



UASLP

La investigación

de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio
de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México



amc

Asociación Mexicana de Investigadores
de la Comunicación A.C.

Publicado en 2014 por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí
y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación
San Luis Potosí, S.L.P., México
Hecho en México

ISBN: 978-607-9343-75-0

Coordinación: Dra. Erika Rueda Ramos y
Dra. Consuelo Patricia Martínez Lozano
Diseño: LDG. Carlos Ernesto Nava Muñoz

© Derechos Reservados 2014, UASLP y AMIC.

Todos los Derechos Reservados.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de este servicio sin la autorización previa por escrito de sus respectivos autores. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

La publicación de este libro fue llevada a cabo con recursos PIFI los cuales son de carácter público y queda prohibido su uso con fines partidistas o de promoción personal.

La investigación

de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio
de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México

Coordinación
Dra. Erika Rueda Ramos
Dra. Consuelo Patricia Martínez Lozano
Diseño:
LDG. Carlos Ernesto Nava Muñoz

Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

El papel de las variables comunicativas en el desarrollo de sofisticación política entre los ciudadanos. Evidencias en la zona metropolitana de Monterrey¹

Carlos Muñiz, Alma Rosa Saldierna, Lauro Maldonado y José Segoviano²

*Universidad Autónoma de Nuevo León
Laboratorio de Comunicación Política (LACOP)*

Resumen:

La exposición a los medios de comunicación y la atención a sus contenidos sobre política han sido contrastadas en numerosos estudios como factores explicativos del desarrollo de actitudes políticas entre los ciudadanos, que abarcan desde la generación de conocimiento político hasta su contribución al desarrollo de una mayor implicación y participación en el sistema de los ciudadanos. Un elemento central dentro de las actitudes políticas se encuentra en el nivel de sofisticación política, en tanto que muestra el conocimiento sobre el sistema político mantenido por la ciudadanía unido al nivel de interés con todo lo relacionado con la política de esas mismas personas. Para medir la relación entre las variables comunicativas y el desarrollo de sofisticación política, se realizó una encuesta representativa de la población de la Zona Metropolitana de Monterrey en el contexto postelectoral de 2012. Los resultados muestran cómo la atención a contenidos de política constituye la variable explicativa principal para el fortalecimiento de la sofisticación política ciudadana, aunque su impacto se produce gracias a la mediación realizada por la conversación interpersonal.

Palabras clave: *Sofisticación política, exposición a medios, atención a contenidos de política, conversación política interpersonal, discusión on-line.*

Abstract

In several studies exposure to the media and attention to their political contents have been proven to be explanatory factors in the development of political attitudes among citizens, ranging from the generation of political knowledge to a contribution towards the development of greater citizen involvement and participation in the system. A central element of political attitudes is the level of political sophistication, given that it shows the public's knowledge about the political system as well as their level of interest in matters relating to politics. To measure the relationship between communicative variables and the development of political sophistication, a representative survey of the population of the Metropolitan Area of Monterrey in the post-electoral context of 2012 was carried out. The results show how media attention is the main explanatory variable in the strengthening of political sophistication among citizens, although its impact is produced through mediation by interpersonal conversation.

Keywords: *Political Sophistication, media exposure, media attention, political interpersonal conversation, online discussion.*

¹ Este estudio forma parte del proyecto de investigación financiado por la Secretaría de Educación Pública, PROMEP durante 2010 y 2011 (Clave PROMEP/103.5/10/3889) y por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICYT) de la UANL (Clave CS453-10).

² Carlos Muñiz es Profesor Titular de la UANL (carmunizmuriel@gmail.com), Alma Rosa Saldierna es Profesora de materia en la UANL (saldierna_alma@yahoo.com.mx), Lauro Maldonado es Profesor Asociado de la UANL (lamaldon@hotmail.com) y José Segoviano es Profesor Titular de la UANL (jose_segoviano01@hotmail.com).

