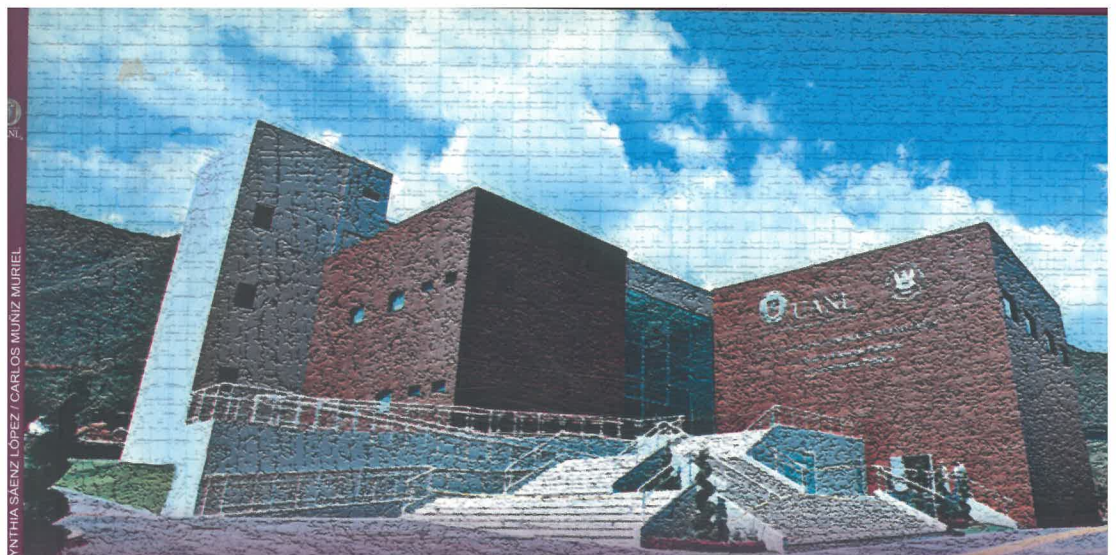




APORTACIONES A LA INVESTIGACIÓN DOCTORAL EN CIENCIA POLÍTICA

GERARDO TAMEZ GONZÁLEZ
ARNULFO SÁNCHEZ GARCÍA
KARLA ANNETT CYNTHIA SÁENZ LÓPEZ
CARLOS MUÑOZ MURIEL
Editores

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Jesús Ancer Rodríguez
Rector

Rogelio G. Garza Rivera
Secretario General

Rogelio Villarreal Elizondo
Secretario de Extensión y Cultura

Celso José Garza Acuña
Director de Publicaciones

Gerardo Tamez González
Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

© Primera edición 2013

© Gerardo Tamez González / Arnulfo Sánchez García /
Karla Annett Cynthia Sáenz López / Carlos Muñiz Muriel

