Chicago, 2009, pp. 279-287.

34 Pippa Norris, *A virtuous circle: Political Communication in post-industrial democracies*, Oxford University Press, Reino Unido, 2000, pp. 315-316.

35 Hernando Rojas, "Comunicación, participación y democracia", *Universitas Humanística*, núm. 62, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1996, pp. 109-142.

36 Roberto González, Jorge Manzi, Flavio Cortés, Pablo De Tezanos, Nerea Aldunate, María Teresa Aravena y José L. Saiz, "Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente", *Revista de Ciencia Política*, vol. 25, núm. 2, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2005, pp. 65-90.

**Identificación partidaria:** Se define como el sentimiento de una persona de pertenecer a un grupo, cuando esta identificación influye en su comportamiento político.<sup>37</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.82$ )

### 3.1.3 Variables dependientes

**Participación política y electoral:** Se refiere a actividades en las que existe un orden establecido (votar, trabajar para un candidato o partido, informarse y discutir acerca de cuestiones políticas, asistir a un mitin político, convencer a una persona de que vote por determinado partido). No sólo se recoge la acción en sí, sino que además esa acción ha de ir encaminada a conseguir un fin, que puede ser influir o apoyar a un gobierno o a los representantes políticos.<sup>38</sup> Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). La consistencia interna de la escala fue ( $\alpha=.89$ ).

### 3.2 Procedimiento

El levantamiento de datos se realizó del 27 de enero al 5 de marzo del 2015. Como paso previo, se relizaron dos pruebas en una facultad para validar la escala. Se aplicó un muestreo de 315 datos y se dio como resultado la modificación de la escala de atención a contenidos; asimismo, se agregaron preguntar referentes al ámbito electoral de las Elecciones del Estado de Nuevo León 2015.

El cuestionario fue autoaplicado. Para realizar el trabajo, que consistió en la explicación a los participantes de los objetivos del estudio y la aplicación de los cuestionarios, se solicitó a los estudiantes responder cada uno de los ítems. Posteriormente, se evaluaron los cuestionarios en el programa SPSS.

## 4. Análisis de resultados

### 4.1 Hábitos de comunicación de los jóvenes universitarios

Como primera fase del estudio, se evaluó los hábitos de comunicación de los jóvenes; para ello, se comparó el lugar donde hablan normalmente sobre política, lo que se observa en la Tabla 1, donde la familia se constituye como un agente importante en las reflexiones que realizan los jóvenes sobre política. En este sentido, la familia no solamente provee recursos, sino también puede generar un modelo de acción para conformarlos políticamente. Además, puede señalarse que en la familia se crea un modelo básico de socialización política, y esto a su vez puede generar un alto nivel de identificación partidista.

---

37 Mario Martínez y Roberto Salcedo, *Diccionario electoral*, Instituto Nacional de Estudios Políticos, México, 2000.

38 Milbrath, *op. cit.*; Mauricio Merino, "La participación ciudadana en la democracia", *Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática*, núm. 4, IFE (actualmente, INE), México, 2001, pp. 1-36.

**Tabla 1. Lugar donde hablan sobre política los jóvenes**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
En la escuela	2 167	1	5	2.77	1.16
En el trabajo	2 167	1	5	2.10	1.19
En familia	2 167	1	5	3.11	1.10
Con amigos	2 167	1	5	2.93	1.14

Nota: los rangos teóricos de variación de las escalas fueron entre 1 (mínimo) y 5 (máximo).

Como siguiente paso, se evaluó el consumo de medios por parte de los jóvenes (tabla 2), comparado con el realizado en medios tradicionales versus medios digitales. Se consideró el consumo de medios como el grado de exposición o atención a contenidos; a partir de ello, puede observarse que el grado de exposición a medios digitales es más alto que a los tradicionales. Adicionalmente, al comparar el nivel de atención, se observa que en los tradicionales es algo mayor que en los digitales, aunque los dos están por debajo de la media teórica ( $M=3$ ). Respecto de la atención específica a contenidos sobre política, se encuentra por debajo igualmente de la media teórica; sin embargo, la atención sobre política en medios tradicionales es mayor. A partir de estos resultados se infiere que los medios tradicionales siguen siendo un factor importante dentro del modelo actual de socialización política. No obstante, los nuevos tiempos han traído nuevos hábitos a la hora de estar informados. Lo anterior se observa cuando los jóvenes se exponen más a la información en medios digitales, aunque en diferentes estudios se menciona que el grado de atención a contenidos tiene mayor efecto en la participación política y electoral que la sola exposición.