El papel de las variables comunicativas en el desarrollo de sofisticación política entre los ciudadanos. Evidencias en la zona metropolitana de Monterrey

*Carlos Muñiz, Alma Rosa Saldierna, Lauro Maldonado y José Segoviano
Universidad Autónoma de Nuevo León
Laboratorio de Comunicación Política (LACOP)*

Introducción

Una de las principales corrientes de trabajo dentro de los estudios realizados en el campo de comunicación política es aquella que busca analizar la contribución que los medios de comunicación y otras prácticas comunicativas, como la conversación interpersonal y la interactiva, pueden tener en el desarrollo de actitudes políticas. Dentro del abanico de estudios sobre el impacto comunicativo político destacan los centrados en su influencia sobre el interés en política, en el cinismo, la eficacia política, el conocimiento político y la implicación o participación (Jackson, 2011; Rojas, 2006; Shah et al., 2007; Zhou y Pinkleton, 2012). Entrando en el terreno del estudio del conocimiento político, este componente actitudinal ha sido muchas veces conceptualizado como similar, o incluso igual, al de sofisticación política (Guo y Moy, 1998; Muñiz, 2012; Prior, 2005; Rhee y Cappella, 1997; Rojas, 2006). Partiendo de esta evidencia, el presente trabajo muestra los resultados de una encuesta realizada en la Zona Metropolitana de Monterrey sobre población mayor de edad, con el objetivo de estudiar la relación entre los hábitos comunicativos mantenidos por los ciudadanos y la sofisticación política manifestada en los mismos, así como determinar el peso que los factores comunicativos, tanto consumo de medios como conversación sobre política, tienen en la explicación del nivel de sofisticación política de los ciudadanos.

Marco teórico

La sofisticación política ciudadana

Es habitual señalar que el conocimiento político es una pieza fundamental para el óptimo desarrollo del ciudadano en el entorno democrático (Crespo, 2007; Dalton, 2006; Lupia y McCubbins, 1998; Prior, 2005), en tanto que esta mayor adquisición, y conservación, de información puede redundar en mayores niveles de participación tanto política como cívica (Muñiz y Corduneanu, 2014). Muchos estudios sobre conocimiento político de los ciudadanos han concluido en la propuesta del concepto sofisticación política. Dentro de esta corriente, sin duda han sido de especial interés las propuestas de Luskin (1987), para quien la sofisticación política parte necesariamente de “la existencia de un sistema de creencias personales que los individuos generan con sus experiencias y recepción de información, y que decide su grado de sofisticación, en la medida en que este sistema sea amplio o limitado” (p. 860).

Por tanto, se habla de sofisticación política al referirse al tamaño y rango de los conocimientos almacenados a raíz de la experiencia del ciudadano. Es decir, aquella cobertura que se tiene de esos conocimientos y conceptos dentro del universo político, además de la diversidad y organización de estos conocimientos dentro de los esquemas políticos de una persona, los cuales prevalecen dentro de su sistema de creencias bajo las limitantes que ésta pueda tener. Entre más asociación tenga un individuo en la política, sus grupos, sus ideas, etc., mayor será el conocimiento, su amplitud y las conexiones que éste pueda usar como referencia para orientarse acerca de temas políticos, ideologías o toma de decisiones (Luskin, 1987). En este sentido, las personas con un alta sofisticación política tienen un conocimiento del sistema político más completo y exacto, y es que por lo general, tienden a participar más en las votaciones y en otras actividades políticas (Muñiz, 2012; Rhee y Cappella, 1997) pero se hacen más resistentes al impacto de la agenda política y los mensajes tendenciosos de los medios de comunicación (Lago y Martínez, 2004; Zaller, 1992).

Algunos autores coinciden en que la sofisticación política va más allá del nivel cognitivo, sino que más bien hace referencia a una relación entre el nivel de conocimiento y el de interés político del ciudadano, ampliándose así el concepto más allá de su pura vertiente

cognitiva, en tanto que conlleva también el interés en la adquisición y procesamiento de la información (de Vreese, Boomgaarden y Semetko, 2011). Este interés es el que motiva al ciudadano a informarse sobre política, lo que derivará en el análisis de los mensajes recibidos, su comprensión y, en una fase posterior, interactuar en cuestiones políticas (Luskin, 1990). Dentro de los motivos que ayudan al aumento de esta sofisticación política se encuentra, entre otros, la exposición o atención a información política en los medios informativos. Por tanto, las variables comunicativas pueden jugar un papel importante en el incremento de la sofisticación política de la ciudadanía, lo que ha llevado a diferentes autores a estudiar su relación.