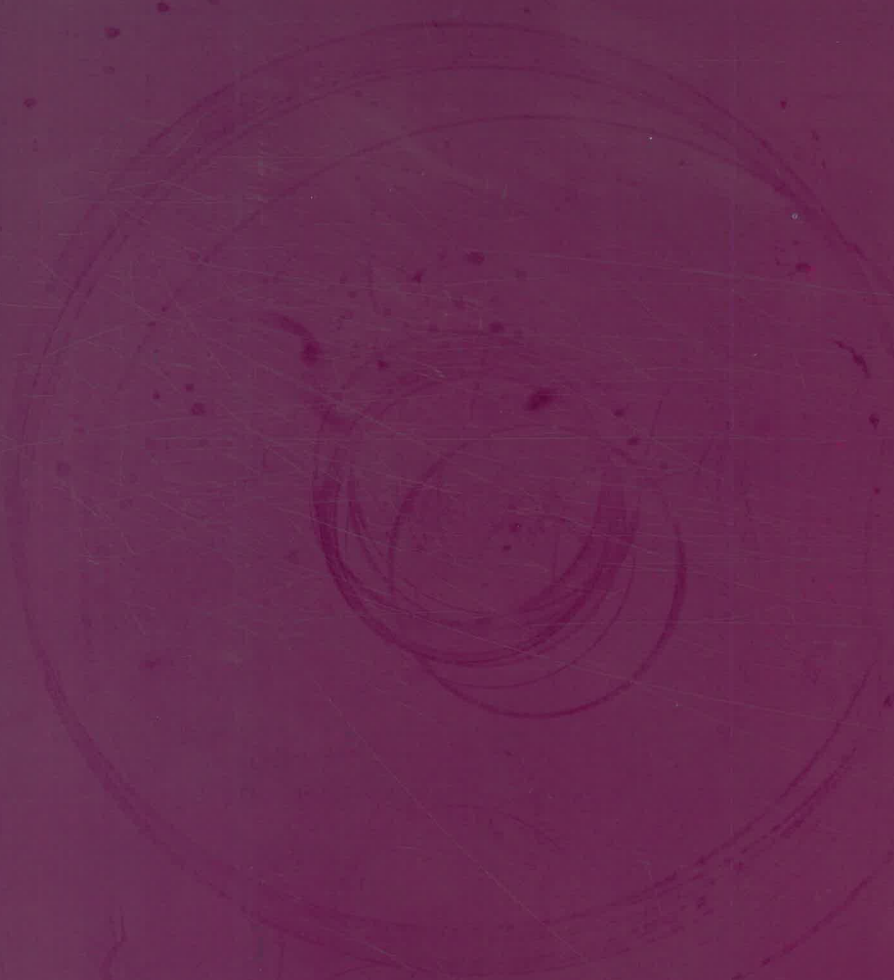
Universidad Autónoma de Nuevo León

ISBN: 978-607-27-0246-2

Impreso en Monterrey, México
Printed in Monterrey, Mexico

Formato electrónico, diseño gráfico y portada:
Claudio M. Tamez Garza
El cuidado de la edición estuvo a cargo de los autores

Padre Mier No. 909 poniente, esquina con Vallarta,
Monterrey, Nuevo León, México, C.P. 64000
Teléfono: (5281) 8329 4111 / Fax: (5281) 8329 4095
e-mail: publicaciones@uanl.mx
Página web: www.uanl.mx/publicaciones

An abstract, hand-drawn circular pattern in a lighter shade of purple, consisting of several concentric, slightly irregular circles and arcs, centered on the page.

Cuerpos académicos

Administración Pública

Comunicación Política, Opinión Pública y Capital Social

Ciencias Políticas

Gestión y Política Educativa

Participación Ciudadana y Democracia

Mercados y Estudios Regionales Internacionales

El compromiso constante de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL con la generación de conocimiento científico hizo posible la convocatoria del Coloquio de Investigación Doctoral, que nace con el propósito de proveer a los estudiantes de doctorado de la Facultad de un espacio periódico para difundir sus trabajos de investigación doctoral. La primera edición, cuyas memorias contiene este libro, tuvo lugar el pasado 1 de febrero de 2013. En el transcurso de este evento de difusión científica, se presentaron siete trabajos derivados de tesis doctorales realizadas por alumnos del Doctorado en Filosofía con Orientación en Ciencias Políticas y el Doctorado en Filosofía con Orientación en Relaciones Internacionales, Comercio y Diplomacia, ambos reconocidos por CONACYT como parte del Programa Nacional de Posgrados de Calidad. Gracias a esta experiencia los alumnos pudieron, en conjunto con sus directores, presentar sus avances de tesis, compartiendo sus primeros hallazgos y recibiendo orientaciones y consejos por parte de docentes e investigadores presentes.



LIBRO ELECTRÓNICO

ISBN 978-607-27-0246-2



9 786072 702462



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN®



Visión
2020
UANL

"Educación de clase mundial, un compromiso social"



Cultura política e intención de voto en estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León ante el Proceso Electoral Presidencial de 2012

José Luis Cavazos Zarazúa¹ y Javier Álvarez Bermúdez²
Universidad Autónoma de Nuevo León, México

1. Introducción

Según la información del Censo de Población y Vivienda (2010), para el año 2012, México tendría la mayor cantidad de jóvenes de entre 12 y 29 años de su historia. Sin embargo este sector mayoritario del país, vive una serie de incertidumbres que se presentan en problemáticas relativas al ingreso escolar, falta de oportunidades laborales, desempleo, desigualdad, pobreza y exclusión social (Peñaloza, 2010; Mendoza Enríquez, 2011). En un buen número de países del mundo dichas circunstancias inciden en la conformación de una cultura política caracterizada por la desconfianza hacia las instituciones, desencanto hacia la política y rechazo de los partidos políticos (Uriarte, 2001; Beck, 2002; Woldenberg, 2006; Valverde Viesca, 2008; Latinobarómetro, 2011; Vázquez-Ceballos, 2011; ENCUP, 2012).

En el caso concreto de los jóvenes de este país, lo antepuesto se corroboró cuando el Instituto Mexicano de la Juventud, presentó poco tiempo antes de que llegaran a su fin las campañas para las elecciones presidenciales de 2006, los resultados preliminares de la Encuesta Nacional de la Juventud (2006), donde se expuso que a sólo el 14.3% le interesaba la política, seguido de un 39.4% con poco interés y un 44% con nada de interés. Contrariamente, la misma encuesta mostró, tanto en la edición señalada como en la de 2011, que más del 75% de la juventud tenía intenciones de votar en los procesos electorales de julio de 2006, así como en los de julio de 2012 (ENJ, 2011). Por lo que se puede inferir a partir de la distribución estadística mencionada, que en nuestro país la juventud decide su votación desde otros factores, menos por el conocimiento e interés sobre la política, lo cual innegablemente repercute en el desarrollo democrático de la entidad (Garza Talavera, 2008). De ahí la necesidad de realizar estudios como el presente, que tengan como objetivo develar cuáles son esos factores de la cultura política explicativos de la decisión electoral.