**Tabla 2. Hábitos comunicativos de los jóvenes universitarios**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Exposición a medios tradicionales/offline	2 161	1	5	2.60	.67
Exposición a medios digitales/online	2 167	1	5	3.19	.71
Atención a contenidos en medios tradicionales	2 159	1	5	2.30	.80
Atención a contenidos en medios digitales/online	2 150	1	5	2.09	.86
Atención a Contenidos sobre política en medios tradicionales	2 166	1	5	2.43	1.05
Atención a Contenidos sobre política en Medios Digitales/online	2 167	1	5	2.22	1.04

Nota: los rangos teóricos de variación de las escalas fueron entre 1 (mínimo) y 5 (máximo).

Asimismo, se evaluaron los medios de comunicación en que los jóvenes más buscan información y noticias (ver tabla 3). Se observa un mayor consumo ( $M > 3$ ) de internet ( $M = 4.60$ ,  $DE = .824$ ), Facebook ( $M = 3.10$ ,  $DE = 1.320$ ) y televisión ( $M = 3.05$ ,  $DE = 1.256$ ). Lo indudable es que los más jóvenes cada vez se alejan más de la televisión, la radio y la prensa en favor de internet, las redes sociales y la prensa digital. Por otra parte, los sitios web oficiales de los políticos, partidos políticos y/o gobiernos, son medios que visitan muy poco los jóvenes.

**Tabla 3. Medios para informarse sobre política de los jóvenes universitarios**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Radio	2 165	1	5	2.10	1.07
Prensa Escrita	2 164	1	5	2.22	1.13
Revistas	2 165	1	5	1.81	.95
Televisión	2 166	1	5	3.05	1.27
Internet	2 167	1	5	4.60	.82
Facebook	2 165	1	5	3.10	1.31
Twitter	2 165	1	5	2.06	1.33
Blogs	2 160	1	5	1.95	1.20
You tube	2 161	1	5	2.53	1.33
Prensa Digital	2 160	1	5	2.78	1.30
Sitio web de periódicos	2 160	1	5	2.27	1.28
Sitios web de candidatos y/o políticos	2 163	1	5	1.74	1.11
Sitios web del gobierno	2 164	1	5	1.71	1.05
Sitios web de Partidos políticos	2 163	1	5	1.64	1.04

Nota: los rangos teóricos de variación de las escalas fueron entre 1 (mínimo) y 5 (máximo).

#### 4.2 Conformación de las actitudes políticas de los jóvenes universitarios

Algunos estudios afirman que, al aumentar la edad, los individuos tendrán mayor disposición para participar por medio del voto, y una menor disposición para involucrarse en actividades no convencionales.<sup>39</sup> Sin embargo, no explican completamente cómo y por qué participan los jóvenes. Asimismo, existen otros factores, como el conocimiento, el interés, la eficacia política y el cinismo, que podrían propiciar mayores niveles de participación político-electoral. Se ha demostrado que existen ciertos componentes en las actitudes políticas que están relacionados.<sup>40</sup>

39 Brussino, *op. cit.*

40 Bonet, *op. cit.*

En este sentido, se evaluaron de forma univariada las actitudes políticas de los jóvenes, como se muestra en la Tabla 4. El resultado fue un cinismo político ligeramente alto ( $M = 3.37$ ,  $DE = 1.16$ ). Si se considera la tesis del malestar mediático, "media-malaise", lo anterior puede atribuirse al consumo de medios de comunicación masivos, responsables de ciertos problemas sociales, así como a la desconfianza en las instituciones y actores políticos, lo que contribuye a generar un aumento del cinismo político.<sup>41</sup>

Por otra parte, los jóvenes cuentan con cierto grado de conocimiento sobre sus representantes ( $M = 3.10$ ,  $DE = 2.12$ ), lo que se relaciona con el uso de los medios digitales y puede significar que, al permitir una mayor interacción de los jóvenes en estos medios, se posibilita una profundización en el conocimiento de los asuntos políticos, así como un aumento en el grado de participación en el ámbito electoral. Sin embargo, al medir variables como confianza, eficacia, interés e identidad partidista, se encuentra [JA1] un nivel bajo ( $M < 3$ ) y a la vez un alto cinismo político, como se mencionó anteriormente. Lo anterior [JA2] produce que los jóvenes actualmente se distancien de la política.