Los hábitos comunicativos y el desarrollo de sofisticación política

Los estudios realizados acerca de la relación entre exposición genérica a medios y desarrollo de actitudes políticas han puesto de manifiesto que el tipo de medio de comunicación consumido determina en gran medida su influencia sobre la sofisticación política de los ciudadanos. Así, ésta suele disminuir cuando el ciudadano se expone a la televisión, mientras que el consumo de prensa suele generar un aumento (Rhee y Cappella, 1997). Y es que la obtención frecuente de información a partir de la prensa suele repercutir en una audiencia con un mayor desarrollo de conocimiento político, frente a lo logrado gracias a otros medios como la televisión (Guo y Moy, 1998). Datos también detectados en el caso mexicano (Muñiz, 2012; Muñiz y Maldonado, 2011). Sin embargo, es en gran medida la atención a contenidos concretos, y no la exposición genérica al medio, el factor determinante de la modificación de las actitudes políticas de las audiencias (Rhee y Cappella, 1997). Los estudios han detectado que la atención a las noticias y contenidos sobre política en los medios es una fuerte variable explicativa del interés y el conocimiento político o directamente la sofisticación política, como se detectó para el caso mexicano en el estudio de Muñiz (2012).

Junto a las prácticas relacionadas con el consumo mediático, también los procesos de comunicación mediante la conversación política pueden llevar a la generación de cambios en las actitudes. Los estudios han detectado que el nivel en el que se hable con otras personas sobre política, tanto a nivel interpersonal como de forma interactiva, hace que aumente el interés, el sentimiento de eficacia política y la participación cívica y, especialmente, política (Rojas, 2006; Shah et al., 2007). En el caso mexicano, Muñiz (2012) detectó que la conversación interpersonal hacía aumentar la sofisticación política de la muestra estudiada, pero no así la conversación interactiva mediante el uso de herramientas de Internet, mientras que Huerta y García (2008) detectaron cómo el tamaño de las redes de comunicación interpersonal ayudan a entender el nivel de sofisticación política, siendo ésta mayor conforme más amplias sean las redes dialógicas mantenidas por el ciudadano.

Teniendo en cuenta todas estas evidencias empíricas previas, se proponen las siguientes hipótesis de investigación:

- HI1: La exposición a medios de comunicación impacta en la sofisticación política, aumentando debido al consumo de medios escritos y disminuyendo a partir de la exposición a la televisión.
- HI2: La atención a contenidos políticos generará un aumento de sofisticación política, a través de anular el impacto de la exposición a medios.
- HI3: La conversación interpersonal contribuirá a aumentar la sofisticación política, mientras que la discusión o expresión online no influirá.

Método seguido

Participantes en el estudio

Se seleccionó una muestra representativa de la población de la Zona Metropolitana de Monterrey, México, con mayoría de edad. Aplicando un nivel de confianza del 96% y un error muestral del 3%, se calculó un tamaño de muestra que finalmente quedó constituida por un total de 1120 participantes. En total, participaron 343 habitantes de Monterrey, 341 de Guadalupe, 134 de San Nicolás de los Garza, 85 de Apodaca, 30 de García, 74 de General Escobedo, 65 de San Pedro Garza García y 88 de Santa Catarina. Un 48.9% de la muestra estaba constituido por hombres ($n = 548$), siendo el 51.1% restante mujeres ($n = 572$), con edades comprendidas entre 18 años

como mínimo y 82 como máximo ($M = 33.53$ años, $DE = 13.95$). En general los participantes señalaron tener un nivel de ingresos de entre 6000 y 30000 pesos mensuales (51.2% en conjunto), con niveles intermedios de estudios. Así, el 49.5% señaló contar con estudios profesionales y el 27.3% con estudios de preparatoria.

Cuestionario

Exposición de medios: Se midió de forma abierta cuántas horas en promedio solían, en un día normal de la semana, ver la televisión, leer periódicos en papel, leer Periódicos por internet, escuchar la radio, leer revistas de información y navegar por Internet. A fin de unificar todas las mediciones, se realizó una transformación de las variables a minutos.