Si bien el desarrollo de una cultura política democracia de participación ciudadana es insoslayable para resolver los problemas más inmediatos de la sociedad, es necesario volver apuntar que uno de los principios esenciales de la democracia es la existencia de elecciones regulares que aprueben la legitimidad del acceso al poder. Al menos en América Latina después del período de las dictaduras militares, la democracia electoral se convirtió en un componente fundamental de estabilidad política conducida por dos dispositivos principales: las campañas electorales y el voto. A nivel occidental, la importancia del voto se ha ido concretando mediante la formación de una conciencia ciudadana que se opone a la usurpación del poder a través de vías no democráticas como las dictaduras militares, las cuales en la historia reciente -en ciertos momentos de crisis- se atribuyeron la facultad de usurpar el poder (Cheresky, 2007). Lo más relevante fue que la experiencia que éstas dejaron en la mayoría de los latinoamericanos, los llevó a la construcción de

1 Doctor en Ciencias Políticas por la UANL y Profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la misma Universidad. Se le puede contactar en: joseluiscavazos@gmail.com

2 Doctor en Psicología Social por la Universidad del País Vasco y Profesor e Investigador de la Facultad de Psicología y de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. Se le puede contactar en: jabnl@hotmail.com

una nueva cultura política definida por los anhelos de democracia y la toma de la palabra para ser escuchados (Cockcroft, 2001).

Sin embargo, en los albores del siglo XXI, las elecciones en casi toda América Latina han dejado una marca de sinsabores entre la población, debido a los resultados electorales tan estrechos entre los contendientes, polarización política y, en algunos casos, por haberse cuestionado la legalidad del dictamen de los organismos electorales (Garretón, 2007; Aceves González & Sánchez Murillo, 2008). Lo precedente se puede ejemplificar con lo sucedido en la elección presidencial de 2006 en México, en donde se desarrolló una campaña más que polarizada por la expectativa de gran parte de la población de que llegara la izquierda al poder; y con un proceso poselectoral en el que los resultados no fueron terminantes para nadie, lo que desató un movimiento de resistencia civil encabezado por la Coalición por el Bien de Todos, pues no sólo los resultados del IFE, sino los de las encuestas previas a la elección, habían señalado que los resultados entre el primero y segundo lugar iban a ser mínimos (Gómez Tagle, 2007; Woldenber, 2009; Ortega Ortiz, 2010).

Asimismo, en el mencionado proceso electoral la intención de voto fluctuó significativamente durante toda la contienda, pues la política de desprestigio sobre Andrés Manuel López Obrador a través de publicidad negativa de los empresarios, campaña de miedo de organizaciones civiles y la intervención de Vicente Fox, fueron acciones que probablemente intervinieron en una construcción mental de desconfianza contra este candidato, la cual es factible que repercutiera en varios sentidos en la decisión electoral (Pareja Sánchez, 2008). Esto porque quedó en la conciencia colectiva el eco del discurso: López Obrador es un peligro... sin decir para quién lo era. A través de escenarios de comunicación de miedo como éstos, se pretendió manipular a la población paralizando de alguna manera a los votantes (Baena Paz, 2008). Para otros analistas, dicha comunicación política en la que también se relacionó al candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD) con el expresidente venezolano Hugo Chávez, donde se advertía a la población de los peligros para la democracia si llegaba al poder alguien con esas características, no se ha planteado sólo como una posible influencia en el comportamiento del elector, sino con una determinante que tuvo consecuencias en la intención de voto del mexicano (Aceves González & Sánchez Murillo, 2008).

La experiencia electoral de miedo de los comicios de 2006, no es necesariamente nueva, pues el país había experimentado en 1994 una campaña muy similar emprendida por Ernesto Zedillo, sus aliados del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y un grupo de empresarios mal intencionados, quienes tomando como trasfondo el asesinato de Luis Donaldo Colosio y el levantamiento armado de Chiapas, difundieron en los medios de comunicación toda una propaganda de alarma en contra de Cuauhtémoc Cárdenas, logrando construirle una imagen de peligro para México que tuvo parcialmente efectos a favor del voto priista de ese año (Meyer, 1995). Los análisis confirman que las elecciones de 2012 también estuvieron potencialmente cargadas de sospechas, “como producto de la compra o coacción a partir de un amplio operativo realizado por el Partido Revolucionario Institucional” (Reyes del Campillo, 2012, p. 38), con la finalidad de conseguir votos a favor del candidato presidencial Enrique Peña Nieto. Es importante referir los procesos electorales desde esta perspectiva, ya que esto conlleva a replantear el papel que está teniendo la cultura política de la sociedad ante el embate del gobierno, los partidos políticos, organizaciones civiles y los organismos electorales en el momento de las campañas presidenciales para coaccionar el voto ciudadano, impidiendo la realización de elecciones realmente democráticas.

