

La comunicación política interactiva frente a los medios tradicionales como promotores de la participación política no convencional de los jóvenes en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León

(Interactive policy communication towards traditional media as promoters of unconventional political participation of young people in the metropolitan area of Monterrey, Nuevo León)

Juan de Dios Martínez Villarreal
Lauro Maldonado Maldonado
Alberto Almaguer Rocha
David Fernando Lozano Treviño
José Alejandro Treviño Terán

Abstract. This article aims to study the unconventional political participation of young people in the metropolitan area of Monterrey and the effects that produce at it the interactive political communication as a new paradigm and attention to news and political programs in the media traditional communication that for research would be the press and television. This study is quantitative court, therefore, an opinion poll where fieldwork was conducted with funding from the PRODEP (Programa para el Desarrollo Profesional Docente, para el tipo superior). The goal of the study were to determine the degree of unconventional political participation, interactive political communication and attention to news and policy programs also sought to determine the explanatory level they have on political participation unconventional elements such as interactive political communication and attention to the news and programs politics. Regarding the most relevant results it was determined that the interactive political communication is the variable that has greater explanatory level against unconventional political participation.

Key words: attention to news and political programs, interactive political communication, unconventional political participation.

JEL: D72 & L82.

Resumen. El presente artículo tiene como finalidad el estudio de la participación política no convencional de los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey y los efectos que produce en ella la comunicación política interactiva como un nuevo paradigma y la atención a noticias y programas de política en los medios tradicionales de comunicación que para la investigación serían la prensa escrita y la televisión. El presente estudio es de corte cuantitativo, por lo cual se aplicó una encuesta de opinión donde el trabajo de campo se realizó con el financiamiento del Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el tipo superior (PRODEP). Los objetivos del estudio fueron determinar el grado de participación política no convencional, de comunicación política interactiva y atención a noticias y programas de política, además se buscó determinar el nivel explicativo que tienen sobre la participación política no convencional elementos como la comunicación política interactiva y la atención a noticias y programas de política. En relación a los resultados más relevantes se determinó que la comunicación política interactiva es la variable que tiene un mayor nivel explicativo frente a la participación política no convencional.

Palabras clave: atención a noticias y programas de política, comunicación política interactiva, Participación política no convencional.

Introducción

El trabajo se ubica dentro del espacio de la comunicación política que, de acuerdo a Reyes (2007), es la manera en que los ciudadanos tienen la oportunidad de conocer a sus gobernantes y los actos que éstos realizan; por lo que se puede indicar que comunicar es un acto de naturaleza política y “ 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” (p.114).

Por su parte, Rojas (2007) menciona que la comunicación política tiene como objetivo mantener informados a los ciudadanos de las decisiones que toma la autoridad.

En el artículo se expone, en primer término, el marco teórico definiendo el concepto de participación política no convencional y de factores como la comunicación política interactiva, en lo particular el uso del Internet y los medios de comunicación tradicionales, como sería la atención a noticias y programas de política en relación a los efectos que estos producen en la participación política no convencional; en la segunda fase de la investigación se indica la metodología seguida para la aplicación del instrumento cuantitativo (encuesta de opinión) y, como tercera fase, se presenta el análisis de resultados en relación a las variables del estudio para, finalmente, dar las conclusiones en relación a los niveles de

participación política no convencional, comunicación política interactiva y atención a noticias por parte de los jóvenes, además del nivel explicativo que tienen las variables independientes sobre la participación política no convencional.

Planteamiento del problema

La presente investigación se realizó en el Área Metropolitana de Monterrey, Nuevo León, su objeto de estudio es la participación política no convencional de los jóvenes, representada por aquellas acciones que tienen como finalidad no solo incidir en la toma de decisiones por parte de la autoridad, sino también en la búsqueda del cambio social y político.

Objetivo

Determinar el nivel explicativo que tienen factores como la comunicación política interactiva como modelo horizontal de comunicación y la atención a noticias y programas de política que representa la forma tradicional de comunicación.

Preguntas e hipótesis de investigación

Con base en la literatura revisada se plantean las siguientes preguntas e hipótesis de investigación:

- PI1: ¿Cuál es el nivel de participación política no convencional de los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey?
- PI2: ¿Cuál es el nivel de comunicación política interactiva de los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey?
- PI3: ¿Cuál es el nivel de atención a noticias y programas de política que tienen los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey?
- PI4: ¿Qué variable tiene un mayor nivel explicativo sobre la participación política no convencional?
- HI1. A niveles más altos de comunicación política interactiva, mayor nivel de participación política no convencional.