Atención a programas sobre política: Se evaluó el grado de atención a ocho diferentes programas de medios de comunicación relacionados con política, con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). Así, se midió qué tanto leen noticias en periódicos nacionales o locales y en periódicos extranjeros, qué tanto escuchan la radio para informarse de política, ven programas de política en la TV, ven noticias de televisoras nacionales o locales, ven noticias de televisoras extranjeras, navegan por páginas de internet sobre política o ven programas de sátira o humor político. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .83$), lo que permitió generar un indicador de atención a programas de política.

Conversación política interpersonal: Se cuestionó con una escala tipo Likert de 5 puntos acerca del grado de conversación con familiares, amigos y conocidos, compañeros de trabajo, compañeros de estudio, sacerdotes o líderes espirituales, vecinos u otras personas, personas con sus mismas ideas o creencias y personas con ideas distintas a las suyas. Para ello, se utilizó en parte el instrumento de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP, 2008), incrementado con dos ítems utilizados los estudios previos para medir la calidad de la conversación política (Shah et al., 2007). La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .75$).

Discusión o expresión online: Se utilizó una escala de cinco ítems para medir el grado de discusión o expresión online sobre política mantenida por las personas a través de espacios ofrecidos por Internet durante la campaña electoral (Zhou y Pinkleton, 2012). En particular se preguntó si habían escrito sobre asuntos políticos en blogs, habían hecho y subido a internet videos, animaciones, audios, fotos u otro producto audiovisual para expresar sus posturas políticas, habían compartido noticias, videos o posts sobre política por internet, habían participado en discusiones políticas a través de la red o habían intercambiado opiniones sobre política por correo electrónico, redes sociales, sitios web, twitter u otras aplicaciones de internet. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .90$).

Sofisticación política: A fin de generar el indicador para medir el grado de sofisticación política de los participantes, se siguió la propuesta de estudios previos (de Vreese et al., 2011; Muñiz, 2012) que proponen la adición del grado de interés hacia la política y el conocimiento del sistema político, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Sofisticación política} = ((\text{interés político} \times \frac{1}{2}) + \text{conocimiento político})/2$$

En cuanto al interés en la política, se les preguntó a los participantes acerca de su interés general en la política, siguiendo el modelo utilizado en la ENCUP (2008), aunque ampliando los ámbitos. Por ello, se evaluó de forma separada y mediante una escala Likert de 5 puntos que oscilaba entre nada (1) y bastante (5), su interés por la política local o municipal, la política a nivel del Estado, la política Nacional o Federal y, finalmente, la política internacional. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .83$). Respecto del conocimiento político, se revisó si respondían de forma correcta (1) o incorrecta (0) a 12 preguntas sobre la política mexicana y nuevo leonesa actual. Entre las preguntas había tanto algunas relativas al conocimiento del sistema político, como por ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?, así como otras relativas al conocimiento de gobernantes y funcionarios concretos, como por ejemplo ¿a qué partido pertenece el actual gobernador de Nuevo León? o ¿qué partido tiene mayoría en el Senado de la República? La fiabilidad interna de la escala fue baja ($\alpha = .61$), por lo que conviene revisar el instrumento de cara a estudios futuros. El nuevo indicador de sofisticación política de los ciudadanos creado a partir de estas dos variables se midió con una escala que oscilaba entre 1.75 de máxima sofisticación

y 0.25 de mínima sofisticación.

Procedimiento

El trabajo de campo se desarrolló entre el 18 de marzo y el 15 de abril de 2013, mediante una aplicación en vivienda. Se contó para ello con la colaboración de diversos alumnos de licenciatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Previamente a la aplicación de los cuestionarios, los alumnos recibieron capacitación por parte de los investigadores. Una vez terminado el trabajo de campo, otro grupo de alumnos, en este caso de posgrado, participaron en la captura de los cuestionarios y depuración de la base de datos, trabajo que concluyó en el mes de mayo de 2013. Para este trabajo se utilizó el paquete estadístico SPSS 20.0, mismo que se empleó en el análisis de los resultados del estudio.

Análisis de resultados

Variables explicativas de la sofisticación política

A fin de detectar las variables que explicaban el nivel de satisfacción política demostrada por los estudiantes participantes en el estudio, se realizó una regresión lineal múltiple jerárquica (Ver Tabla 1). En el primer paso se utilizaron como variables independientes las relativas a los aspectos socio-demográficos (modelo 1), después se utilizaron las relativas a la exposición a los diferentes medios (modelo 2), los reactivos sobre atención a contenidos políticos en los medios (modelo 3) y la conversación política de los participantes (modelo 4). Todas estas variables cumplieron el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente, atendiendo al valor del test de Durbin-Watson que fue de 1.76, y por tanto superior al 1.5 e inferior al 2.5, límites mínimo y máximo permitidos.