Por otro lado, los antecedentes del tema de investigación que traten la influencia de la cultura política sobre la intención de voto, son realmente inexistentes, lo que predomina a nivel local son trabajos que develan la cultura política de los regiomontanos y de los nuevoleonenses en general, pero éstos no abordan de manera específica los factores de la cultura política que explican la intención de voto. En los antecedentes investigativos de esta temática en la región, el primer trabajo es el de Garza Ramírez (1985), que ha casi un año de que se llevaran a cabo las elecciones para gobernador de 1985, estudia a partir de una encuesta las actitudes, el grado de politización, la participación política y la intención de voto del neolónense para hacer un “análisis predictivo” sobre el comportamiento electoral de ese año. En relación a la intención de voto el autor destacó que “el 79.9% de las personas entrevistadas manifestaron estar dispuestas a votar en las próximas elecciones para gobernador” (p. 143). En la siguiente década, en la investigación

realizada por Echebarría y Álvarez (1996) se encontró que la juventud regiomontana, en el escenario de las elecciones para alcaldes y gobernador de 1997, apoyaban una cultura política conservadora, pues preferían participar convencionalmente mediante el voto, así como en la formación y participación en partidos políticos.

Del mismo modo, en el estudio de Rodríguez Burgos (2010) sobre la percepción que sostiene la ciudadanía regiomontana acerca de la democracia, se muestra cómo la percepción mayoritaria de la gente asocia este concepto con el derecho a votar, elegir a los representantes, celebrar elecciones periódicas y la libertad de expresión. Indistintamente, en la investigación efectuada por Sánchez García (2011) referente a la cultura política en Monterrey, se expone que en esta ciudad se concibe a la política como una actividad temporal, ya que se le relaciona principalmente con las elecciones y puestos públicos, y a la participación ciudadana con el acto de votar. Probablemente, el posicionamiento de corte institucional-electoral señalado, se debe al declive del interés sobre lo político en Nuevo León (Gutiérrez Garza e Infante Bonfiglio, 2009).

Por su parte, las aportaciones sobre el tema de la cultura política en México han transcurrido desde las obras filosóficas y literarias de Samuel Ramos y Octavio Paz, las investigaciones psicológicas de Santiago Ramírez y Rogelio Díaz Guerrero, hasta el trabajo antropológico de Oscar Lewis y el estudio de sociológico de Pablo González Casanova (Ramos Lara, 2006). Sin embargo, una ola de transformaciones disciplinares en las investigaciones sociales y políticas, aunada a los acontecimientos ocurridos en las elecciones presidenciales de 1988 y en los comicios federales de 1991 en México, generó el desarrollo de estudios científicos sobre cultura política, los cuales están representados por las contribuciones de José Antonio Crespo, Miguel Basáñez, Víctor Manuel Durand, Alejandro Moreno, entre otros (Murga Frassinetti, 2008). Todos ellos han puesto su atención en el estudio de la socialización política, el conocimiento político, las culturas políticas combativas y contemplativas, la identidad partidista, la participación y las actitudes políticas como factores explicativos del voto mexicano.

2. Problema de Investigación

Esta manera de ser de la cultura política en la entidad, más cercana a una concepción formal de lo político, que a una cultura política que intervenga directamente en los asuntos públicos, permite diagnosticar el modo en que la ciudadanía influye en la caracterización de la cultura política, en donde para algunos de los autores más relevantes de la teoría política contemporánea (Dahl, 1971; Arendt, 1997; Habermas, 1999; Held & McGrew, 2003; Bauman, 2006; Castoriadis, 2006; Touraine, 2006; Welzel e Inglehart, 2008) existe un déficit de participación política en las democracias actuales que se vincula con una determinada cultura política; lo que implica poner atención sobre el tipo de cultura política que sostiene la sociedad, puesto que la caracterización señalada ineludiblemente afecta la supervivencia de los sistemas políticos democráticos.

Lo anterior nos lleva a preguntarnos, ¿cuáles son los factores de la cultura política que han llevado a la carencia de participación política en el país? En el trabajo de Aruguete y Muñiz (2012) se investiga al respecto, tomando como base los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) aplicada en 2008, sobre los hábitos comunicativos asociados al interés por la política en México, en la que se descubre que las conversaciones con otras personas son el principal factor predictivo para la formación de actitudes políticas. Ahí se plantea, que las prácticas comunicativas relativas a la política son muy bajas y que el tema de lo político no es muy interesante, por lo que proponen el desarrollo de hábitos comunicativos en todas las capas de la sociedad para incrementar el conocimiento político que lleve a formas de participación más efectivas.