Participación política

De acuerdo a Torcal, Montero y Teorrell (2006), la participación política es la manera en que los ciudadanos expresan sus demandas a la autoridad y de esta forma incide en el ejercicio más responsable de quienes toman las decisiones, es decir, el gobierno. A su vez, Murga (2009) indica que la participación política le permite al ciudadano elegir a sus representantes y vigilar o contener los actos de sus autoridades, es decir, la participación política es el conducto no solo para elegir a los órganos de gobierno, sino que también es una forma de controlar, detener e incidir en quienes ejercen el poder.

De acuerdo a Sabucedo (1988), la participación política se puede definir “como cualquier tipo de acción realizada por un individuo o grupo con la finalidad de incidir en una u otra medida en los asuntos públicos” (p. 167). Por otra parte, se puede indicar que la participación política es un acto que se construye de forma individual, pero que el ciudadano la lleva a cabo como parte de una colectividad y con la intención de repercutir en la misma, es decir, es un acto que se genera de manera individual, pero que se expresa de manera colectiva.

Dicho lo anterior, la participación política se puede conceptualizar como la acción mediante la cual los ciudadanos eligen a sus representantes y buscan trascender en las decisiones y las políticas tomadas por la autoridad dentro de un sistema político. A su vez, Castro (2009) indica que la participación política “es un producto cognitivo de la cooperación, involucramiento, manifestación y movilización de los individuos en un proceso histórico, el cual se perfecciona en la medida en que los individuos interactúan con otros sujetos y procesos sociales” (p. 228).

Dentro de las diferentes formas de participación política, el voto es la más utilizada por los ciudadanos (Grossi, Herrero, Rodríguez & Fernández 2000; Sabucedo & Arce 1991; Somuano 2005), pero es importante destacar que esta es solo una forma más de participación política; autores como Ekman y Amnà (2012), por ejemplo, la han conceptualizado como la voluntad potencial de la persona en participar políticamente y, al manifestarse, se lleva a cabo la acción política por parte del actor.

A su vez, Durand (2004) divide a la participación política en dos tipos: la subjetiva, que la define como el lugar que le da un individuo a los asuntos políticos, y la participación práctica, definida como el ejercicio orientado a la obtención de resultados en materia política.

Por otra parte, autores como Brussino, Rabbia y Sorribas (2009) dividen la participación política en convencional y no convencional, dejando fuera de la primera la participación electoral, por lo que ellos consideran a ésta como una acción independiente a las formas de participación convencional. Se puede indicar que la participación política convencional estaría conformada por actividades como tratar de influir en decisiones electorales de otros ciudadanos, participar en una campaña política o pertenecer a un partido político, las cuales tienden a legitimar al sistema político; por otra parte, las acciones no convencionales estarían integradas por la participación en una marcha, protesta o boicot, entre otras; tales acciones buscarían, mediante las movilizaciones ciudadanas, generar cambios en el sistema político.

La presente investigación se enfoca en la participación política no convencional representada por aquellas acciones voluntarias que tienen como objetivo actuar directa o indirectamente en las diferentes esferas de la vida social y cultural de una sociedad, la manera en que se expresa es mediante la participación en una marcha, boicot o en acciones de desobediencia civil (Sandoval & Hatibovic, 2010); este tipo de acción colectiva de protesta puede representar, en un determinado momento, un movimiento social que, de acuerdo a Tejada (2010), confronta la relación entre el individuo y el sistema político, las instituciones preestablecidas y la colectividad, de esta manera se incorpora al modelo de la acción social cuyo objetivo sería la búsqueda de un cambio social y político.

Es importante destacar que la participación política no convencional como acción colectiva no descarta que el individuo que la realiza pueda efectuar actos que estén dentro de la participación tradicional o convencional, aunque en algunas ocasiones, como lo indica Sabucedo (1988), disloca los diversos mecanismos institucionales de participación política y, en un momento dado, se pudiese confrontar con la ley establecida.