**Tabla 4. Actitudes políticas de los jóvenes universitarios**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Confianza	2 125	1	5	2.38	.66
<b>Cinismo político</b>	<b>2 113</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.37</b>	<b>1.16</b>
Eficacia política	2 117	1	5	2.68	.74
Identidad partidista	2 167	1	5	2.51	1.40
<b>Conocimiento sobre sus representantes</b>	<b>2 132</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>3.10</b>	<b>2.12</b>
Interés	2 154	1	5	2.68	1.01

Nota: los rangos teóricos de variación de las escalas fueron entre 1 (mínimo) y 5 (máximo), y el nivel de conocimiento se evaluó entre 1 (bajo) y 10 (alto).

Finalmente, en el ámbito de las actitudes políticas, se evaluó la participación político-electoral en relación específicamente con la intención de voto. Se encontró que 78% de los jóvenes irán [JA1] a votar y el 22% se abstiene a ejercer este derecho. Sin embargo, en las elecciones del estado de Nuevo León de 2012, el abstencionismo se dio en mayor medida en el rango de edad entre 18 y 34 años. El nivel de participación fue alrededor de 52%, ocho por ciento debajo de la participación ciudadana total del estado. Además, cabe señalar una de las características de las elecciones: el voto de la mujer fue entre 5 y 8% mayor que el de los hombres.<sup>42</sup>

Frente a este contexto, el resultado de la acción política de los jóvenes fue muy bajo ( $M < 3$ ). Esto se observa en el nivel de participación tanto tradicional como digital (Ver tabla 5). No obstante, fue mayor la participación en línea. En ese sentido, aunque los jóvenes se hallan expuestos de forma importante a contenidos sobre política en los diferentes medios, por las mismas razones

41 Rojas, *op. cit.*

42 Comisión Estatal Electoral, *op. cit.*

resulta un reto la movilización política para cualquier candidato o partido político. Actualmente, en el proceso electoral, existe una gran cantidad de información sobre los candidatos, tanto en medios tradicionales como digitales. Pese a lo anterior, la relación interpersonal sigue siendo un factor esencial en el accionar político de los jóvenes, así como en la toma de decisiones.

**Tabla 5. Participación político-electoral de los jóvenes universitarios**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Participación política Tradicional/offline	2 154	1	5	1.38	.59
Participación política Digital/online	2 138	1	5	1.69	.66

Nota: los rangos teóricos de variación de las escalas fueron entre 1 (mínimo) y 5 (máximo).

### 4.3 Variables explicativas de la participación político-electoral

Como última fase, se determinaron las variables que explican el nivel de participación política y electoral tradicional, de tal forma que se realizó una regresión lineal múltiple jerárquica (ver tabla 6), en la cual se utilizaron como variables independientes las relativas a las variables sociopolíticas (modelo 1), los ítems sobre medios tradicionales y digitales (modelo 2), las actitudes políticas (modelo 3) y la identidad partidista (modelo 4). El conjunto de dichas variables cumplió el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente (participación político-electoral), donde el valor del test de Durbin-Watson fue de 1.75, de tal forma que se cumplió con los criterios del rango permitido (1.5 inferior y 2.5 superior).

El primer modelo (tabla 6) explica 1.2% de la varianza ( $R^2=.012$ ), debido a que sólo la variable género del encuestado fue significativa ( $\beta = -.122$ ,  $p < .001$ ), donde la variable dummy 0 significa hombre, y 1 mujer. Lo anterior explica la participación político-electoral. Posteriormente, al incorporar las variables de consumo de medios de comunicación en el Modelo 2, se incrementó alrededor de 19% de la varianza ( $R^2=.189$ ). Esto, debido en mayor medida al nivel de atención de contenidos que tienen los jóvenes en los medios digitales ( $\beta = .172$ ,  $p < .001$ ). Después se incorporaron en el modelo 3 las variables independientes de las actitudes políticas, las cuales contribuyeron a incrementar en 23% la varianza explicada ( $R^2=.237$ ), donde la atención a contenidos sigue siendo un factor explicativo importante. Posteriormente, se agregó la confianza ( $\beta = .136$ ,  $p < .001$ ) y, en menor medida, la eficacia ( $\beta = .082$ ,  $p < .001$ ), el interés ( $\beta = .081$ ,  $p < .001$ ) y el cinismo ( $\beta = -.054$ ,  $p < .001$ ). Por último, en el modelo 4 se incluyó la variable identidad partidista ( $\beta = .037$ ,  $p < .001$ ), que se considera como una actitud política. Al incorporarla, se incrementó la explicación de la varianza a 24.5% ( $R^2=.245$ ).