Sobre este punto en varias ciudades del mundo como Madrid, Barcelona, Roma, Londres, París, Berlín, Atenas, se han levantado movimientos sociales esencialmente juveniles con el nombre de “indignados”, reivindicativos contra las medidas económicas de carácter fiscal, quienes buscan que la crisis económica en la que se hallan la sufragan las grandes corporaciones bancarias y especulativas. Asimismo, las manifestaciones democráticas en las que se encuentra el mundo árabe (Túnez, Egipto, Libia, Siria y Yemen),

tienen, junto con las del viejo mundo, la característica de ser procesos de información política mediante redes sociales de efecto dominó, por lo que la juventud ha constituido una esfera pública global, que lleva a los poseedores de un computador personal, el dominio del inglés y el uso de internet a mantenerse interconectados, formando un ciberespacio de comunicaciones políticas frente a las grandes asociaciones financieras, y a favor del establecimiento de gobiernos democráticos (Acevedo Tarazona & Samacá Alonso, 2012). Respecto a lo antepuesto México no ha sido la excepción, ya que en la reciente experiencia electoral mexicana se dio el surgimiento de culturas políticas juveniles como la del movimiento Yo Soy 132, que con nuevas formas de participación política a través de la utilización de redes sociales como Facebook y Twitter, se convirtió en una tendencia de deliberación política digital relevante (Ramírez, 2012).

En ese sentido, ante la necesidad de estudios que tengan como característica el dar cuenta de la cultura política, como una condición determinante para la explicación de la intención de voto, en el presente trabajo se propone responder al siguiente problema de investigación:

¿Cuáles fueron los factores de la cultura política que explicaron la intención de voto en estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma de Nuevo León ante el proceso electoral presidencial de 2012?

El problema de investigación planteado presenta lo que Moreno (2003) ha señalado como lo que precede a la elección del votante, es decir, lo que antecede a su intención de voto y la determinación de votar por algún partido es la identificación partidista, la ideología que profesa, el sistema de creencias, las bases sociales de donde adquiere sus convicciones, los niveles de información política, así como las actitudes hacia el sistema electoral; en otras palabras, la cultura política que subyace a la participación electoral.

Como la cultura política es una perspectiva teórica de la ciencia política, la presente investigación está fundamentada en dicha ciencia. La ciencia política es el estudio del poder, la justicia, la igualdad, las estructuras y los procesos políticos, las instituciones políticas, las relaciones internacionales, las políticas públicas y la cultura política de los individuos y grupos en determinados procesos (Vallès, 2008). Por lo que de estas dimensiones teóricas se tomó como eje de análisis la noción de cultura política, la que a partir de una serie de autores que se han abocado a su estudio (Almond & Verba, 1970; Duverger, 1983; Almond, 1988; Sabucedo, 1988; Inglehart, 1994; Lagroye, 1994; Basáñez, 1996; Morán, 1999; Ai Camp, 2000; Tejera Gaona, 2000; Moreno, 2003; Benedicto, 2004; Durand, 2004) se le define como un concepto complejo que comprende creencias, actitudes, identidad, conocimiento, dimensiones que expresan la representación que un colectivo heterogéneo comparte sobre los elementos del sistema político, a saber: el gobierno, los partidos, los candidatos, las elecciones; y la manera en que este pensamiento se manifiesta a través de formas de participación política; y, al mismo tiempo, cómo lo predicho no es más que el resultado de los efectos de determinados agentes de socialización política en el contexto de estructuras de poder.

El otro concepto de análisis del presente estudio es el de intención de voto, al cual se le define como la probable determinación que tiene un individuo de asistir a votar el día de la jornada electoral (Kuschick, 2007).

En primer término, el concepto creencias se define como los juicios sociales que se hacen las personas sobre determinados sucesos del mundo físico o social (Jaspars & Hewstone, 2008). La actitud se concibe como la disposición favorable o desfavorable que los individuos y grupos tienen respecto a un problema en un momento determinado (Montmollin, 2008). En cuanto la identidad partidista se le define como la vinculación que establecen las personas con los partidos políticos (Aguilar López, 2008).

Respecto a la participación política de los sujetos 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” (Sabucedo, 1988, p. 166), y a su vez, se divide en dos tipos: participación política convencional y no convencional. La primera de ellas la integran comportamientos asociados sobre todo a los procesos electorales como votar, apoyar económicamente a un partido, militancia, convencer a otros para que voten, entre otras. Mientras que la no convencional se compone de conductas asociadas a críticas políticas en medios de comunicación, huelgas, boicots, manifestaciones, daños a la propiedad y violencia personal, etcétera.

Finalmente, algunos autores (Lagroye, 1994; Benedicto, 2004; Vallès, 2008) han señalado que para comprender mejor el fenómeno de la cultura política, es relevante investigar la forma en que fue construida, es decir, dar cuenta de dónde se aprendió. Para ello, proponen el análisis de la socialización política, que se conceptualiza como el proceso de incorporación de actitudes, creencias, conocimientos, valores e

ideologías políticas, que las personas adquieren de agentes de socialización que se clasifican en tres grupos: los grupos primarios como la familia, los amigos, los vecinos; los grupos secundarios como los sistemas educativos, los partidos, la iglesia, los medios de comunicación y las ONG; y por último los grupos de referencia como la clase social, la creencia religiosa, la profesión, los rasgos étnicos y el origen nacional. De la misma manera, se define como intención de voto a la probable determinación que tiene un individuo de asistir a votar el día de la jornada electoral (Kuschick, 2007).