Es en este sentido, este tipo de participación se lleva a cabo cuando la sociedad considera que sus demandas o aspiraciones no son tomadas en cuenta a través de los medios convencionales como serían votar en una elección, apoyar a un candidato o pertenecer a un partido político; es decir, estas demandas no son satisfechas por el sistema político, por lo que mediante estas acciones buscan un cambio no solo político sino también social.

Por otra parte, es relevante comentar que los avances en la tecnología de la comunicación que representan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), han generado un nuevo modelo interactivo que le permiten

a los ciudadanos reducir espacios y tiempos que les permiten incrementar su posicionamiento político dentro del tejido social, ya sea a favor o en contra del sistema, con la intención de generar cambios que les permitan el reconocimiento de sus demandas; como lo indica en su momento Sabucedo (1998), las antiguas formas de participación han sido rebasadas por la nueva dinámica social.

Comunicación política

La comunicación, como ciencia, es la encargada de estudiar los procesos en los cuales intervienen dos o más elementos donde uno de ellos sirve de medio o canal para que el mensaje, objeto de la comunicación, sea transmitido desde la fuente original hasta su destino final, es importante destacar que este tipo de proceso es dinámico. En relación a lo anterior, se puede indicar que este proceso dinámico que representa la comunicación puede generar algún efecto tanto a nivel individual como social, en este sentido, todo acto comunicativo tiene la intención de persuadir al destinatario (Berlo, 2000).

La comunicación política se puede conceptualizar como el proceso mediante el cual se produce una relación entre emisores y receptores de la información cuya finalidad sería informar y, a su vez, influir en el individuo tanto en lo particular como en lo colectivo. Mazzoleni (2010) conceptualiza a la comunicación política “como el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público – político que produce el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano – elector” (p.36).

García Luengo y Maurer (2009) indican que la finalidad de la comunicación política es estudiar los efectos de la comunicación sobre la política, en este sentido, la comunicación influye en los ciudadanos para mantener su compromiso político como miembros del Estado. Dentro de los medios de comunicación se puede mencionar que Internet es un nuevo paradigma que permite la relación directa entre emisores-receptores, es decir, este nuevo modelo permite la interacción directa e intercambio de mensajes entre los actores políticos.

Campos (2008) y Pérez, Peña, Genaut, Iturregui y Mendiguren (2015) indican que el nuevo paradigma que representan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) están generando un nuevo espacio mediático que se refleja en la realidad social. Es en este sentido que el uso de las TIC no solo genera una nueva cultura digital, sino que también tienen un impacto relevante en los procesos políticos; dicho lo anterior, se puede indicar que el

uso de la red como actividad interactiva puede tener un resultado positivo en la posibilidad de participación política del ciudadano.

Internet es un medio de comunicación interactivo que ayuda a ampliar la oportunidad de comunicación entre sus usuarios y, por ende, la comunicación política tradicional donde existe un intermediario entre el emisor y el receptor se convierte en una forma de comunicación horizontal, dejando fuera del proceso a medios tradicionales como la prensa escrita, la radio y la televisión.

Meneses y Bañuelos (2009) comentan que “en la red, el proceso comunicativo de la era análoga: emisor-medio-receptor se trastoca, dando lugar a una relación directa entre quien dice y quien lo recibe, prescindiendo así de un medio de comunicación profesional” (p. 10), en otras palabras, se estaría creando un modelo de comunicación horizontal, sin intermediarios, en el que el receptor del mensaje, en un determinado momento, se puede convertir en emisor. Por su parte, Crespo y Moreno (2015) indican que la comunicación digital es la nueva forma de comunicación interactiva y participativa.

Moya y Herrera (2015) indican que el nuevo paradigma de la comunicación política generado por Internet como medio interactivo ha provocado cambios en la sociedad, ya que los ciudadanos que forjaban sus juicios mediante los medios tradicionales de comunicación, ahora se les brinda otra opción al tener acceso a una pluralidad de fuentes alternativas representadas por las redes; en este sentido, los medios tradicionales van perdiendo su predominio sobre la vigilancia del ejercicio de las acciones de gobierno al tener que compartir este control con las redes sociales, a su vez, desde la perspectiva de estos autores, la prensa escrita ve amenazado su futuro por la nueva competitividad que representa Internet, además se puede indicar que este nuevo modelo maximiza la libertad de expresión del ciudadano y reduce su distancia en relación a los dirigentes políticos, finalmente indican que las redes sociales pueden generar el espacio para que los desencantados con la política expresen su pensamiento.