El primer modelo o bloque consiguió explicar el 2.7% de la varianza, ello debido a que sólo la variable relativa al sexo del encuestado fue estadísticamente significativa (Ver datos en Tabla 1). Así, ser hombre ($\beta = -.149$, $p < .001$) explicaba la sofisticación en este paso. Al introducir en el modelo las variables de exposición mediática, se generó un 3.4% de aumento en la varianza explicada ($R^2 = .050$). Ello se debió principalmente al aporte del consumo de periódicos, un hábito que consiguió acrecentar el nivel de sofisticación política de los encuestados ($\beta = .095$, $p < .05$) y a navegar por el Internet que impactó también moderadamente ($\beta = .076$, $p < .05$). Por su parte, tanto consumir televisión ($\beta = -.100$, $p < .01$), como consumir radio ($\beta = -.082$, $p < .05$), impactaron haciendo reducir el nivel de sofisticación política.

Tabla 1. Variables explicativas de la sofisticación política.

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Variables socio-demográficas				
Sexo del encuestado	-.149***	-.134***	-.052	-.045
Edad del encuestado	.040	.085	.075*	.095**
Nivel de ingresos mensual	-.041	-.040	.003	.003
Nivel de estudios	.030	.028	-.021	-.019
Exposición a medios				
Ver la televisión		-.100**	-.040	-.033
Leer periódicos en papel		.095*	.019	.031
Leer Periódicos por internet		.094	.061	.053
Escuchar la radio		-.082*	-.055	-.048
Leer revistas de información		-.029	-.006	-.015
Navegar por Internet		.076*	.049	.041
Atención a contenidos en medios				
Atención a contenidos políticos			.527***	.452***
Conversación sobre política				
Conversación interpersonal				.098**
Discusión o expresión online				.069
ΔR^2	.027	.034	.255	.013
R^2	.027	.050	.307	.319

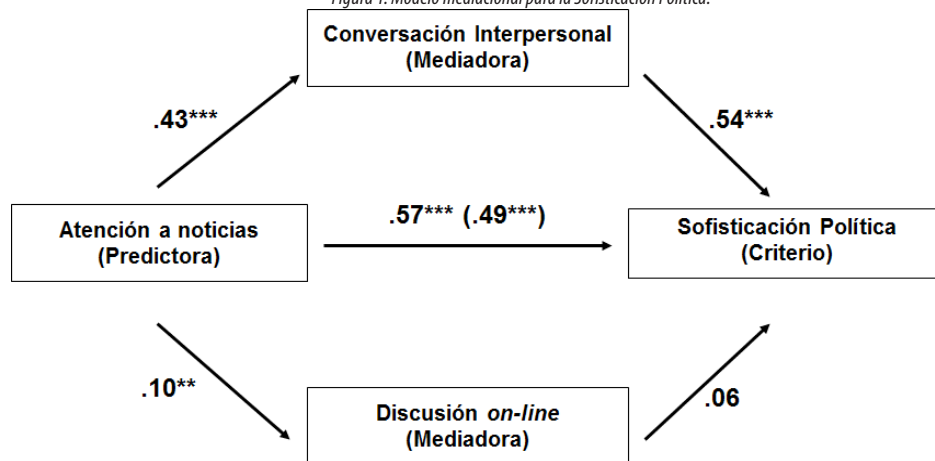
Nota: N = 873. La variable sexo del encuestado se recodificó como dummy, donde 1 significaba ser mujer. Las relaciones fueron significativas a nivel *p < .05; **p < .01; ***p < .001

Sin embargo, este modelo descrito se vio modificado claramente por la incorporación en la ecuación de la variable relativa a atención a contenidos de política en los medios. En primer lugar, esta única variable logró aumentar la varianza explicada en un 25.5% (R² = .307). Además, la atención a programas de política explicó fuertemente la sofisticación política ($\beta = .527, p < .001$), anulando la influencia de las mediciones de exposición genérica a medios y de sexo que hasta entonces sí explicaban la variable criterio. Sin embargo, es interesante mencionar cómo su incorporación hizo emerger como variable explicativa la edad ($\beta = .075, p < .05$), lo que marca una posible diferencia entre cohortes de edad que deberá ser estudiado.