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Bajo la perspectiva de cultura política señalada, se planteó llevar a cabo un estudio con el siguiente objetivo general: descubrir los factores de la cultura política que explicaron la intención de voto en estudiantes de licenciatura de la UANL ante el proceso electoral presidencial de 2012.

3.2. Objetivos específicos

- a) Identificar los sistemas de creencias que explicaron la intención de voto.
- b) Conocer las formas de participación política que explicaron la intención de voto.
- c) Destacar los agentes de socialización política que tuvieron mayor influencia en la intención de voto.
- d) Establecer con cuál partido político se dio más fuerte la identificación partidista que explicó la intención de voto.
- e) Exponer las actitudes hacia el voto y hacia las elecciones presidenciales que explicaron la intención de voto.

4. Hipótesis de Investigación

Del mismo modo, se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

- HI1: Las creencias positivas hacia las elecciones explicaron la intención de voto.*
- HI2: La forma de participación convencional explicó la intención de voto.*
- HI3: El agente de socialización política primario (familia) explicó la intención de voto.*
- HI4: La identificación con el PAN fue determinante en la intención de voto.*
- HI5: Las actitudes positivas hacia el voto y hacia las elecciones explicaron la intención de voto.*

5. Metodología

5.1. Sujetos participantes

El universo o población que integró el conjunto de participantes del estudio fue de un total de 141,000 estudiantes. La UANL tiene distribuida esta cantidad en los siguientes niveles educativos: medio superior, superior y posgrado, los que en su mayoría se encuentran geográficamente ubicados en el Área Metropolitana de Monterrey, así como en todo el territorio del estado de Nuevo León. De ellos se favoreció como unidad de análisis el nivel superior, que en el semestre enero-junio 2012 (tiempo en que fueron aplicados los cuestionarios) contaba con un total de 75,438 estudiantes, distribuidos en 27 facultades, las cuales ofrecen 71 carreras profesionales (Ancer Rodríguez, 2012). Se escogieron estudiantes del nivel superior, ya que la edad en la que se encuentran los acredita para participar electoralmente; lo que no aplica para los bachilleres del nivel medio superior, quienes por su edad aún no pueden participar en los comicios. O en

caso contrario, los (as) estudiantes de nivel de posgrado quienes muchos de ellos han rebasado la etapa juvenil de su vida, encontrándose por lo tanto en la adultez. Asimismo, se escogieron estudiantes universitarios porque son una comunidad que durante sus estudios desarrolla la capacidad de informarse acerca de su disciplina profesional, y en ocasiones sobre los problemas sociales de su entorno como una actitud de formación ciudadana (Piña Osorio, 2008). La cual se ha convertido en clave fundamental para la conformación de una cultura política de participación democrática.

Los participantes del estudio fueron seleccionados a partir de un diseño por cuotas o proporcional; toda vez que las carreras de las facultades de la UANL tienen cantidades de estudiantes muy dispares (por ejemplo, mientras que ingeniería en mecánica tenía 1795, economía sólo contaba con 320 estudiantes, en el semestre enero-junio 2012). El muestreo por cuotas sugiere seleccionar la muestra procurando que se encuentren representados los distintos segmentos de la población objeto de estudio (Cea D'Ancona, 2001). Por lo que en atención a lo referido, se buscó que las tres áreas de estudios (ciencias sociales y humanas, ciencias naturales y de la salud, y ciencias exactas) en que se clasificaron las distintas facultades de la UANL, estuvieran representadas en la investigación.

De la misma forma, el muestreo por cuotas ofrece la ventaja de encuestar a determinadas proporciones de estudiantes, de acuerdo a diversos criterios como edad, sexo, nivel de escolaridad, nivel socioeconómico y estado civil (Cea D'Ancona, 2001). Con fundamento en lo precedido y con base en el tipo de población estudiada, se determinó como criterio la variable área de estudios para escoger la muestra. En la tabla 1 se presenta la distribución de las áreas de estudio con sus respectivas facultades, carreras seleccionadas con el número de estudiantes y la delimitación de las cuotas por cada una de las profesiones. Para cada una de las cuotas se calculó el 5% de estudiantes, resultando una muestra final de 491 sujetos.