Delli Carpini (2000) manifiesta que el nuevo modelo representado por Internet incrementa la velocidad mediante la cual la información puede ser guardada y transmitida, a su vez, facilita el acceso a la misma, generando la oportunidad de interactividad entre los ciudadanos usuarios de la red, y de esta manera elimina las distancia que representa el espacio geográfico, lo cual incrementa y motiva al ciudadano para involucrarse en la vida pública.

A su vez, indica que para analizar la utilidad de Internet en la promoción de la participación ciudadana es necesario distinguir los diferentes actores, ya sean

estos reales o potenciales. En primer lugar para las élites políticas como serían candidatos, grupos de interés o medios de comunicación, Internet les permite la creación de nuevas redes con la oportunidad de acceder a nuevas audiencias.

Por otra parte, a los ciudadanos comprometidos les permite reducir los costos de sus compromisos, incrementando las diferentes tipos de actividad que ellos pueden realizar. Manifiesta que este modelo podría ser efectivo para que los ciudadanos interesados pero inactivos puedan participar. En relación, a los ciudadanos que no sienten compromiso o motivación clara para participar en política indica que la red sería una forma de incrementar el interés en los adultos jóvenes que son los principales usuarios de este medio, y de esa manera convertir ese interés en acción, es decir, en participación en la política.

Diseño del instrumento

Se aplicó una encuesta de opinión en el Área Metropolitana de Monterrey, Nuevo León en el que se llevó a cabo un muestreo probabilístico proporcional al tamaño de cada municipio; para después seleccionar hogares en diferentes colonias de manera aleatoria sistemática de acuerdo con un intervalo definido por el número de viviendas por calle. El tamaño de la muestra fue de 1,715 jóvenes con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error muestral del 2 %. Se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq} \quad (1)$$

Donde

n es el tamaño de la muestra

Z es el nivel de confianza

p es la variabilidad positiva

q es la variabilidad negativa

N es el tamaño de la población

E es la precisión o el error

Método

La presente investigación cuyo enfoque es cuantitativo tuvo como contexto como ya se indicó el área metropolitana de Monterrey Nuevo León y como población de estudio una muestra representativa de jóvenes ciudadanos entre 18 y 29

años que habitan en los municipios de Monterrey, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Apodaca, García, Escobedo, San Pedro Garza García, Santa Catarina y Juárez. En relación al perfil de la muestra se puede indicar que el 52.3 % son mujeres y el 47.7 % son hombres; por otra parte, el 60.8 % de los jóvenes indican tener un ingreso mayor al promedio de la población nacional que es de \$5,412 (tercer trimestre de 2015) de acuerdo a datos de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social; en lo que corresponde, al nivel educativo el 58.9 % de los entrevistados manifiesta ser profesionista, el 85.3 % votó en las elecciones para gobernador, en relación a su edad, el 56.2 % son jóvenes de 18 a 21 años y el 43.8 % de 22 a 29 años.

Questionario

En la creación del cuestionario se tomaron en consideración escalas de investigaciones previas; es importante indicar que en algunas escalas se realizaron variaciones para adecuarlas a las necesidades del estudio.

Variables independientes

En la creación de la variable “comunicación política interactiva” se preguntó a los encuestados con qué frecuencia utilizaban Internet con fines políticos; para lo cual se tomó la propuesta de Shah *et al.* (2007) con una escala Likert de 5 puntos donde (1) es nada y (5) es bastante. En la construcción de la variable “se realizó un análisis factorial” que dio como resultado un *KMO* de .813, lo que es significativo, la medida de adecuación muestral (*MSA*) marcó por arriba de 0.6, las comunalidades estuvieron por encima de 0.5 y la varianza acumulada en un solo factor fue de 73.58 %; en el análisis de fiabilidad se alcanzó un Alfa de Cronbach (α) de .901; lo anterior le da validez y fiabilidad a los ítems.

Para la construcción de la variable “atención a noticias y programas de política”, se preguntó a los jóvenes qué tanto utilizaban medios como prensa escrita o televisión para informarse sobre asuntos políticos, para este resultado se tomó la propuesta de Muñiz (2012), con una escala Likert de 5 puntos donde (1) es nada y (5) es bastante. En la construcción de la variable “se realizó un análisis factorial” dio como resultado un *KMO* de .717, que es importante, la medida de adecuación muestral (*MSA*) marcó por arriba de 0.6, las comunalidades estuvieron por encima de 0.5 y la varianza acumulada en un solo factor fue de 82.57 %;

en el análisis de fiabilidad se alcanzó un Alfa de Cronbach (α) de .880; lo anterior le da validez y fiabilidad a los ítems que conformaron la variable.

