


Impacto de las practicas comunicativas y atención a temas políticos en la participación política juvenil¹

Impact of communication practices and approach to political issues on youth political participation

Juan de Dios, Martínez Villarreal ²

 <http://orcid.org/0000-0002-5868-3786>

Dave Alexander, López Mejía ³

 <https://orcid.org/0000-0003-3576-7749>

Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Como referenciar este artículo:

Martínez Villarreal, J., & López Mejía, D. A. (2018). Impacto de las practicas comunicativas y atención a temas políticos en la participación política juvenil. *Revista Ciencias Jurídicas y Políticas*, 51-80

RESUMEN

Las practicas comunicativas junto con la atención a temas políticos son elementos de la comunicación política que deben de incidir positivamente en los diferentes tipos de participación política de las y los jóvenes. A su vez, la participación política que representa la juventud en el desarrollo no nada más presente, si no también futuro de una sociedad es indispensable para el perfeccionamiento democrático de ésta. En lo que corresponde a la metodología del estudio es de corte cuantitativo, ya que se aplicó una encuesta de opinión. Los objetivos del estudio fueron identificar los niveles de participación política, de conversación política interpersonal e interactiva, de atención a política en medios tradicionales e internet; asimismo, se buscó determinar el nivel explicativo de las practicas comunicativas y la atención a temas políticos en los diferentes tipos de participación política de la juventud. Los resultados más relevantes del estudio indican que los niveles de participación política salvo la participación electoral fueron muy bajos, en el mismo sentido, se presentó la conversación política y la atención a temas políticos. Por otra parte, las variables que tiene un mayor nivel explicativo sobre la participación política convencional y no convencional son la conversación política interpersonal e interactiva.

Palabras clave: Atención a contenidos políticos *online*, atención a temas políticos, conversación política interactiva, conversación política interpersonal, participación política

ABSTRACT

Communicative practices along with the approach to political issues are elements of political communication that must have a positive impact on the different types of political participation youth groups. At the same time, the political participation that youth represents in development, not only at present times but also the future, is essential for its democratic improvement. Regarding the study methodology, it is quantitative given that an opinion poll was applied. The aim of the study was to identify the levels of political participation, of interpersonal and interactive political talks, of interest to politics in traditional media and the Internet; Likewise, an attempt was made to determine the explanatory level of communication practices and attention to political issues in the different types of political participation of youth. The most relevant outcomes of the study indicate that the levels of political participation except electoral participation were very low, in the same sense, political talks and attention to political issues were presented. On the other hand, the variables that have a higher explanatory level about conventional and unconventional political participation are interpersonal and interactive political talks.

Keywords: Attention to online political content, attention to political issues, interactive political talks, interpersonal political talks, political participation.



¹ El artículo es resultado del proyecto “La influencia de la comunicación política en los diferentes tipos de participación de los jóvenes en la Zona Metropolitana de Monterrey Nuevo León” financiado por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT).

² Doctor en Filosofía con Orientación en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Profesor de tiempo Completo en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UANL. Participa como investigador en el Laboratorio de Comunicación Política (LACOP). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Correo: juan.martinezvll@uanl.edu.mx.

³ Licenciado en Derecho por la Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOI). Candidato a Máster en Ciencias Políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Docente investigador, Becario del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT, México). Correo electrónico: davelopez217@gmail.com.

1. Introducción

El objeto de estudio de la presente investigación es el impacto de las practicas comunicativas en los diferentes tipos de participación política de las y los jóvenes en el área Metropolitana de Monterrey Nuevo León México (AMM). Es importante destacar que la participación política es piedra angular de todo sistema democrático; además en lo que corresponde a “la comunicación política en este contexto es el vínculo que facilita el proceso de información en cuanto a su alcance, significado y posibilidades, y es fundamental para el funcionamiento de los sistemas políticos” (Reyes, 2007, p. 114). Conjuntamente, la juventud representa el proceso de renovación de una sociedad, en ese sentido, es la generación que un momento determinado será la encargada de la conducción del país (Martínez, Silva & Hernández, 2010).

En lo que corresponde a la participación política se puede conceptualizar como todas aquellas acciones que los ciudadanos exteriorizan para incidir en las decisiones y estructura del gobierno, además de la selección de los funcionarios que lo integran (Conway 1990; Espinosa, 2009 & Merino, 2012). Por otra parte, tomando como referencia a diferentes autores se puede indicar que la comunicación política es el proceso mediante el cual se transmiten mensajes de interés público y político entre los diferentes actores del sistema político con la finalidad de incidir en el receptor del mensaje (Mazzoleni 2010; Berlo 2000 & Bobbio, Matteucci, & Pasquino 2007).

Es importante contextualizar el escenario político nacional, para después ubicarnos en lo particular en el contexto donde se llevó a cabo la investigación. En el ámbito nacional en el año 2018 se llevaron a cabo elecciones para el nombramiento del Presidente de la República, Senadores y Diputados Federales, se puede indicar que este fue uno de los procesos electorales con mayor participación en relación al número de ciudadanos, ya que en éstas participaron 56, 611, 027 millones de personas que representó 63.42% de los ciudadanos de acuerdo al Instituto Nacional Electoral (INE).

En lo que corresponde a la participación electoral de las y los jóvenes (18 a 29 años), a nivel nacional se puede reportar que en el año 2018 representaba el 29.35% de la lista nominal (número de ciudadanos que cuenta con credencial para votar vigente). Es importante destacar que en relación a la emisión del voto en lo que respecta a la juventud mexicana, el promedio más alto de participación se dio en las y los jóvenes de 18 años que participaron ligeramente por encima del promedio general de la población (64.7%), por otra parte, la participación de la juventud de 19 a 29 años de edad fue menor (58.2%), inclusive a la participación electoral de la población de 30 a 79 años de edad (67.92%).

Asimismo, es significativo destacar el acceso a la Presidencia de la República por parte de la izquierda mexicana ya que, el ganador de esta elección fue el candidato Andrés Manuel López Obrador por la coalición “Juntos Haremos Historia” obteniendo una mayoría absoluta con el 53.19% de los sufragios emitidos de acuerdo al INE. En lo que corresponde al Estado de Nuevo León se celebraron elecciones para Diputados Locales y Ayuntamientos Municipales; aunque es relevante comentar que las elecciones que dominaron el escenario electoral fueron las presidenciales. De acuerdo al INE en estas elecciones participaron el 55.58% de los ciudadanos, asimismo las y los jóvenes representaron el 28.75% de la lista nominal; cabe mencionar que en el AMM se concentra el 87.4% de la población del estado.

El concepto de juventud en el presente estudio se enfoca exclusivamente en la perspectiva biológica, no sin antes aseverar que existen distintas representaciones para definirlo, entre ellas se pueden encontrar el enfoque funcionalista de ciclos vitales donde se define a la juventud como un grupo homogéneo en relación a la categorización social (infancia, juventud, vida adulta y vejez) y su delimitación mediante criterios demográficos (Brunet & Pizzi, 2013), por otra parte, se puede conceptualizar desde un enfoque biográfico donde se considera al “actor social como sujeto histórico y protagonista principal de la propia vida que articula de forma paradójica y compleja la elección racional, las emociones, las constricciones sociales y culturales y las estrategias de futuro” (Casal, García, Merino & Quesada, 2006, p.28); otro enfoque es el nominalista de Bourdieu (2002) donde se propone que la “juventud” no es más que una palabra, en consideración a “que la juventud y la vejez no están dadas, sino que se construyen socialmente en la lucha entre jóvenes y viejos”

(p.164), esto en relación a las oportunidad sociales que se presenten cada momento histórico y contexto concreto.