Finalmente, en el modelo 4 se introdujeron las variables sobre conversación política que en su conjunto consiguieron explicar el 1.3% del modelo total. Aunque sólo la conversación interpersonal logró afectar la variable dependiente ($\beta = .098, p < .01$), su incorporación generó una disminución en la explicación de la variable sobre atención. A partir de los datos de este último paso en la regresión, se puede concluir que aquellos ciudadanos de mayor edad ($\beta = .095, p < .01$), que conversan con otras personas sobre política de forma interpersonal ($\beta = .098, p < .01$) y, especialmente, que atienden a programas sobre política ($\beta = .452, p < .001$) son quienes mayores niveles de sofisticación política desarrollan (Ver Tabla 1).

El análisis realizado mostró la existencia de un posible efecto moderador de las variables de diálogo político en la relación entre atención a noticias y sofisticación política. Con el objeto de contrastar este posible efecto moderador, se realizó un análisis mediacional entre las variables antes descritas. Para ello, se siguieron las recomendaciones hechas por Preacher y Hayes (2008), usando el procedimiento de bootstrapping con 1000 repeticiones para estimar los intervalos de confianza del 95% y verificar el efecto mediador de los estereotipos medidos (Ver Figura 1). Se observa, en primer lugar, la existencia de un efecto directo de la atención a noticias sobre la sofisticación política ($.57, p < .001$), siendo también el efecto indirecto estadísticamente significativo aunque en un nivel explicativo menor ($.49, p < .001$). Ello indica que se produce un efecto mediacional parcial, moderando las variables sobre conversación política el efecto de la atención en la sofisticación (R² = .31, Intervalo de confianza 95% entre .0349 y .1123).

Figura 1. Modelo mediacional para la Sofisticación Política.



Nota: Las relaciones fueron significativas a nivel **p < .01; ***p < .001

Discusión y conclusiones

El estudio realizado aporta datos interesantes acerca del papel que la comunicación, bien sea a través del consumo mediático o

bien de la conversación, juega en la generación de una ciudadanía sofisticada y preparada. En general, los datos obtenidos permiten comprobar todas las hipótesis planteadas. En cuanto a la primera hipótesis, que sostenía que La exposición a medios de comunicación impacta en la sofisticación política, aumentando debido al consumo de medios escritos y disminuyendo a partir de la exposición a la televisión, los resultados confirman totalmente la hipótesis. Al evaluar el papel jugado por la exposición genérica a los diferentes medios de comunicación sobre el nivel de sofisticación política mantenida por la ciudadanía, se comprueba el impacto positivo generado por el consumo de prensa y negativo generado por la televisión, en consistencia con estudios previos antes citados (Rhee y Cappella, 1997; Rojas, 2006; Guo y Moy, 1998; Muñiz, 2012; Rhee y Cappella, 1997). Al mismo tiempo, llama la atención observar cómo un medio tradicionalmente visto como dedicado en mayor medida al entretenimiento, como es el Internet, sin embargo impactó de forma positiva en el aumento de ciudadanos sofisticados.

Estos resultados ponen de manifiesto las apreciaciones ya hechas hace tiempo por autoras como Holtz-Bacha (1990) o Norris (2000), en la línea de entender que no es tan importante el impacto del consumo genérico de los medios, sino de sus contenidos concretos. El consumo de programas o espacios en diferentes medios de comunicación enfocados en política se ha detectado normalmente como un fuerte predictor de la preparación política del ciudadano. En este sentido, ha sido plenamente contrastada la hipótesis segunda, que planteaba que La atención a contenidos políticos generará un aumento de sofisticación política, a través de anular el impacto de la exposición a medios. Con un impacto de cerca del 26% de la varianza de la sofisticación política explicada, la atención se sitúa nuevamente como la principal variable predictora del modelo, consiguiendo anular el posible efecto de la exposición a los diferentes medios de comunicación. Un resultado similar a los encontrados en diversos estudios previos (Holtz-Bacha, 1990; Muñiz, 2012; Rhee y Cappella, 1997; Rojas, 2006).