Variables dependientes

En la creación del constructo “participación política no convencional” se consideró como referencia la ENCUP 2012 operando una escala de Likert de 5 puntos donde (1) es nada y (5) es bastante, se le preguntó a los jóvenes sobre su participación en actividades como plantones, colocación de mantas, bloqueo de calles con marchas, boicot de actos públicos, elaboración de solicitudes o firma de documentos en señal de protesta o solicitando algo; para lo cual se realizó un análisis factorial dando como resultado un *KMO* de .852 lo cual fue significativo, la medida de adecuación muestral (*MSA*) marcó por encima de 0.6, las comunialidades estuvieron por encima de 0.5; la varianza acumulada en un solo factor fue de 61.49 %; en el análisis de fiabilidad se obtuvo un Alfa de Cronbach (α) de .842; lo anterior le dio fiabilidad y validez a los ítems que forman la variable.

Tabla 1. *Análisis factorial y de fiabilidad*

Variables o constructos	KMO	Alfa de Cronbach α	Varianza acumulada
Comunicación política interactiva	.813	.901	73.58 %
Atención a noticias y programas de política	.717	.880	82.57 %
Participación política no convencional	.852	.842	61.49 %

Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultados

En lo que corresponde a la comunicación política interactiva ($M=1.91$, $DE=.857$) en general (variable) es baja, por debajo de la media promedio; las actividades que realizan con mayor frecuencia los encuestados son compartir noticias, videos o post sobre política en internet ($M=2.32$, $DE=1.19$) donde el 17 % de los participantes indican que realiza esta actividad con frecuencia (mucho – bastante) e intercambian opiniones sobre política por correo electrónico, redes sociales,

sitios web u otras aplicaciones de internet ($M=2.27$, $DE=1.28$); 17.7 % de los participantes manifiesta realizar esta actividad con frecuencia (mucho – bastante). A su vez, los resultados de las demás actividades realizadas por los jóvenes como participar en discusiones políticas a través de la red ($M=1.77$, $DE=1.09$), subir a Internet videos, animaciones, audios o fotos para expresar su postura política ($M=1.68$, $DE=1.02$) y escribir sobre asuntos políticos en blogs ($M=1.52$, $DE=.905$) son las acciones que realizan con menos frecuencia.

Por otra parte, la atención a noticias y programas de política ($M=2.44$, $DE=.764$) como constructo es baja, por debajo de la media aritmética; la actividad que realizan los jóvenes con mayor frecuencia es ver noticias en televisión ($M=2.80$, $DE=1.15$) donde el 27.4 % de los participantes indican que realiza esta actividad con frecuencia (mucho – bastante); por otra parte, los resultados de las demás actividades como leer noticias en periódicos ($M=2.28$, $DE=1.09$) y ver programas de sátira o humor político ($M=1.90$, $DE=1.14$) son todavía más bajos, en este sentido, sólo el 14.3 % (mucho – bastante) de los encuestados indican realizar la primera actividad y un 10.6% (mucho – bastante) la segunda.

A su vez, a la “participación política no convencional”, en lo general, la variable es muy baja ($M=1.54$, $DE=.709$), la mayor participación se presenta al firmar documentos en señal de protesta o solicitando algo ($M=1.83$, $DE=1.10$), en este sentido, solamente el 9.5 % de los jóvenes indicaron realizar esta actividad regularmente (mucho – bastante); a su vez, la actividad que se realiza con menor frecuencia es la participación en marchas o boicot de actos públicos al no estar de acuerdo con alguna decisión del gobierno ($M=1.83$, $DE=1.10$), los jóvenes manifiestan que sólo el 4.6 % de ellos realizan esta actividad. Los resultados descriptivos de las variables se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 2. Resultados descriptivos de las variables de estudio

Variables o constructos	Media	Desviación estándar
Comunicación política interactiva	1.91	.857
Atención a noticias y programas de política	2.44	.764
Participación política no convencional	1.54	.709

Fuente: Elaboración propia

Al término de los análisis descriptivos se analizó la relación o covarianza existente entre las variables independientes de “comunicación política interactiva” y la “atención a noticias y programas de política” con la variable dependiente “participación política no convencional”, para esto se utilizó la prueba r de Pearson. En la Tabla 3 se muestra la relación entre la comunicación política interactiva con la variable dependiente “participación política no convencional”, la relación con la participación política no convencional es significativa ($r = .402, p < .01$); en este sentido, los niveles más altos de comunicación política interactiva se relacionan con una mayor participación política no convencional.