Los objetivos del estudio son en primera instancia identificar los niveles de participación política, de conversación política interpersonal e interactiva, además de la atención a temas políticos en medios tradicionales y la atención a contenido político *online* de las y los jóvenes en el estado de Nuevo León. A su vez, se pretende determinar el nivel explicativo que tienen la comunicación política para el estudio representadas por la conversación política interpersonal e interactiva y la atención a contenido político mediante medios tradicionales e internet sobre los diferentes tipos de participación política de las y los jóvenes en el AMM.

El presente estudio es producto de los resultados de investigación, de corte cuantitativo mediante la aplicación de una encuesta de opinión en el AMM en el mes de noviembre de 2019, financiada por El Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT). El artículo se divide en cinco apartados, inicialmente en lo que corresponde a marco teórico se revisa la literatura relacionada a la conceptualización de la participación política y las formas en que esta se divide, para después pasar a examinar lo concerniente al tema de la comunicación política y sus implicaciones con la participación política; en un segundo apartado se presenta la metodología del estudio donde se toca el tema del diseño de investigación, participantes del estudio (muestra), instrumento aplicado y el procedimiento para su aplicación; en el tercer apartado se presentan los resultados de orden descriptivo, correlacional y explicativos en relación a las variables del estudio; para finalmente pasar al apartado de conclusiones donde se da respuesta a las preguntas de investigación y comprobación de hipótesis y la relación de los resultados con estudios previos.

2. Desarrollo del trabajo

2.1 Participación política

La participación política del ciudadano se puede conceptualizar como todas aquellas acciones que éste llevaba a cabo para elegir a sus representantes y de manera directa o indirecta incidir en la toma de decisiones por parte de la autoridad; ésta se puede expresar de manera individual o colectiva como lo indica Espinosa (2009) “la participación nos remite a una

forma de acción emprendida deliberadamente por un individuo o conjunto de éstos”. En este sentido, la participación política se convierte en una ruta no solo para conformar a los órganos de gobierno, sino también en una forma de influir, controlar y en algunas ocasiones poder detenerlos” (Merino, 2012, p. 29), es decir, a través de la participación política los ciudadanos exteriorizar sus demandas y manifiestan sus quejas a una mayor audiencia, igualmente es la manera en que pueden lograr que los gobiernos y los políticos sean más responsables de sus acciones al sentirse controlados (Torcal, Montero & Teorrel, 2006).

El término de participación política se enfoca en aquellas acciones que los ciudadanos llevan a cabo para influir en la estructura de gobierno, en la selección de sus funcionarios o en las políticas de éste; siendo esta una intervención activa que se asume sea instrumental u orientado a objetivos (Conway, 1990). En relación a lo anterior se podría indicar que la participación política es “cualquier tipo de acción realizada por un individuo o grupo con la finalidad de incidir en una u otra medida en los asuntos públicos” (Sabucedo, 1988, p. 167). En correlación a lo comentado, se podría revelar que la participación política es indispensable para el desarrollo democrático de un país, esta se puede expresar de diferentes maneras, aunque es a destacar que el voto es la forma más utilizada y reconocida por los ciudadanos como participación política (Sabucedo & Arce 1991; Grossi, Herrero, Rodríguez & Fernández 2000; Somuano 2005; Delfino, Zubieta & Muratori, 2013). Pero la participación política como ya se indicó no solamente se refleja en acciones individuales como sería el voto en una elección, sino que se representa otras acciones como la participación en partidos políticos, campañas, manifestaciones, marchas de protesta entre otras actividades (Díaz & Heras 2016).

Se pueden encontrar diferentes formas de dividir a la participación política, una de ellas es la planteada por Somuano (2005), que la divide en electoral y no electoral, siendo el voto como ya se reveló la acción más utilizada en las democracias liberales ya que es una acción sencilla de expresarse sin la necesidad de colaborar con otros actores; por otra parte, acciones como establecer contacto con algún servidor público, firma de peticiones, tratar de convencer alguna persona para que vote por un partido o candidato y participar en una campaña electoral, son consideradas como participación no electoral; es relevante destacar que, actividades como la participación en manifestaciones y protestas públicas quedan fuera de la

presente clasificación ya que se consideran acciones de ruptura e ilegales, fuera de los canales institucionales del Estado.

Otra forma de clasificación es la presentada por Mazzoleni (2010) donde la divide en instrumental cuando la motivación que genera el compromiso en materia política es de tipo utilitarista, es decir, se busca la generación de ventajas personales específicas; y la otra sería la expresiva cuando el motivo que se manifiesta es de tipo ideal o ideológico, en este sentido, el individuo se podría considerar que forma parte al identificarse con un partido o líder político, al ser visible o manifestar un sensación de eficacia o de confianza.

La clasificación más utilizada es la que divide a la participación política en convencional y no convencional (Barnes & Kaase, 1979; Milbrath, 1981; Sabucedo 1988; Conway 1990 & Brussino, Rabbia & Sorribas 2009). En relación a esta clasificación se podría indicar que la participación convencional “tiene una función legitimadora del orden establecido, mientras que las acciones no convencionales tienden a movilizar el descontento y las expectativas de cambio social” (Brussino *et. al.*, 2009p. 280).

Retomando a Conway (1990) se entendería que la participación política convencional estaría representada por todas aquellas actividades que son aceptadas como apropiadas por la cultura política dominante, a diferencia de la participación política no convencional donde podría indicarse que las acciones llevadas a cabo no son aceptadas como adecuadas o correctas por este tipo de cultura (cabe comentar que no existe una la cultura política homogénea, pero sí un conjunto de rasgos generales que pueden ser evaluados), en relación a lo anterior para el presente estudio siguiendo como base la cultura política dominante donde Sánchez (2011) comenta que la población en el AMM tiene un perfil liberal conservador, donde se privilegia lo privado sobre lo político, y la mayor participación política se da en la elección de sus representantes políticos, primeramente se separa la participación electoral de la convencional, puesto que participar en una elección en México no solamente es un derecho sino también una obligación (artículos 35 y 36 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

En lo que corresponde a la participación convencional estaría conformada por acciones como convencer a otras personas para que no voten por un determinado candidato, trabajar para

algún candidato o partido político, asistir a reuniones de partidos políticos y colaborar en una campaña política en materia electoral; por otra parte, la participación política no convencional estaría representada por acciones como participar en marchas o boicot de actos públicos, hacer solicitudes o firmar documentos en señal de protesta y participar en manifestaciones en contra del gobierno.

2.2 Comunicación política

Cuando se toca el tema de la comunicación política estaríamos frente a un proceso en el cual se presenta un intercambio y confrontación de contenidos tanto de interés público como político, mismos que tienen su origen hacia el interior del sistema político, de medios y del ciudadano como elector (Mazzoleni, 2010); es decir, la comunicación política es un proceso dinámico donde la información que se trasmite por el emisor tiene como finalidad incidir en quien recibe dicha información (Berlo, 2000). La comunicación política es definida “como el conjunto de los mensajes que circulan en el interior de un sistema político y que condicionan su entera actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión a las respuestas del propio sistema” (Bobbio, Matteucci, & Pasquino, 2007, p.263). Asimismo, el proceso de comunicación política “consiste, fundamentalmente, en el intercambio de mensajes de orden político, entre emisores y receptores. Dichos papeles pueden ser desempeñados de manera indistinta o simultánea por gobierno y ciudadanos en un marco del sistema social” (Ochoa, 1999, p. 19).

En relación a lo anterior, se podría indicar que la comunicación política es un proceso mediante el cual los diferentes actores dentro del sistema político a través de los medios de comunicación con los que cuenta en un momento determinado intercambian y confrontan mensajes tanto de interés público como político para incidir en quien recibe este mensaje. Asimismo, comunicar es un acto de naturaleza política, en este contexto la comunicación política es el vínculo que permite dentro del proceso informativo facilitar el acceso a la información, siendo esta indispensable para el funcionamiento de todo sistema político (Reyes, 2007). En lo que corresponde al propósito de la comunicación política se podría ubicar en el estudio de los efectos que ésta produce en correlación a la política (García Luengo & Maurer 2009).