Con base en los resultados obtenidos, puede concluirse que aquellos jóvenes con nivel alto de atención a contenidos e información sobre política a través de medios digitales, que consumen en menor medida medios tradicionales, con cierto grado de confianza y eficacia, además de identificarse con un grupo político, serán quienes tendrán mayores niveles de participación política electoral tradicional.



**Tabla 6. Variables explicativas de la participación política-electoral offline**

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
<b>Variables sociopolíticas</b>				
Género	-.122***	-.076**	-.083**	-.081**
Edad	.001	-.002	.001	.001
<b>Medios offline o tradicionales</b>				
Exposición a medios		.044	.023	.023
Atención a contenidos		.019	-.027	-.031
Atención a contenidos sobre política		.021	.007	.007
<b>Medios online o digitales</b>				
Exposición a medios		-.046*	-.044*	-.044*
Atención a contenidos		.172***	.152***	.151***
Atención a contenidos sobre política		.105***	.084***	.084***
<b>Actitudes políticas</b>				
Interés en la política			.081***	.077***
Conocimiento sobre sus representantes			-.003	-.002
Confianza			.136***	.115***
Cinismo			-.054***	-.055***
Eficacia			.082***	.079***
<b>Identidad partidista como actitud política</b>				
Identidad partidista				.037***
R	.107	.435	.487	.495
R <sup>2</sup>	.012	.189	.237	.245

En esta última fase, también se determinaron las variables que explican el nivel de participación política y electoral digital. Se realizó una regresión lineal múltiple jerárquica (ver tabla 7), en la cual se utilizaron como variables independientes las relativas a las variables sociopolíticas (modelo 1), los ítems sobre medios tradicionales y digitales (modelo 2), las actitudes políticas (modelo 3) y la identidad partidista (modelo 4). El conjunto de estas variables cumplió con el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente (participación político-electoral), donde el valor del test de Durbin-Watson fue de 1.85, de tal forma que cumplió con los criterios del rango permitido (1.5 inferior y 2.5 superior).

El primer modelo (ver tabla 7) explica .6% de la varianza ( $R^2 = .006$ ), debido a que sólo la variable género del encuestado fue significativa ( $\beta = -.076$ ,  $p < .001$ ). Posteriormente, al incorporar

las variables de consumo de medios de comunicación en el modelo 2, se incrementó a 34% de la varianza ( $R^2=.338$ ), debido en mayor medida al nivel de atención de contenidos que tienen los jóvenes en los medios digitales ( $\beta=.255$ ,  $p<.001$ ) y a la búsqueda de información sobre política ( $\beta=.181$   $p<.001$ ). Después se incorporaron en el modelo 3 las variables independientes de las actitudes políticas, las cuales contribuyeron a incrementar en 37% la varianza explicada ( $R^2=.369$ ), donde la atención a contenidos sigue siendo un factor explicativo importante, ya sea en medios tradicionales como digitales. Se agregó el interés ( $\beta=.128$ ,  $p<.001$ ) y, en menor medida, la confianza ( $\beta=.058$ ,  $p<.05$ ). Por último, en el modelo 4 se incorporó la variable identidad partidista ( $\beta=.022$ ,  $p<.05$ ), que se considera como una actitud política. Al incorporarla, la varianza fue muy similar al modelo anterior, con 37% ( $R^2=.371$ ).

Con base en lo anterior, se concluye que aquellos jóvenes —sin considerar el género— que tienen nivel alto de atención a contenidos e información sobre política a través de medios digitales, con cierto grado de interés, y además, en menor medida, con un grupo político, serán quienes tendrán mayores niveles de participación política electoral digital.