Tabla 3. *Correlaciones entre participación política no convencional y comunicación política interactiva*

Variables	1	2
Participación política no convencional	-	.402**
Comunicación política interactiva		-

Nota: $N = 1715$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 4 se muestra la relación entre la atención a noticias y programas de política con la variable dependiente “participación política no convencional”, es significativa ($r = .221, p < .01$), es decir, un aumento en la “atención a noticias y programas de política” se relaciona positivamente con la participación política no convencional.

Tabla 4. *Correlaciones entre participación política convencional, participación política no convencional y uso de redes sociales para informarse de política*

Variables	1	2
Participación política no convencional	-	.221**
Atención a noticias y programas de política		-

Nota: $N = 1715$ casos. Los resultados fueron estadísticamente significativos a un nivel de confianza de * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en la última etapa de análisis mediante regresión lineal, se buscó determinar el nivel explicativo de las variables “comunicación política interactiva” y “atención a noticias y programas de política” sobre la variable “participación política no convencional” que mostraron asociación de acuerdo a la prueba r de Pearson.

En el modelo se toma como variable dependiente a la “participación política no convencional” y como variables independientes “comunicación política interactiva” y “atención a noticias y programas de política”; explica el 16.3 % de la varianza ($R^2 = .163$), las variables independientes cumplen con el supuesto de independencia respecto a la dependiente, ya que el valor del test Durbin – Watson es de $D = 1.73$, en este sentido, se encuentra dentro de los parámetros permitidos.

El nivel explicativo de la comunicación política interactiva (con un valor de $\beta = 0,380$; $p < .001$), es relevante, es decir, a mayores niveles de comunicación política interactiva, mayor participación política convencional; a su vez, el nivel explicativo de la “atención a noticias y programas de política” (con un valor de $\beta = 0,051$; $p < .05$) es importante, en este sentido, a mayor atención a noticias y programas de política, mayores niveles de participación política convencional.

Tabla 5. Nivel explicativo de la comunicación política interactiva y el uso de las redes sociales para informarse de política sobre las variables dependientes.

Variable	Modelo
	β Participación política no convencional
Comunicación política interactiva	.380***
Atención a noticias y programas de política	.051*
R^2	.163

Fuente: Elaboración propia

Discusión y conclusiones

Los resultados del estudio permitieron darle respuesta a las preguntas de investigación y confrontar la hipótesis planteada, en este sentido, los datos aportados exponen los niveles de participación política no convencional, de comunicación política interactiva y de atención a noticias por parte de los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey, Nuevo León; por otra parte, aportan información que

revela qué variable independiente tiene un mayor nivel explicativo sobre la participación política no convencional, además nos permiten comprobar la hipótesis de investigación. Para dar respuesta a las primeras tres preguntas de investigación se presentan, en primera instancia, la interpretación descriptiva de las variables participación política no convencional, comunicación política interactiva y atención a noticias y programas de política.

De la respuesta a la primera pregunta de investigación se puede indicar que la participación política no convencional que reportan los jóvenes es muy baja; en este sentido, los resultados de esta investigación refrendan los presentados por la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ENCUP (2012) donde se reporta que ocho de cada diez ciudadanos está de acuerdo o muy de acuerdo en que el ejercicio del voto es el único mecanismo con el que se cuentan para decir si el gobierno hace bien o mal las cosas, a su vez, como lo mencionan Grossi, Herrero, Rodríguez & Fernández 2000; Sabucedo & Arce 1991; Somuano 2005 el voto es la forma de participación política más utilizada por los ciudadanos, estos resultados nos permiten indicar que los jóvenes ven en la participación electoral prácticamente la única manera de incidir en la toma de decisiones de sus representantes (el 85.3 % de los jóvenes votó en las elecciones para gobernador), es decir, descartando de manera clara la participación no convencional, es decir, la participación firmando documentos, en marchas, protestas o boicots.