Dentro del área de la comunicación política para la presente investigación en lo que corresponde prácticas comunicativas de las y los jóvenes ciudadanos se va a considerar a la conversación política tanto interpersonal como interactiva; a su vez, es importante enfatizar que este tipo de prácticas se desenvuelven en el ámbito de la esfera privada, pero que requieren de la información que se crea en la esfera pública; su desarrollo necesita de la información sobre los asuntos que le llega desde la esfera pública, generando un impacto en ella a través de la opinión pública y al mismo tiempo su incidencia en la participación de los ciudadanos (Muñiz, 2012b). Por otra parte, se va hacer énfasis en la atención de contenidos políticos en medios tradicionales como sería la prensa escrita, radio y televisión y la atención a temas políticos vía internet.

De acuerdo a Delli Carpini (2000) el modelo tradicional que representan los medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) que se ubican como mediadores de la información dentro del proceso de comunicación política, enfrenta un gran reto en relación al modelo horizontal de comunicación que se presenta con la internet, ya que este último tiene la capacidad para incrementar la rapidez mediante la cual se puede guardar y transmitir la información, en este sentido, se permite una comunicación interactiva entre los usuarios de la red, eliminando las barreras geográficas y facilitando su involucramiento en materia política. Además, la comunicación *online* se caracteriza por presentarse de manera sincrónica, universal e inmediata, permitiendo que los contenidos permanezcan a través del tiempo para su integración y actualización (Jurado, 2015).

Es importante destacar que el modelo de comunicación política que tiene su origen en la internet como medio interactivo de comunicación permite a los ciudadanos una alternativa distinta para generar sus juicios de valor que anteriormente dependían exclusivamente de los medios de comunicación tradicionales, es en este sentido, que los medios de comunicación como prensa, radio y televisión pierden de manera gradual la preferencia de los ciudadanos para mantenerse informado sobre las acciones de gobierno (Moya & Herrera 2015). “Las redes son plataformas colectivas donde cada usuario tiene las mismas posibilidades técnicas, lo que equipara el potencial comunicativo de todos los participantes” (Amado, 2015, p.100).

Por otra parte, se puede comentar que la comunicación en la red se aproxima a la comunicación interpersonal ya que mediante el internet se pueden generar lazos entre los participantes que es imposible establecer mediante medios tradicionales (Moya & Herrera, 2015). La comunicación interactiva que se genera en la red nos permite que el receptor de la información se pueda transformar en un emisor, creando de esta manera una forma de comunicación interpersonal.

Dentro del terreno de la comunicación política podemos encontrar diferentes visiones en relación a los efectos que los medios de comunicación y las redes sociales pueden producir en la participación política, entre estas encontramos las teorías del malestar mediático, que manifiestan que los procesos de comunicación política generan una disminución del compromiso cívico del ciudadano; promoviendo la desafección, la apatía y el cinismo político; por otra parte, se tienen las teorías de la movilización política donde se postula lo contrario ya que indican que los medios de comunicación tradicionales o el modelo representado por la internet generan el conocimiento, el interés y la participación política de las personas.

En lo que corresponde al término (videomalestar o *videomalaise*) fue propuesto por Robinson en 1976 en el estudio “*Public Affairs and The Television and the Growth of Political Malaise: The case of the selling of the Pentagon*” donde se comenta que son los medios de comunicación los que generan la pérdida de credibilidad en las instituciones públicas. Estas teorías indican que el proceso de comunicación política favorece a la generación de actitudes políticas negativas en los ciudadanos como podrían ser el cinismo o la apatía política, además de disminuir la movilización política (Capella & Jamieson, 1997; Putnam 1995, 2000; Voltmer & Schmitt-Beck, 2007).

En contra parte, dentro de las teorías de la movilización política se encuentra la “Teoría del Círculo Virtuoso” de Norris (2001) que revela que “las personas que ven más informativos de televisión, leen más periódicos, usan internet y prestan atención a campañas electorales, tienen consistentemente más conocimiento, confianza en el gobierno y son más participativos” (p. 25), es decir, el consumo de noticias y de programas de televisión que presentan asuntos públicos, tienen una relación positiva con la participación política de los

ciudadanos (Norris,1996). Estas teorías indican que “los medios de comunicación contemporáneos tienen un impacto significativo en el público, este punto lo comparte con el malestar mediático, pero a diferencia de éste en una dirección positiva, esto es, manteniendo y promoviendo la participación democrática” (García-Luengo & Vázquez, p. 40).

Respecto a estudios realizados en México se tienen entre otros, los presentados por Díaz y Muñiz (2017) donde se reporta que en el caso de México los medios de comunicación, la Internet y las redes sociales tienen un impacto positivo en el compromiso político de los jóvenes, por otra parte, el de Saldierna y Muñiz (2015) revela que la conversación política llevada a cabo por preciudadanos impactan en la participación y el cinismo político.

2.3 Preguntas de investigación e hipótesis

En relación a los objetivos de la investigación y la literatura revisada se presentan las siguientes preguntas de investigación e hipótesis

PI1: ¿Cuál es el grado de participación política de las y los jóvenes en el AMM?

PI2: ¿Cuáles son los niveles de conversación política interpersonal e interactiva de las y los jóvenes en el AMM?

PI3: ¿Cuál es la frecuencia de atención a contenidos políticos en medios tradicionales y vía internet por parte de las y los jóvenes en el AMM?

HI1: La conversación política interpersonal es un factor que incrementa la participación política de las y los jóvenes en el AMM

HI2: El incremento en la conversación política interactiva generará una mayor participación política por parte de las y los jóvenes en el AMM

HI3: La mayor atención a temas políticos en medios tradicionales incrementará la participación política de las y los jóvenes en el AMM

HI4: Mayores niveles de atención a contenidos políticos *online* producirán niveles más altos de participación política de las y los jóvenes en el AMM

3. Método

3.1 Diseño

Para la presente investigación se utilizó un diseño no experimental de corte transversal; la finalidad de utilizar este modelo es primeramente para identificar los niveles de participación política, de conversación política interpersonal e interactiva, además de la atención a temas políticos en medios tradicionales y la atención a contenido político *online*; para posteriormente ubicar cuál es el nivel explicativo de la conversación política interpersonal e interactiva y la atención a contenido político mediante medios tradicionales e internet sobre los diferentes tipos de participación política de las y los jóvenes en el AMM. Para la recolección de datos en un tiempo único se aplicó una encuesta de opinión como instrumento cuantitativo. El tamaño de la muestra fue de 1,038 encuestados, empleando un nivel de confianza del 95% y un margen de error muestral de 2.17%.

3.2 Participantes

Los participantes del estudio fueron las y los jóvenes entre 18 y 29 años de edad, siendo ésta una muestra representativa del AMM. Se utilizó un muestreo probabilístico proporcional al tamaño de cada municipio que forma parte del AMM (Apodaca, Cadereyta, Escobedo, García, Guadalupe, Juárez, Monterrey, Santiago, Santa Catarina, San Nicolás de los Garza, San Pedro Garza García); ordenando a los municipios de mayor a menor según el tamaño de su lista nominal de electores, se seleccionaron domicilios de forma aleatoria. En lo que se refiere al perfil socioeconómico de las y los jóvenes se puede indicar que el 55.3% son mujeres y el 44.3% hombres; con respecto a sus ingresos familiares el 52.7% indica que son menores a los 10000 pesos mensuales (en dólares 513 a la cotización de noviembre de 2019 cuando se aplicó la encuesta) y el 47.3% superiores a esta cantidad; en relación al nivel educativo (de la mayoría de los encuestados) el 40.5% comenta que es de profesional, 48.2% de preparatoria o bachillerato y el 6.9% de secundaria; por otra parte, en lo que corresponde a la edad el 68.2% reportan tener de 18 a 23 años y el 31.8% de 24 a 29 años.