**Tabla 7. Variables explicativas de la participación política-electoral *online***

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
<b>Variables sociopolíticas</b>				
Género	-.076*	-.015	-.020	-.018
Edad	.014	.009	.007	.007
<b>Medios offline o tradicionales</b>				
Exposición a medios		.041	.034	.034
Atención a contenidos		-.016	-.054*	-.056*
Atención a contenidos sobre política		.040*	.018	.018
<b>Medios online o Digitales</b>				
Exposición a medios		.014	.014	.014
Atención a contenido		.255***	.232***	.232***
Atención a contenidos sobre política		.181***	.144***	.144***
<b>Actitudes políticas</b>				
Interés en la política			.128***	.126***
Conocimiento sobre sus representantes			-.003	-.002
Confianza			.058*	.045
Cinismo			-.021	-.022
Eficacia			.034	.032
<b>Identidad partidista como actitud política</b>				
Identidad partidista				.022*

<b>R</b>	<b>.076</b>	<b>.581</b>	<b>.607</b>	<b>.609</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	<b>.006</b>	<b>.338</b>	<b>.369</b>	<b>.371</b>

## 5. Discusión y conclusiones

La participación política electoral hoy en día aparece como un instrumento de acción para influir en las decisiones de los gobernantes, además de ser fundamental para la democracia, ya que contribuye en cierta medida a la cohesión social.

Por lo anterior, en la democracias modernas debemos considerar el alejamiento de la política por parte de los jóvenes, como se muestra en su bajo nivel de participación político-electoral, ya sea debido al comportamiento de los actores políticos, a la falta de información o a las causas generadas a través de los diferentes medios de comunicación, entre otras razones señaladas anteriormente.

Ahora bien, el desarrollo de la investigación conduce a comprender el comportamiento de las actitudes políticas de los jóvenes; además, favorece el debate teórico actual sobre la influencia de los medios de comunicación como socializadores de la política y aporta elementos de tipo metodológico que permiten generar modelos de acción política en todas sus manifestaciones dentro de los sistemas democráticos actuales. Según Schumpeter, la democracia es una herramienta formal para buscar las decisiones políticas, pues se basa en que cada ciudadano logra el poder de decidir mediante una competición que tiene por objeto el voto popular.<sup>43</sup>

En tal sentido, se establecen las variables que explican el desarrollo de la participación político-electoral de los jóvenes considerando dos vertientes: la participación tradicional (incluido el voto) y la participación digital.

En cuanto a la primera hipótesis planteada, puede concluirse que el consumo de medios, específicamente la atención a contenidos en medios digitales, incrementa el desarrollo de la participación, mientras que el consumo de medios tradicionales no incide significativamente.

En la segunda hipótesis planteada, referente a las actitudes políticas que explican el desarrollo de la participación, se destaca la confianza como factor más importante, así como el interés y la eficacia. En cuanto a la hipótesis tercera, se comprueba que la identificación partidaria explica en menor medida el desarrollo de la participación político-electoral en los jóvenes.

Por otra parte, al contrastar la primera hipótesis sobre el desarrollo de la participación política, se destaca la atención a contenidos en medios digitales en mayor medida que en la participación política tradicional como factor clave de la participación política digital.

En cuanto a la segunda y tercera hipótesis, se establece que el interés y la identidad partidista son factores que generarán un incremento en la participación política digital. Sin embargo, en este modelo la atención a contenidos en medios tradicionales, como la televisión, el radio, el periódico y las revistas, generan una disminución de dicha participación. Con ello, se percibe la existencia de un malestar por su consumo, lo que da como resultado el alejamiento de los jóvenes respecto de los medios *offline*.