En lo que corresponde a la comunicación política interactiva, se puede indicar que los resultados del estudio muestran un nivel bajo en el uso de Internet por parte de los jóvenes, aunque es importante destacar que en México se tiene un alto consumo de Internet, tal como lo indica la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2015 (ENDUTIH) donde se menciona que el 76.5 % de los jóvenes de 18 a 34 años utilizan Internet; a su vez, en Nuevo León, el 70.4 % de la población es usuaria de Internet (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI); estos resultados revelan que aunque en México, y en Nuevo León en lo particular, Internet es un medio utilizado de manera frecuente, los jóvenes del Área Metropolitana de Monterrey prácticamente no lo utilizan como medio para desarrollar su potencial político.

Por otra parte, es importante destacar que aquellos jóvenes que lo utilizan como un medio de interactuar en política, tienen la oportunidad, como lo señalan Lobera y Rubio (2015), de construir sus propias perspectivas, mediante

el intercambio de opiniones e influencias, de tal manera que este nuevo modelo de comunicación puede influir significativamente en sus actitudes políticas fuera de la red.

En respuesta a la tercera pregunta de investigación los resultados del estudio muestran que los niveles de atención a noticias y programas de política son bajos, esto indica que los jóvenes no utilizan los medios tradicionales de comunicación, como la prensa o la televisión, para mantenerse informados en materia política, por otra parte, retomando los resultados anteriores en relación a los niveles de comunicación política interactiva y los presentados en la atención a noticias y programas de política en medios convencionales, se puede indicar que la mayoría de los jóvenes no obtienen la información necesaria para fomentar un conocimiento e interés en política que los motive a participar de una manera más activa; de acuerdo a Buendía y Somuano (2003), esta información es necesaria para el entendimiento de la opinión pública y los comportamientos políticos que promueven la participación política.

En lo que respecta a la pregunta que expone qué variable tiene un mayor nivel explicativo sobre la participación política no convencional, los resultados muestran que es la comunicación política interactiva; desde esta perspectiva se puede decir que este nuevo modelo de comunicación está incrementando la conciencia política de los jóvenes, al permitir que consideren a la participación política no convencional como una acción encaminada a incidir en la autoridad en busca de los cambios políticos que ellos consideran necesarios. Estos resultados se relacionan con lo indicado por Delli Carpini (2000), donde se propone que las nuevas tecnologías como el Internet incrementar la calidad y el compromiso ciudadano de los adultos jóvenes, es decir, facilita las oportunidades de participar en política; a su vez, menciona que este nuevo modelo de comunicación podría incrementar la motivación para que participen los jóvenes desvinculados o no interesados en política.

En conclusión, se puede indicar que el nuevo modelo de comunicación política, representativo para el estudio el uso del Internet, ha generado un sinnúmero de nuevas oportunidades de comunicación, particularmente en los jóvenes, ya que este sector de la población es el que más utiliza este medio para interactuar, es decir, la comunicación política interactiva ha creado un nuevo modelo de comunicación que permite incrementar el interés en la política y, de esta manera, abrir nuevas perspectivas de participación como, por ejemplo, la participación política no convencional, como lo indica Lobera *et al* a partir de éste nuevo

modelo de comunicación “se abren numerosas posibilidades en la manera que los jóvenes pueden participar en los asuntos públicos: pueden informarse, comunicarse, deliberar, tomar decisiones y actuar coordinadamente sin encontrarse todos en un mismo lugar y al mismo tiempo” (p. 151).

Por otra parte, es importante comentar que el uso de Internet por los jóvenes con fines políticos pueden fomentar una ciudadanía mejor informada, generar un mayor interés en los asuntos políticos y, a su vez, motivar a los jóvenes no solo a participar en una elección, sino también en otro tipo de activismo político que estaría representado por los diferentes tipos de participación (convencional y no convencional), que les permitiría incidir en la toma de decisiones por parte de la autoridad y buscar cambios dentro del sistema político. Como lo indica Pérez *et al.* (2013), la participación política en la red podría tener un efecto relevante en la esfera pública, es decir, podría promover la interactividad e inmiscuir a la ciudadanía en el proceso político.