A su vez, el perfil ideológico político de los encuestados reporta que un 26.7% se consideran de izquierda, a su vez, el 43.6% se presentan de centro y el 29.6% muestran de derecha.

3.3 Instrumento

El cuestionario se aplicó en el mes de noviembre del año 2019 de manera aleatoria a los ciudadanos que representan a la juventud en el AMM. Se les comentó a las y los jóvenes al realizar la encuesta que el motivo de esta era conocer su opinión acerca de las pasadas elecciones federales donde se eligió al Presidente de la República, Diputados y Senadores; y las locales donde se votó a Diputados Locales y Ayuntamientos. La técnica de investigación fue de corte cuantitativo; para medir el nivel de confianza y el margen de error, se manejó la fórmula de población infinita, quedando de la siguiente manera:

$$N = \frac{Z^2 p q}{e^2} \text{ despejando } n, \text{ resulta: } E = \sqrt{\frac{Z^2 p q}{n}}$$

3.4 Procedimientos

Se crearon las variables que forman parte de la investigación; se realizó un análisis descriptivo de los ítems que conforman cada una de las variables, para posteriormente analizar cada una de las variables como un constructo; se efectuó un análisis correlacional para determinar la relación entre las variables; en última instancia se llevó a cabo una regresión lineal múltiple con las variables independientes que se asocian con las dependientes, para de esta forma identificar si las variables independientes eran explicativas de las dependientes.

Para la creación de las variables, en lo que corresponde a la participación política esta se dividió en tres, la primera estaría representada por la participación política electoral, donde se pregunta a las y los jóvenes si votaron en las elecciones de 2018, para lo cual se utilizó una escala dicotómica donde (0) indicaba no y (1) sí; a su vez, para facilitar un comparativo con las otras dos variables se transformó la variable en una escala de Likert (multiplicándola por 4 y sumándole 1). Por otra parte, para la creación de variable participación política convencional se tomó como referencia la ENCUP 2012 aplicando una escala de Likert de 5

puntos donde (1) fue nada y (5) bastante, se preguntó a las y los jóvenes con qué frecuencia realizaban actividades como tratar de que otras personas no voten por un candidato determinado, asistir a reuniones de partidos, trabajar para algún candidato y colaborar o trabajar en una campaña política; para demostrar la validez de los ítems se aplicó un análisis factorial dando como resultado un *KMO* de .766, la medida de adecuación muestral (*MSA*) estuvo por encima de 0.6, las comunalidades marcaron arriba de 0.5; la varianza acumulada en un solo factor fue de 63.62% y de fiabilidad el Alfa de Cronbach (α) marco .807 (ver tabla 1).

Para la construcción de la variable participación política no convencional se utilizó una escala de Likert donde (1) fue nada y (5) bastante, tomando la propuesta de la ENCUP 2012 donde se le preguntó a los encuestados si habían participado en actividades como marchas o boicot de actos públicos, en manifestaciones en contra del gobierno o habían hecho solicitudes o firmado documentos en señal de protesta; para lo cual se realizó un análisis factorial dando como resultado un *KMO* de .832, la medida de adecuación muestral (*MSA*) se presentaron por encima de 0.6, las comunalidades estuvieron por arriba de 0.5, además la varianza acumulada en un solo factor fue de 66.62%; en el análisis de fiabilidad se obtuvo un Alfa de Cronbach (α) de .760 (ver tabla 1).

En la creación del constructo conversación política interpersonal se tomó como base la propuesta de Shah et al (2007) y Muñiz (2012a); cuestionando a las y los jóvenes la frecuencia con la que hablaban de política con sus padres, amigos y conocidos, vecinos u otras personas, además de personas con las mismas ideas o personas con ideas distintas a las suyas, aplicando una escala de Likert de 5 puntos donde (1) indicaba nada y (5) bastante. Se realizó un análisis factorial dando como resultado un *KMO* de .744, la medida de adecuación muestral (*MSA*) estuvieron por encima de 0.6, las comunalidades marcaron por arriba de 0.5, asimismo la varianza acumulada en un solo factor fue de 62.47%; en el análisis de fiabilidad se obtuvo un Alfa de Cronbach (α) de .830 (ver tabla 1).

A su vez, para generar la variable conversación política interactiva se consideró las propuestas utilizada en estudios previos como serían el de Shah *et al* (2007), Yamamoto *et al*. (2013) y Muñiz *et al* (2018), cuestionando a los encuestados la frecuencia con la que

realizaban actividades como subir a internet vídeos, animaciones o audios para expresar sus posturas políticas, compartir noticias sobre política en internet y participar en discusiones políticas a través de la red; para la creación del constructo se realizó un análisis factorial dando como resultado un *KMO* de .702 , la medida de adecuación muestral (*MSA*) se mostraron por encima de 0.6, las comunalidades se presentaron por arriba de 0.5, además la varianza acumulada en un solo factor fue de 74.62%; en el análisis de fiabilidad se obtuvo un Alfa de Cronbach (α) de .818 (ver tabla 1).

En lo que corresponde a la variable atención a temas políticos en medios tradicionales se les preguntó a los participantes, considerando una escala de Likert donde (1) fue nada y (5) bastante, qué tanto utilizaban medios como la presa escrita, la radio y la televisión para informarse sobre noticias y temas de política. Esta escala en consideración al estudio de Muñiz (2012b). En lo que respecta el análisis factorial, se reportó un *KMO* de .765, la medida de adecuación muestral (*MSA*) se presentó por encima de 0.6, las comunalidades fueron por arriba de 0.5 y la varianza acumulada fue del 69.45%. En relación al análisis de fiabilidad, se observó un Alfa de Cronbach (α) de .832 (ver tabla 1).

Tabla 1. Análisis factorial y de fiabilidad con relación a las variables independientes y dependientes

VARIABLES O CONSTRUCTOS	<i>KMO</i>	Alfa de Cronbach (α)	Varianza acumulada
Participación política convencional	.766	.807	63.62%
Participación política no convencional	.832	.760	66.62%
Conversación política interpersonal	.744	.830	62.47%
Conversación política interactiva	.702	.818	74.62%
Atención a temas políticos (medios tradicionales)	.765	.832	69.45%
Atención a contenido político <i>online</i>	.735	Factor 1 .760 Factor 2 .810	69.54

Fuente elaboración propia

Para la variable de atención a contenido político *online* se les cuestionó a las y los jóvenes, en consideración a una escala de Likert donde (1) fue nada y (5) bastante, qué tanto buscaban información como propuestas de campaña, actores políticos, líderes de opinión, casos de corrupción, transparencia, candidatos y partidos políticos en internet. Esta escala se tomó considerando el estudio presentado por la Asociación de Internet.mx sobre los “Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017”. En lo que respecta el análisis factorial, se reportaron dos factores donde el primero se designó como atención a campañas, actores políticos y corrupción, siendo el segundo denominado atención a transparencia y candidatos; reportando un *KMO* de .735, la medida de adecuación muestral (*MSA*) se presentó por encima de 0.6, las comunalidades fueron por arriba de 0.5 y la varianza acumulada en dos factores fue del 69.54%. En relación con el análisis de fiabilidad, en el primer factor se observó un Alfa de Cronbach (α) de .760 y en el segundo de .810 (ver tabla 1).