43 Joseph Schumpeter, *Capitalismo, socialismo y democracia*, vol. 2, Orbis, Barcelona, 1983, pp. 343-362.

## Referencias

- BARTELS, Larry, "Messages received: The political of mass media exposure", *American Political Science Review*, vol. 87, núm. 2, Cambridge University Press, Texas, 1993.
- BONET, Eduard, Irene Martín y José R. Montero, "Actitudes políticas de los españoles: un enfoque comparado en el tiempo y el espacio", *Revista de Estudios de Juventud*, núm. 81, Universidad Autónoma de Madrid-Departamento de Ciencia Política, Madrid, 2004.
- BRAGA, Manuel, "Participación ciudadana en tiempos de globalización", *Anuario Filosófico*, vol. 36, Universidad de Navarra, Navarra, 2003.
- BRUSSINO, Silvina, Hugo Rabbia y Patricia Sorribas, "Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes", *Interamerican Journal of Psychology*, vol. 43, núm. 2, Interamerican Society of Psychology, Chicago, 2009.
- CAMPBELL, Angus, Phillip Converse, Warren Miller y Donald E. Stokes, *The American Voter*, John Wiley & Sons, Nueva York, 1960.
- CONVERSE, Philip, "The problem of party distances in models of voting change", en M. Kent Jennings y H. Zeigler, *The Electoral Process*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, Nueva Jersey, 1966.
- COTA OLMOS, Arturo (comp.), *Memorias estadísticas 2011-2012*, Comisión Estatal Electoral del Estado de Nuevo León, México, 2012.
- FRANCO-CIERVO, Beatriz y Javier Flores, *Participación electoral. ¿Esencia de la democracia?*, vol. 1, núm. 528, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2009.
- GONZÁLEZ, Antonia, "La implicación ciudadana en el gobierno local: del debate teórico a la experiencia participativa", *Cuadernos para el diálogo*, vol. 21, Jurado Nacional de Elecciones, Lima, 2007.
- GONZÁLEZ, Roberto, Jorge Manzi, Flavio Cortés, Pablo de Tezanos, Nerea Aldunate, María Teresa Aravena y José L. Saiz, "Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente", *Revista de Ciencia Política*, vol. 25, núm. 2, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2005.
- GRANBERG, Donald y Thad A. Brown, "The perception of ideological distance", *The western political Quarterly*, vol. 45, núm. 3, Universidad de Utah, Salt Lake City, Estados Unidos, 1992.
- Instituto Federal Electoral, *Sistema de Consulta de la Estadística de las Elecciones Federales 2011-2012*, México, 2012.
- Instituto Mexicano de la Juventud, *Encuesta Nacional de la Juventud*, México, 2010.
- Instituto Mexicano de la Juventud, *Encuesta Nacional de Valores en Juventud de la Universidad Nacional Autónoma de México*, Secretaría de Educación Pública, México, 2012.
- Instituto Nacional Electoral, *Estadísticas de la Lista Nominal y Padrón Electoral*, Instituto Nacional Electoral, México, 2015.
- IRVIN, Renée A. y John Stansbury, "Citizen participation in decision making: is it worth the effort?", *Public Administration Review*, vol. 64, núm. 1, American Society for Public Administration, Estados Unidos, 2004.
- JAIME, Antonio, "Familia y socialización política. La transmisión de orientaciones ideológicas en el seno de la familia española", *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 92, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 2002.
- MARTÍNEZ, Mario y Roberto Salcedo, *Diccionario electoral*, Instituto Nacional de Estudios Políticos, México, 2000.
- MILBRATH, Lester y M.L. Goel, *Political Participation: How and Why Do People Get Involved in Politics?*, Rand McNally College Publishing Company, Chicago, 1977.
- MILL, John S., *Del gobierno representativo*, Tecnos, Madrid, 1985.
- MERINO, Mauricio, "La participación ciudadana en la democracia", *Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática*, núm. 4, IFE (actualmente, INE), México, 2001.
- MONDAK, Jeffery y Robert Huckfeldt, "The accessibility and utility of candidate character in electoral decision making", *Electoral Studies*, vol. 25, Elsevier, Amsterdam, 2006.
- MORENO, Alejandro, "La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006", *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 31, FLACSO, México, 2008.
- MURGA, Antonio, "La participación política de los estudiantes universitarios en el primer gobierno de alternancia en México", *Región y Sociedad*, vol. 21, núm. 45, 2009.
- NORRIS, Pippa, *A virtuous circle: Political Communication in post-industrial democracies*, Oxford University Press, Reino Unido, 2000.
- PARRY, Geraint, George Moyser y Neil Day, *Political participation and democracy in Britain*, Cambridge University Press, Cambridge, 1992.
- ROJAS, Hernando, "Comunicación, participación y democracia", *Universitas Humanística*, núm. 62, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1996.

Secretaría de Gobernación, *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, ENCUP 2012*, Secretaría de Gobernación, México, 2012.

SCHUMPETER, Joseph, *Capitalismo, socialismo y democracia*, vol. 2, Orbis, Barcelona, 1983.

SOTIROVIC, Mira y Jack McLeod, "Knowledge as understanding: The information processing approach to political learning", en L.L. Kaid, *Handbook of Political Communication Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey, Estados Unidos, 2004.

ZALLER, John, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, Nueva York, 1992.

ZICCARDI, Alicia, *Gobernabilidad y participación ciudadana en la ciudad capital*, Miguel Ángel Porrúa-UNAM-Instituto de Investigaciones Sociales, México, 1998.