De los 491 cuestionarios aplicados, se generó una merma de 37 de éstos, resultando al final del estudio sólo 454 válidos. Enseguida se muestra la distribución de sujetos por facultad: organización deportiva (ciencias del ejercicio= 57), salud pública y nutrición (salud pública y nutrición= 68), filosofía y letras (ciencias del lenguaje= 42), trabajo social y desarrollo humano (trabajo social y desarrollo humano= 37), economía (economía= 17), ciencias políticas y administración pública (ciencias políticas= 12), artes escénicas (danza y arte teatral= 9), ingeniería mecánica y eléctrica (mecatrónica= 91), ciencias biológicas (biología= 29), ciencias químicas (químico industrial= 15), ciencias físico matemáticas (multimedia y animación digital= 23), arquitectura (diseño industrial= 54). Por su parte, la distribución de estudiantes del primero al décimo semestres fue la siguiente: primero (36), segundo (41), tercero (22), cuarto (127), quinto (31), sexto (74), séptimo (43), octavo (45), noveno (24), décimo (11).

La edad de los estudiantes, como se muestra en la tabla 1, oscila entre los 17 y 24 años, con una media de 20 años.

Tabla 1. Edad de los participantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	17	9	2,0	2,0	2,0
	18	61	13,4	13,4	15,4
	19	91	20,0	20,0	35,5
	20	114	25,1	25,1	60,6
	21	90	19,8	19,8	80,4
	22	49	10,8	10,8	91,2
	23	30	6,6	6,6	97,8
	24	10	2,2	2,2	100,0
Total		454	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

El 47.6% (216) de la muestra pertenece al género masculino, mientras que el 52.4% (238) corresponde al género femenino. La distribución por género se puede observar en la tabla 2.

Tabla 2. Género de los participantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	216	47,6	47,6	47,6
	Femenino	238	52,4	52,4	100,0
	Total	454	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Instrumento y variables

El cuestionario empleado incluye apartados del cuestionario desarrollado por Echebarría y Álvarez (1996), y preguntas de la Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP, 2008), además de algunos reactivos agregados por los autores del presente estudio. El cuestionario indaga acerca de las siguientes variables: creencias sobre las elecciones presidenciales (27 reactivos); formas de participación política (21), agentes de socialización política (9 reactivos), identidad partidista (7 reactivos), intención de voto (1 reactivo) y actitudes hacia el voto y las elecciones (2 reactivos). El cuestionario también contiene variables socio-demográficas como sexo, edad, semestre y área de estudios.

5.3. Procedimiento

La aplicación del cuestionario se realizó en las aulas en horario de clase, así como en los pasillos y jardinerías de las facultades señaladas.

5.4. Análisis de Datos

Se realizaron una serie de análisis de medida de tendencia central (Cea D'Ancona, 2001) con las variables de estudio. Posteriormente con el objetivo de conocer las dimensiones subyacentes a cada una de las variables de estudio se realizaron una serie de análisis factoriales de componentes principales (rotación varimax=máxima verosimilitud) de los ítems que constituían cada variable de los apartados del instrumento. Por último, se efectuó un análisis de regresión múltiple (Miller, 1997; Albarrán Lozano, Guillén Estany & Ayuso Gutiérrez, 2008) tomando los factores obtenidos, con el objetivo de conocer cuáles de ellos serían las variables predictoras de la intención de voto.

6. Resultados

6.1. Creencias hacia las elecciones presidenciales

Los casos válidos del estudio sobre creencias hacia las elecciones presidenciales fueron 454. Así también, con el objetivo de conocer la consistencia interna del instrumento de la dimensión mencionada, se realizó un análisis de confiabilidad de Cronbach. Los resultados expresan un alfa de $\alpha = 0,616$, la cual indica una confiabilidad moderada, de un total de 27 reactivos analizados. El análisis de medidas de tendencia central, muestra, según la tabla 3, que los reactivos fluctúan de entre una media de 2,3656 a una media de 4,3018, pero la mayoría de ellos manifestaron una media superior a 3, lo que revela que los respondientes

mostraron acuerdo en los reactivos. Esto permite precisar, que los estudiantes sustentan creencias de diversa índole acerca de las elecciones presidenciales.

Tabla 3. Medidas de tendencia central de la dimensión creencias sobre las elecciones presidenciales.

Reactivo	Media	Reactivo	Media	Reactivo	Media
1	3,3106	10	3,2159	19	3,0551
2	3,4648	11	3,8062	20	2,5859
3	3,4471	12	2,8018	21	2,3656
4	3,4714	13	3,2247	22	3,0088
5	2,8767	14	3,6189	23	3,6322
6	3,5308	15	4,3018	24	3,7048
7	3,5352	16	4,2731	25	3,7731
8	3,5110	17	2,899	26	2,4053
9	3,8304	18	3,0729	27	3,0529

Fuente: Elaboración propia.

6.1.1. Análisis factorial

Con el objetivo de conocer las dimensiones subyacentes del instrumento de creencias, se realizó un análisis factorial con el método de extracción de componentes principales, rotación varimax. En la tabla 4 se puede observar, que los 27 reactivos se agruparon en cuatro factores que explican el 46,521% de la varianza total.