Finalmente, se puede destacar que el uso de Internet y las redes sociales ha generado un nuevo paradigma que permite a los jóvenes, al mismo tiempo, ser receptores y emisores de la información, es decir, interactúan intercambiando opiniones que desde la perspectiva política podría generar su interés o incrementar su compromiso como ciudadanos que los motivaría a participar en materia política; es relevante mencionar que el interés que tienen los jóvenes en la política es muy bajo, ya que de acuerdo al Encuesta Nacional de Valores en Juventud (2012), al 89.6 % (nada – poco) prácticamente no les interesa la política, aunque es significativo señalar que su falta de interés no es exclusiva de ellos, sino que es parte del contexto actual; Duarte y Jaramillo (2009) indican que la apatía política es una realidad que se ha presentado en México desde el inicio del régimen revolucionario hasta la alternancia en el poder; de ahí la relevancia del cambio que podrían representar el nuevo modelo de comunicación política.

Referencias

- Berlo, D. K., (2000). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Brussino, S., Rabbia, H. H., & Sorribas, P. (2009). Perfiles socio-cognitivos de la participación política de los jóvenes. *Interamerican Journal of Psychology*, 43(2), 279–287.
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 1–9.

- Castro Guzmán, M. (2009). La cultura de participación en el movimiento urbano popular, el caso del Cerro del Judío, Ciudad de México. En J. C. Chávez Carapia & M. Castro Guzmán (Eds.), *Cultura de participación y construcción de ciudadanía*, 13–46. México: Porrúa.
- Crespo Martínez, I. & Moreno Martínez, C. (2015). Los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral. *Revista Derecho Electoral*, 20, 76–110.
- Delli Carpini, M. (2000). Gen.com: Youth, Civic Engagement and the New Information Environment. *Political Communication*, 17(4), 341–349.
- Durand Ponte, V. M. (2004). *Ciudadanía y Cultura Política (México, 1993- 2001)*. Distrito Federal: Siglo XXI Editores.
- ENCUP. (2012). *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas ciudadanas*. México: Secretaría de Gobernación.
- Ekman & Amnà (2012). *Political participation and civic engagement: towards a new typology. human affairs*, 22, 283–300.
- García Luengo, O. & Maurer, M. (2009). A virtuous circle for all? Meida Exposure and political Trust in Europe. *CONfines*, 5/9 enero-mayo 2009, 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 (2016). *Estadísticas lista nominal y padrón electoral 2016*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- INEGI (2015). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en lo Hogares, 2015*. Ciudad de México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Lobera, J. & Rubio, R. (2015). Nativos digitales: ¿hacia una nueva participación política? *Revista de Estudios de Juventud*, 108, 145–160.
- Moya Sánchez, M. & Herrera Damas, S. (2015). Hacia una comunicación política avanzada en la Internet 2.0. *Observatorio Journal*, 9(4), 113–139.
- Mazzoleni, G. (2010). *La Comunicación Política*. Madrid: Alianza Ed.
- Meneses, M.E. & Bañuelos Capistrán, J. (2009). *Internet y campañas electorales en México oportunidad postergada*. (Serie Brevarios de Cultura Política Democrática No. 8). México: Instituto Electoral del Estado de México.
- Murga Frassinetti, A. (2009). La participación política de los estudiantes universitarios en el primer gobierno de alternancia en México. *Región y Sociedad*, 21(45), 45–46.
- Pérez, J.A.; Peña, S.; Genaut, A.; Iturregui, L.; & Mendiguren, T. (2013). Comunicación política e Internet: Estrategias online de los partidos políticos vascos en las elecciones autonómicas de 2009. *Mediatika*, 14, 125–150.
- 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.
- Sabucedo, J. M. (1988). Participación política. En J. Seoane & A. Rodríguez (Eds.) *Psicología Política*. (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.
- Sandoval Moya, J. & Hatibovic Díaz F. (2010). Socialización política y juventud: el caso de las trayectorias ciudadanas de los estudiantes universitarios de la región de Valparaíso. *Última Década*, 18(32), 11–36.
- Sommano Ventura, M. F. (2005). Más allá del voto: Modos de participación política no electoral en México. *Foro Internacional*, 45(1), 65–88.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gottlieb, 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.
- Torcal, M., Montero, J.R. & Teorrel, J. (2006). La participación política en España: modos y niveles en perspectiva comparada. *Revista de Estudios Políticos (nueva época)*, 132, 7–41.