4. Resultados

En la medición de la participación política electoral se descartó a las y los jóvenes de 18 años en consideración que el día de la elección no tenían la mayoría de edad para participar en el proceso electoral. La participación política electoral como variable es alta ($M = 3.90$, $DE = 1.64$), en lo que corresponde a la votación por los diferentes cargos de elección popular se puede indicar que el mayor rango de participación lo presenta la votación para Presidente de la República ($M = 4.09$, $DE = 1.67$) donde se indica que el 77.3% votó, asimismo en la votación para Diputados Federales ($M = 3.93$, $DE = 1.76$) el 73.4% de los participantes manifiestan haber votado para este cargo, seguido de la elección para Senadores ($M = 3.87$, $DE = 1.80$), donde se reporta el votó del 71.8%, estos cargos de elección federal son seguidos por los de elección local donde el 72.1% indica que votó en la elección para Diputados Locales ($M = 3.88$, $DE = 1.79$) y el 68.5% por Ayuntamientos ($M = 3.74$, $DE = 1.85$)

La participación política convencional en lo general (variable) es bastante baja ($M = 1.69$, $DE = .830$); en lo particular el mayor porcentaje de participación se presenta al intentar convencer a otras personas a que no voten por un determinado candidato ($M = 1.77$, $DE = 1.09$), en el cual sólo el 9.6% reporta haber realizado esta actividad con frecuencia (mucho – bastante); por otra parte, la menor participación se reportó en la colaboración en una

campaña electoral ($M = 1.70$, $DE = 1.08$), en la cual el 8.4% indicó haber participado (mucho – bastante), asimismo, la asistencia a reuniones de partidos políticos ($M = 1.66$, $DE = .998$) también es muy baja ya que únicamente el 6.6% comenta que la realiza con frecuencia (mucho – bastante), de la misma manera actividades como trabajar para algún candidato o partido político ($M = 1.58$, $DE = .984$) son muy precarias ya que, solamente el 7% de los encuestados realiza esta acción con regularidad (mucho – bastante).

A su vez, la participación política no convencional como constructo es aún más baja que la convencional ($M = 1.59$, $DE = .784$), la mayor participación se presenta al firmar documentos en señal de protesta ($M = 1.72$, $DE = 1.05$) seguida de la participación en manifestaciones en contra del gobierno ($M = 1.52$, $DE = .960$), en este sentido, la primera actividad la realizan únicamente el 8% de las y los jóvenes y la segunda 6.6% (mucho – bastante). Por otra parte, actividades como hacer solicitudes a funcionarios públicos ($M = 1.54$, $DE = .945$) y participar en marchas o boicot de actos públicos ($M = 1.52$, $DE = .917$) no se realizan de manera frecuente como lo indican los resultados, la primera actividad solamente es llevada a cabo por el 5.6% y la segunda por el 4.9% de los encuestados (mucho – bastante).

La conversación política interpersonal ($M = 2.24$, $DE = .812$) es una actividad que en general (constructo) no realizan de manera regular las y los jóvenes, pero es importante destacar que las personas con las que tienen un mayor contacto para hablar de política es con los amigos o conocidos ($M = 2.73$, $DE = 1.23$) donde el 27.4% indica hacerlo con frecuencia (mucho – bastante) y con sus padres ($M = 2.61$, $DE = 1.22$) reportando que el 24.1% lo hace con regularidad (mucho – bastante), por otra parte, las personas con las que menos hablan de política son las individuos que tienen sus mismas ideas ($M = 2.13$, $DE = 1.14$) y con las de ideas distintas a las suyas ($M = 2.07$, $DE = 1.20$), el estudio indica que en lo que corresponde a las personas con las mismas ideas solo el 12.4% habla con ellas sobre temas políticos y en relación a las personas que tienen ideas diferentes únicamente el 12.9% lo llevaba a cabo (mucho – bastante).

En lo que concierne a la variable conversación política interactiva ($M = 1.81$, $DE = 0.843$) en general es baja, la actividad que con mayor frecuencia realizan las y los jóvenes fue compartir noticias, videos o posts sobre política por internet ($M = 2.20$, $DE = 1.17$), donde

se puede mencionar que sólo el 15.5% indicó que lo realizaba con frecuencia (mucho – bastante). Por otro parte, actividades como participar en discusiones políticas a través de la red ($M = 1.76$, $DE = 1.05$) y hacer y subir a internet vídeos, animaciones, audios, fotos u otro producto audiovisual para expresar sus posturas políticas ($M = 1.48$, $DE = .878$) fueron las acciones que se llevaron a cabo con menor frecuencia, en relación a la primera actividad únicamente el 9.3% indica que lo hace con periodicidad y en lo que corresponde a la segunda sólo reportan haberla realizado el 4.65% (mucho – bastante).

La variable atención a temas políticos en medios tradicionales en lo general se presenta baja ($M = 2.15$, $DE = .805$), la mayor atención en lo particular se tiene en la televisión, ya que de acuerdo a la encuesta el 23.9% (mucho – bastante) de las y los jóvenes ven noticias en televisión ($M = 2.65$, $DE = 1.18$) y el 11.1% (mucho – bastante) ve programas de política ($M = 2.08$, $DE = 1.09$); aunque es importante destacar que le sigue la prensa escrita ($M = 1.99$, $DE = 1.11$) donde el 11.7% (mucho – bastante) indica que la utiliza con frecuencia para informarse y la radio ($M = 1.91$, $DE = 1.02$) en el que el solamente el 7.7% (mucho – bastante) manifiesta que la escucha para informarse sobre temas de política.

En relación a la atención a contenido político *online* se dividió en dos factores siendo el primero designado como atención a campañas, actores políticos y corrupción, en lo general se presenta baja ($M = 2.35$, $DE = .940$), la mayor atención en lo individual se tiene en la búsqueda de información en casos de corrupción ($M = 1.91$, $DE = 1.02$) donde el 29.4% (mucho – bastante) de las y los jóvenes indica llevar a cabo esta acción con frecuencia; a su vez, esta actividad es seguida por la búsqueda de información sobre propuestas de campaña ($M = 2.28$, $DE = 1.15$) e información sobre líderes de opinión ($M = 1.91$, $DE = 1.02$) y actores políticos ($M = 1.91$, $DE = 1.02$), en el primer caso el 15.6% (mucho – bastante) indica realizar esta actividad con regularidad, la segunda acción es realizada por 16.7% (mucho – bastante) y la última por el 12.9% (mucho – bastante) de las y los jóvenes.

Referente al segundo factor atención a transparencia y candidatos se puede indicar que como constructo se presenta también bajo ($M = 2.48$, $DE = 1.11$), siendo la búsqueda de información sobre candidatos ($M = 2.35$, $DE = .940$) las que más se realiza por las y los jóvenes, ya que el 23.8% (mucho – bastante) revela hacerlo con frecuencia, a su vez, la

búsqueda de información sobre transparencia es la que se lleva a cabo con menor frecuencia ($M = 2.40$, $DE = 1.25$) donde solo el 20.8% (mucho – bastante) reporta hacerlo con asiduidad. En la siguiente tabla se presentan los resultados descriptivos del estudio.

Tabla 2. Resultados descriptivos

Variable	Media	Desviación estándar
Participación política electoral	3.90	1.64
Participación política convencional	1.69	.830
Participación política no convencional	1.59	.784
Conversación política interpersonal	2.24	.812
Conversación política interactiva	1.81	.843
Atención a temas políticos (medios tradicionales)	2.15	.805
<i>Atención a contenido político online</i>		
Atención a campañas, actores políticos y corrupción	2.35	.940
Atención a transparencia y candidatos	2.48	1.11

Fuente elaboración propia

Al dar por terminados los análisis descriptivos, se buscó determinar la relación o covarianza entre las variables dependientes con las socioeconómicas. Para lo anterior se utilizó la prueba r de Pearson. La relación entre la variable participación política electoral fue positiva con las variables de control edad ($r = .281$, $p < .001$) y nivel educativo ($r = .094$, $p < .001$). A su vez, la relación entre la participación política convencional se presenta positiva en correlación a las variables de control nivel económico ($r = .099$, $p < .001$) y nivel educativo ($r = .082$, $p < .001$). Finalmente, la relación de la participación política no convencional solo es positiva en relación a la variable de control nivel educativo ($r = .091$, $p < .001$).