En cuanto a la tercera hipótesis, que planteada que la conversación interpersonal contribuirá a aumentar la sofisticación política, mientras que la discusión o expresión online no influirá, los resultados confirmaron igualmente la afirmación sostenida. Si bien su impacto en el nivel de sofisticación fue bajo, pues explicó menos del 2% de la varianza de la variable dependiente, es importante destacar el papel predictor jugado por la conversación, en la línea de lo detectado en los estudios previos (Huerta y García, 2008; Muñiz, 2012; Rojas, 2006; Shah et al., 2007). Sin embargo, no fue un rol compartido por ambos tipos de conversación, pues la discusión o expresión online no consiguió impactar en el nivel de sofisticación política ciudadana. Esto abre el debate acerca del peso que las variables de comunicación de tipo interactivo o a través de las tecnologías de información y comunicación (TICs) realmente tienen en el terreno político. Lo cual, obviamente, puede cambiar en función del uso de públicos segmentados, donde las diferentes edades de los participantes pueden ser cruciales.

Referencias

- Corduneanu, I. y Muñiz, C. (2011). ¿Autoritarismo superado? Medios y actitudes políticas en el contexto mexicano. En C. Muñiz (Coord.), *Comunicación, Política y Ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política* (pp. 283-307). Ciudad de México: Fontamara.
- Crespo, J. A. (2007). La cultura política de la consolidación democrática. En A. Mayer (Ed.), *México en tres momentos: 1810-1910-2010* (pp. 319-342). Ciudad de México: UNAM.
- Dalton, R. J. (2006). *Citizen politics: public opinion and political parties in advanced industrial democracies* (4ª ed.). Washington, DC: CQ Press.
- de Vreese, C. H., Boomgaarden, H. G. y Semetko, H. A. (2011). (In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union. *Communication Research*, 38(2), 179-205. doi: 10.1177/0093650210384934
- ENCUP (2008). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. Ciudad de México: Secretaría de Gobernación.
- Guo, Z. y Moy, P. (1998). Medium or Message? Predicting Dimensions of Political Sophistication. *International Journal of Public Opinion Research*, 10(1), 25-50. doi: 10.1093/ijpor/10.1.25

- Holtz-Bacha, C. (1990). Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany. *European Journal of Communication*, 5(1), 73-85. doi: 10.1177/0267323190005001005
- Huerta, J. E. y García, E. (2008). La formación de los ciudadanos: el papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política. *Comunicación y Sociedad*, (10), 163-189.
- Jackson, D. (2011). Strategic Media, Cynical Public? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom. *International Journal of Press/Politics*, 16(1), 75-101. doi: 10.1177/1940161210381647
- Lago, I. y Martínez, F. (2004). Una metodología alternativa para estimar los efectos de las campañas electorales. *Revista Española de Ciencia Política*, 11, 103-120
- Lupia, A. y McCubbins, M. D. (1998). *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What They Need to Know?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Luskin, R. C. (1987). Measuring Political Sophistication. *American Journal of Political Science*, 31(4), 856-899.
- Luskin, R. C. (1990). Explaining Political Sophistication. *Political Behavior*, 12(4), 331-361. doi: 10.1007/BF00992793
- Muñiz, C. (2012). Creando ciudadanos comprometidos. Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 12, 55-74.
- Muñiz, C. y Maldonado, L. (2011). Entre la movilización y el malestar mediático. Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes. *Perspectivas de la Comunicación*, 4(2), 32-54.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-industrial Democracies*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, Wiley Blackwell, 49(3), 577-592. doi: 10.1111/j.1540-5907.2005.00143.x
- Rhee, J. W. y Cappella, J. N. (1997). The Role of Political Sophistication in Learning From News. *Measuring Schema Development. Communication Research*, 24(3), 197-233. doi: 10.1177/009365097024003001
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Leem, N., Scholl, Rosanne M. y 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
- Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Zhou, Y. y Pinkleton, B. E. (2012). Modeling the Effects of Political Information Source Use and Online Expression on Young Adults' Political Efficacy. *Mass Communication and Society*, 15(6), 813-830. doi:10.1080/15205436.2011.622064.