Al dar por concluido el análisis de correlación de las variables de control se pasó al estudio de la relación entre las variables dependientes conformada por los diferentes tipos de participación política con las independientes conversaciones política interpersonal,

conversación política interactiva, atención a temas políticos en medios tradicionales y atención a contenido político *online*. Para esto se utilizó la prueba *r* de Pearson. La relación es positiva entre la participación política electoral con la conversación política interactiva ($r = .085, p < .001$), con la atención a temas políticos en medios tradicionales ($r = .126, p < .001$), y la atención a contenidos políticos *online* que se dividió en dos factores, inicialmente en la atención a campañas, actores políticos y corrupción ($r = .160, p < .001$) y en la atención a transparencia y candidatos ($r = .163, p < .001$); es importante comentar que no se muestra correlación con la variable conversación política interpersonal.

En segunda instancia se demostró la correlación positiva entre la participación política convencional con la conversación política interpersonal ($r = .367, p < .001$), la conversación política interactiva ($r = .438, p < .001$), la atención a temas políticos en medios tradicionales ($r = .320, p < .001$), y la atención a contenidos políticos *online* que se dividió en dos factores, en primera instancia en la atención a campañas, actores políticos y corrupción ($r = .333, p < .001$) y en la atención a transparencia y candidatos ($r = .249, p < .001$).

Después se pasó a demostrar la correlación positiva entre la participación política no convencional con la conversación política interpersonal ($r = .328, p < .001$), la conversación política interactiva ($r = .423, p < .001$), la atención a temas políticos en medios tradicionales ($r = .253, p < .001$), y la atención a contenidos políticos *online* que se dividió en dos factores, primeramente la atención a campañas, actores políticos y corrupción ($r = .287, p < .001$) y en la atención a transparencia y candidatos ($r = .222, p < .001$).

Tomando en consideración las correlaciones anteriores, en la última etapa de análisis se buscó establecer el nivel explicativo tanto de las variables de control que son la edad, nivel económico y nivel educativo, como de las variables independientes conversación política interpersonal, conversación política interactiva, atención a temas políticos en medios tradicionales y atención a contenido político *online* sobre los diferentes tipos de participación política como variables dependientes.

Para el primer modelo se tomó como variable dependiente a la participación política electoral y como variables de control la edad y el nivel educativo seguida por las variables independientes, conversación política interactiva, atención a temas políticos en medios

tradicionales y atención a contenido político *online*. Se reportó que únicamente la variable de control edad muestra un nivel explicativo del 11% de la varianza ($R^2 = .110$), ésta cumple con el supuesto de independencia respecto a la dependiente, ya que el valor del test Durbin – Watson es de $d = 1.64$ encontrándose dentro de los parámetros reconocidos. El nivel explicativo de la edad (con un valor de $\beta = .276$; $p < .001$), fue positivo, por lo que, conforme incrementó la edad se generó una mayor participación política electoral.

En el segundo modelo se tomó como variable dependiente a la participación política convencional y como variables de control el nivel económico y el nivel educativo seguida por las variables independientes, conversación política interpersonal, conversación política interactiva atención a temas políticos en medios tradicionales y atención a contenido político *online*. Se determinó que la variable de control nivel educativo no muestran un nivel explicativo sobre la dependiente, a diferencia del nivel económico (con un valor de $\beta = .068$; $p < .05$) que, aunque de manera efímera si lo marca, por lo que se podría decir, que un mayor nivel económico generó un incremento positivo mas no significativo en la participación política convencional.

Las variables independientes junto con el nivel económico explicaron el 22% de la varianza ($R^2 = .220$), cumpliendo con el supuesto de independencia respecto a la dependiente, ya que el valor del test Durbin – Watson es de $d = 1.84$ ubicándose dentro de los parámetros permitidos. El nivel explicativo de la conversación política interpersonal (con un valor de $\beta = .132$; $p < .01$), fue positivo, por lo que, se puede indicar que niveles más altos de comunicación política interpersonal generó una mayor participación política convencional. A su vez, el nivel explicativo de la conversación política interactiva (con un valor de $\beta = .256$; $p < .001$) también se reveló positivo, en este sentido, una mayor conversación política interactiva produjo niveles más altos de participación política convencional. Asimismo, la atención a temas políticos en medios tradicionales (con un valor de $\beta = .137$; $p < .001$) fue importante en sentido positivo, es decir, una mayor atención a temas políticos en medios tradicionales incrementó los niveles de participación política convencional. Finalmente, el nivel explicativo de la atención a contenido político *online* en lo que corresponde a su primer factor (atención a campañas, actores políticos y corrupción) fue positivo mas no significativo (con un valor de $\beta = .137$; $p < .05$), es decir, una mayor atención a campañas, actores políticos

y corrupción (*online*) generó un incremento positivo mas no relevante en la participación política convencional.

Tabla 3. Nivel explicativo de las variables socioeconómicas e independientes comunicación política interpersonal, comunicación política interactiva, atención a temas políticos en medios tradicionales, Atención a contenido político online

Variable	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
	β	β	β
	Participación política electoral	Participación política convencional	Participación política no convencional
Edad	.276***	-	-
Nivel económico	-	.068*	-
Nivel educativo	.020	.021	.048
Conversación política interpersonal	-	.132**	.126***
Conversación política interactiva	-.004	.256***	.317***
Atención a temas políticos en medios tradicionales	.032	.137***	.050
<i>Atención a contenido político online</i>			
Atención a campañas, actores políticos y corrupción	.084	.114*	.062
Atención a transparencia y candidatos	.079	-.067	-.030
R^2	.110	.220	.200

Fuente elaboración propia. Nota: N = 1038 casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

El tercer modelo donde se tomó como variable dependiente a la participación política no convencional y como variable de control el nivel educativo, las variables independientes, fueron la conversación política interpersonal, conversación política interactiva atención a temas políticos en medios tradicionales y atención a contenido político *online*. Se determinó que la variable de control nivel educativo y las independientes atenciones a temas políticos en medios tradicionales y atención a contenido político *online* no muestran tener un nivel explicativo sobre la dependiente. Por otra parte, las variables independientes conversación política interpersonal e interactiva explicaron el 20% de la varianza ($R^2 = .20$), cumpliendo con el supuesto de independencia respecto a la dependiente, ya que el valor del test Durbin – Watson es de $d = 1.78$ ubicándose dentro de los parámetros autorizados.

El nivel explicativo de la conversación política interpersonal (con un valor de $\beta = .126$; $p < .001$), fue positivo, indicando que una mayor comunicación política interpersonal generó niveles más altos de participación política no convencional. Asimismo, el nivel explicativo de la conversación política interactiva (con un valor de $\beta = .317$; $p < .001$) igualmente marcó positivo, es decir, niveles más altos de conversación política interactiva originó una mayor participación política no convencional.

5. Conclusiones

Los resultados de la investigación permiten el logro de los objetivos marcados para el estudio, ya que se pudieron identificar los niveles de participación política de las y los jóvenes, además del grado de conversación política interpersonal e interactiva, igualmente de la atención a temas políticos en medios tradicionales y la atención a contenido político *online*; también de determinar el nivel explicativo de las variables independientes sobre la dependiente. En relación a la primera pregunta de investigación se puede indicar que en lo que corresponde a la participación política se marca de manera clara una preferencia por la participación política electoral, quedando la participación política tanto convencional, como no convencional muy rezagada en relación a la primera, esto reafirma lo presentado en un sin número de estudios donde se manifiesta que la forma más utilizada por los ciudadanos para participar políticamente es la electoral (Sabucedo & Arce 1991; Grossi, Herrero, Rodríguez & Fernández 2000; Somuano 2005; Delfino, Zubieta & Muratori, 2013).

En relación a la segunda pregunta de investigación se puede indicar que los niveles de conversación política tanto interpersonal como interactiva son bajos, aunque la conversación política interpersonal se presenta por encima de la primera, en este sentido, las y los jóvenes dan preminencia a la interacción con amigos, conocidos o con sus padres para tocar temas de política de manera presencial, por otra parte, en lo que corresponde a la conversación política interactiva se puede comentar que la acción que se lleva a cabo con mayor frecuencia es compartir noticias, videos o posts sobre política por internet; es importante destacar como lo indica Moya y Herrera (2015) que el uso de la red permite la generación de lazos e interacción entre emisor y receptor que la aproxima a la comunicación interpersonal, cabe comentar que el receptor de la información se pueda transformar a su vez, en emisor.

Por otra parte, para dar respuesta a la tercera pregunta de investigación se puede reportar que la atención a contenido político *online* en sus dos factores que la conforman se presentan por encima de la atención a temas políticos en medios tradicionales, en la primera las actividades que se llevan a cabo con mayor frecuencia es la búsqueda de información sobre candidatos, casos de corrupción, transparencia y propuestas de campaña; por otro lado, en la atención a temas políticos en medios tradicionales impera el uso de la televisión. En relación a la búsqueda de contenido político *online* es importante destacar que en los casos de corrupción y transparencia se podría generar por la percepción que se tiene en México sobre estos temas; ya que de acuerdo al índice de Percepción de la Corrupción 2018 de Transparencia Internacional, en el caso de México se presenta una calificación de 28 sobre 100 en el nivel de corrupción percibido dentro del sector público, este resultado presenta 6 puntos menos en comparación con hace seis años.

Asimismo, en el caso de la búsqueda de información de candidatos y propuesta de campañas habría que recordar que el año anterior (2018) se habrían celebrado elecciones en México. En lo que corresponde a la televisión como medio más utilizado para informarse sobre temas políticos concuerdan con los resultados presentados por Cantú, Flores, Gutiérrez, Panszi y Yarto (2009) donde se revela que los medios de comunicación que tienen una mayor influencia en el ciudadano del estado de Nuevo León son los noticieros y la televisión.

La primera hipótesis de investigación indica que la conversación política interpersonal es un factor que incrementa la participación política de las y los jóvenes en el AMM, de acuerdo a los resultados del estudio nos permiten mostrar que la hipótesis se comprueba de manera parcial, ya que no tiene ningún nivel explicativo sobre la participación electoral, en cambio sí lo muestra frente a la participación política convencional y no convencional, aunque se presenta con menor relevancia frente a la convencional; estos resultados podrían ser semejantes a los presentados por Saldierna y Muñiz (2015) en un estudio realizado en el estado de Nuevo León donde se reporta que la conversación política impacta en la participación en este caso de los preciudadanos (en estudiantes en el último año de bachillerato) que fluctuaban entre los 16 y 17 años de edad aproximadamente, cabe comentar que la edad de los participantes en este estudio es diferente a la de la muestra de esta investigación.

En la segunda hipótesis de investigación se afirma que el incremento en la conversación política interactiva generará una mayor participación política por parte de las y los jóvenes en el AMM, en consideración a los resultados obtenidos también se confirma de manera parcial ya que esta variable no presenta ningún nivel explicativo sobre la participación en materia electoral, por otra parte, el nivel explicativo frente a la participación política convencional y no convencional se reporta de manera positiva, siendo esta variable la que presenta un mayor peso en relación a su nivel explicativo frente a estas dos formas de participación política. Los resultados presentados en relación a la conversación política interpersonal e interactiva se podrían correlacionar con los de Rojas (2006) donde se indica que tanto la conversación política interpersonal como la interactiva producen efectos positivos en la participación política.

En relación a la tercera hipótesis de investigación donde se afirma que la mayor atención a temas políticos en medios tradicionales incrementará la participación política de las y los jóvenes en el AMM, solo se comprueba en lo que corresponde a su relación a la participación política convencional frente a la que marca un nivel explicativo positivo aunque menor al presentado por la conversación política interactiva, es a destacar que frente a los otras dos variables que serían la participación política electoral y no convencional no se reporta nivel explicativo alguno. Estos resultados podrían marcar una tendencia en relación al estudio

comparativo presentado por Martínez y Maldonado (2017) realizado en el mismo contexto a las y los jóvenes de 18 a 29 años de edad, en los años 2013 y 2015 en el AMM en donde se indica que el impacto de la atención a temas de política en medios tradicionales en relación a la participación política convencional y no convencional disminuye drásticamente de un estudio a otro; en el presente estudio ya no marca nivel explicativo frente a la participación política no convencional, y su nivel explicativo frente a la participación política convencional no es contundente.

En la cuarta hipótesis de investigación donde se maneja la aseveración que indica que a mayores niveles de atención a contenidos políticos *online* producirán niveles más altos de participación política de las y los jóvenes en el AMM, se puede comentar en consideración a los resultados del estudio que prácticamente es nula, puesto que ninguno de los dos factores que la conforman presentan nivel explicativo frente a las variables participación política electoral y no convencional y el presentado en relación a la participación política convencional es efímero. En este sentido, se puede afirmar que la atención a contenidos políticos en internet no impacta de manera positiva en los diferentes tipos de participación política de las y los jóvenes.

Finalmente podemos concluir que para el presente estudio la única variable que presento un nivel explicativo sobre la participación política electoral fue la variable de control edad, en este sentido, ni las prácticas comunicativas como serían la conversación política interpersonal e interactiva o la atención a temas políticos en medios tradicionales o por medio de internet explican la participación política de las y los jóvenes, por lo que sería necesario en próximas investigaciones identificar que otros factores inciden en este tipo de participación que es la más utilizada por los ciudadanos.

En relación al uso de internet por parte de las y los jóvenes para interactuar (conversación política interactiva) o para la atención a contenidos políticos es bastante bajo, por lo que se puede indicar que en este caso la juventud no utiliza estos medios con fines políticos, esto contrasta con el uso de este medio en general como lo indica la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2017 (ENDUTIH)

realizada por el INEGI, donde se reporta que el 83.7% de las personas de 18 a 34 años utilizan este medio para llevar a cabo diferentes tipos de actividades.

En lo que corresponde a las teorías que explican el impacto de los medios de comunicación en las actitudes y el comportamiento político del ciudadano se puede indicar que los resultados del estudio nos inclinan a las teorías de la movilización política, aunque no de manera contundente, pero cabe evidenciar que ninguna de las variables independientes tiene un efecto negativo como para aproximarnos a las teorías del malestar mediático. Por otra parte, son las prácticas comunicativas como la conversación política interpersonal e interactiva las que tienen mayor impacto positivo en la participación política tanto convencional, como no convencional, es en ese sentido, que se podría comentar que la interacción de las y los jóvenes ya sea de manera presencial o interactiva los motivan a participar en actividades distintas a la participación electoral, ya sea tratando de incidir en el voto de otro ciudadano, formando parte de un partido político, participando en una campaña electoral, colaborando con un candidato, participando en marchas o manifestaciones en contra del gobierno, etc.

Referencias

- Amado, A. (2015). Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional? *Contratexto*, (24), 97-111.
- Barnes, S. H., & Kaase, M. (1979). *Political action: Mass participation in five Western democracies*. Beverly Hills, Calif: Sage Publications.
- Bobbio, N., Matteucci, N. y Pasquino, G. (2007). *Diccionario de Política*. Madrid: siglo xxi editores.
- Bourdieu, Pierre. (2002). La "juventud" no es más que una palabra. En *Sociología y cultura* (pp. 163-173). México: Grijalbo, Conaculta.
- Berlo, D. K., (2000). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Brunet, I. & Pizzi, A. (2013). La delimitación sociológica de la juventud. *Última Década*, (38), 11 -36.

- Brussino, S., Rabbia, H. H., & Sorribas, P. (2009). Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes. [Sociocognitive profiles of the political participation of youth]. *Interamerican Journal of Psychology*, 43(2), 279-287.
- Capella, A. & Jamieson, K. (1997). *Spiral of Cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Cantú Escalante, J., Flores Rodríguez, P., Gutiérrez Garza, E.M., Panszi Artezán, S., Yarto Wong, M. (2009). Perfil del Elector Neoleonés. En Comisión Estatal Electoral Nuevo León y Universidad Autónoma de Nuevo León (Eds). Perfil del Elector Neoleonés (65 – 90). México.
- Casal, J.; García, M.; Merino, R. & Quesada, M. (2006). Aportaciones teóricas y metodológicas a la sociología de la juventud desde la perspectiva de la transición. *Papers*, 79, 21 – 48.
- Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., & Gotlieb, M. R. (2009). Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an O-S-R-O-R model of communication effects. *Communication Theory*, 19(1), 66–88. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.01333.x>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Conway, M. (1990). *Political participation in the United States*. New York: Quarterly Press
- Delfino, G. S., Zubietta, E. M. & Muratori, M. (2013). Tipos de participación política: Análisis factorial confirmatorio con estudiantes universitarios de Buenos Aires, Argentina. *Psicología Política*, 13(27), 301-318.
- Delli Carpini, M. (2000). Gen.com: Youth, Civic Engagement and the New Information Environment. *Political Communication*, 17 (4), 341 -349.
- Díaz Jiménez, O. F., & Heras Gómez, L. (2016). Democracia participativa y participación política de la ciudadanía: Una revisión hacia el Siglo XXI. En C. Wright, & V. A. Cuevas Pérez, *Participación ciudadana y democracia en el Estado de Nuevo León* (pp. 17-51). Monterrey: Fontamara.
- Díaz Jiménez, O. F., & Muñiz, C. (2017). Los efectos de la comunicación política en el compromiso político de los jóvenes en la elección presidencial mexicana de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 181–221. doi:10.1016/S0185-1918(17)30008-9

- ENCUP. (2012). *Resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. Ciudad de México, México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de <http://bit.ly/UmmxZ5>.
- Espinosa, M. (2009). La participación ciudadana como una relación socio-estatal acotada por la concepción de democracia y ciudadanía. *Andamios*, 5(10), 71-109.
- García Luengo, O., & Vázquez García, R. (2007). Participación política y exposición mediática ¿Malestar mediático o círculo virtuoso? *Cuadernos de Comunicación*, (1), 37-57.
- García-Luengo, O., & Maurer, M. (2009). A virtuous circle for all? Meida Exposure and political Trust in Europe. *CONfines*, 39-48.
- Grossi, F. J., Herrero, F. J., Rodríguez, F. J., & Fernández Alonso, J. A. (2000). Conducta de voto en los jóvenes. *Psicothema*, 12 (2), 255-259.
- INE (2018). *Estadísticas y Resultados Electorales*. México: Instituto Nacional Electoral.
- INEGI (2017) Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH). [The National Survey on Availability and Use of Information Technologies in Households]. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf
- Jurado Gilabert, J. (2015). Jóvenes, Internet y Política. El cambio de paradigma tecnopolítico. *Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 2, 87-99.
- Martínez, M.L., Silva, C., & Hernández, A.C. (2010). ¿En qué Ciudadanía Creen los Jóvenes? Creencias, Aspiraciones de Ciudadanía y Motivaciones Para la Participación Sociopolítica. *PSYKHE* 19(2), 25-37. doi: 10.4067/S0718-22282010000200004
- Martínez, J. D. y Maldonado, L. (2017). El efecto de la atención a noticias en la participación política de los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey, México. Un estudio longitudinal. *Cuadernos.info*, (40), 39-52. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1095>
- Mazzoleni, G. (2010). *La Comunicación Política*. [The Political Communication]. Madrid: Alianza Ed.
- Merino, M. (2012). *La participación ciudadana en la democracia*. Distrito Federal: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de Cultura Democrática.

- Milbrath, Lester W. (1981). Political participation. En Samuel L. Long (Ed.), *The Handbook of Political Behavior* (pp. 197-239). Nueva York: Plenum Press.
- Moya Sánchez, M. & Herrera Damas, S. (2015). Hacia una comunicación política avanzada en la Internet 2.0. [Towards an advanced political communication on internet 2.0]. *Observatorio Journal*. 9(4), 113-139.
- Muñiz, C. (2012a). El diálogo político juvenil. Cómo los medios y la sofisticación influyen en la conversación política. *Revista de comunicación y Ciudadanía*, 5, 36 – 52.
- Muñiz, C. (2012b). Creando ciudadanos comprometidos (Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes) *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 55-74. Retrieved from <http://www.journals.unam.mx/index.php/rmop/article/view/41349>
- Muñiz, C.; Echeverría, M.; Rodríguez -Estrada, A. & Díaz-Jiménez, O.F. (2018). Los hábitos comunicativos y su influencia en la sofisticación política ciudadana. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (77), 99-123. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.9298>.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A reply to Putnam. *PS: Political Science and Politics*, 29(3), 474–480. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/420827>
- Norris, P. (2001). ¿Un círculo virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post – industriales. *Revista Española de Ciencia Política*. (4), 7 – 33.
- Ochoa, O. (1999). *Comunicación política y opinión pública*. México: McGraw – Hill.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78. doi: 10.1353/jod.1995.0002
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Nueva York: Simon & Schuster.
- Reyes Montes, M. C. (2007). Comunicación política y medios en México: el caso de la reforma a la Ley Federal de Radio y televisión. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. 14(43), 105–136.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, (62), 109-142.
- Sabucedo, J. M. (1988). Participación política. En J. Seoane & A. Rodríguez (Eds.), *Psicología Política* (pp. 165-194). Madrid: Ediciones Pirámide.

- Sabucedo, J. M., & Arce C. (1991). Types of political participation: A multidimensional analysis. *Europea Journal of Political Research*, 20(1), 93-102. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.1991.tb00257.x>
- Saldierna Salas, A., & Muñiz, C. (2015). Influencia de los hábitos comunicativos en la generación de participación y cinismo político entre los preciudadanos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 8(2), 37-59. doi:http://dx.doi.org/10.12804/disertaciones.02.2015.03
- Sánchez García, F.R. (2011). *La cultura política, identidad política y gobernabilidad en Monterrey*. Disertación doctoral publicada. Universidad Autónoma de Nuevo León. México.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Leem, N., Scholl, R. M., & McLeod, D. M. (2007). Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model. *Journal of Communication*, 57(4), 676–703. doi: 10.1111/j.1460-2466.2007.00363.x.
- Sommano Ventura, M. F. (2005). “Más allá del voto: Modos de participación política no electoral en México”, *Foro Internacional*, 45(1), 65 – 88.
- Torcal, M., Montero, J.R. y Teorell, J. (2006). La participación política en España: modos y niveles en perspectiva comparada. *Revista de Estudios Políticos* 132, 7-41.
- Voltmer, K., & Schimitt-Beck, R. (2007). The mass media in third-wave democracies: Gravediggers or seedsmen of democracie consolidation. En H. J. Puhle, R. Gunther, & J. R. Montero, *Democracy, intermediation and voting in four contienents* (págs. 75-154). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Yamamoto, M. ; Kushin M. J. & Dalisay, F. (2013). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 17(6), 1-19. doi: 10.1177/1461444813518390.