Tabla 4. Varianza total explicada

Componente	Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción								
	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6,844	25,349	25,349	6,844	25,349	25,349	3,919	14,514	14,514
2	2,837	10,506	35,855	2,837	10,506	35,855	3,039	11,257	25,771
3	1,544	5,717	41,572	1,544	5,717	41,572	2,846	10,542	36,313
4	1,336	4,949	46,521	1,336	4,949	46,521	2,756	10,208	46,521

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5 se muestra la composición factorial del instrumento de creencias.

Tabla 5. Composición factorial de la dimensión creencias sobre las elecciones presidenciales.

	Componente			
	1	2	3	4
Sirven para que la gente tenga la posibilidad de elegir a sus gobernantes	,684			
Posibilitan que haya cambios políticos (gobierno, política)	,679			
Sirven para mantener la democracia	,664			
Permiten que se recojan y se respeten todas las opiniones	,607			
Sirven para cambiar a quienes están en el poder	,550			
Sirven para impedir la dictadura	,545			
Sirven para que la gente mejore la opinión que tiene del país	,489			-,329
Sirven para que las elecciones permitan mejorar la igualdad de todos	,473			-,400
Sirven para canalizar las protestas de la gente	,463			
Sirven para mejorar la vida de la gente en salud, educación, pensiones e impuestos	,448			-,396
Sirven para resolver los conflictos del país	,418			-,337
Sirven para engañar a la gente haciéndoles creer que son ellos quienes eligen la política		,733		
Sirven para hacer que la gente tenga la falsa impresión de que es libre		,715		
Sirven como una forma de que los grupos de siempre se mantengan en el poder		,630		
Sirven para crear impresiones falsas en la gente evitando que cuestionen la situación social		,576	,352	
Sirven como una forma de controlar la política que realiza el gobierno		,518		,346
Sirven para que los partidos le laven la cabeza a la gente		,409	,409	,327
Son un gasto superfluo de dinero público			,705	
Posibilitan a algunos oportunistas hacer negocio			,704	
Sirven para confundir a la gente con tanto mensaje			,682	
Sirven como un negocio que da dinero a empresas de publicidad		,484	,536	
Son ante todo una fiesta			,513	
No sirven para nada				,712
Son una pérdida de tiempo				,682
Sirven como una forma de librarnos de nuestra responsabilidad y dejar que otros luchen por nosotros				,549
Sirven para mejorar nuestra sociedad	,492			-,538
Sirven para que unos sigan arriba y otros abajo		,459		,464

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis presentan cuatro factores que se describen a continuación. El primer factor agrupa las variables: las elecciones sirven para que la gente tenga la posibilidad de elegir a sus gobernantes, posibilitan que haya cambios políticos, sirven para mantener la democracia, permiten que se recojan y respeten todas las opiniones, sirven para cambiar a quienes están en el poder, impiden la dictadura, sirven para mejorar nuestra sociedad, sirven para que la gente mejore la opinión que tiene del país, permiten mejorar la igualdad de todos, canalizan las protestas de la gente, mejoran la vida de la gente en salud, educación, pensiones e impuestos, sirven para resolver los conflictos del país; se le ha nombrado **democracia** y explica el 14,514% de la varianza.

El segundo factor lo integran las variables: sirven para engañar a la gente haciéndoles creer que son ellos quienes eligen la política, sirven para hacer que la gente tenga la falsa impresión de que es libre, son como una forma de que los grupos de siempre se mantengan en el poder, crean impresiones falsas en la gente evitando que cuestionen la situación social, sirven como una forma de controlar la política que realiza el gobierno, sirven como un negocio que da dinero a empresas de publicidad, sirven para que unos si-

gan arriba y otros abajo, sirven para que los partidos le laven la cabeza a la gente; se le ha llamado **engaño** y explica el 11,257% de la varianza.

El tercer factor lo forman las variables: son un gasto superfluo de dinero, posibilitan a algunos oportunistas hacer negocio, sirven para confundir a la gente con tanto mensaje, son un negocio que da dinero a empresas de publicidad, son ante todo una fiesta, sirven para que los partidos le laven la cabeza a la gente, crean impresiones falsas en la gente evitando que cuestionen la situación social; se le ha nombrado **negocio** y explica el 10,542% de la varianza.

El cuarto factor lo componen las variables: no sirven para nada, son una pérdida de tiempo, sirven como una forma de librarnos de nuestra responsabilidad y dejar que otros luchen por nosotros, sirven para que unos sigan arriba y otros abajo, sirven como una forma de controlar la política que realiza el gobierno, sirven para que los partidos le laven la cabeza a la gente, no sirven para mejorar nuestra sociedad, no sirven para mejorar la igualdad de todos, no mejoran la vida de la gente en salud, educación, pensiones e impuestos, no sirven para resolver los conflictos del país, no sirven para que la gente mejore la opinión que tiene del país; se le ha denominado **inútil** y explica el 10,208% de la varianza.

6.2. Formas de Participación Política

Los casos válidos del estudio de las formas de participación política fueron 454. Igualmente, con el objetivo de conocer la consistencia interna del instrumento de dicha dimensión, se realizó un análisis de confiabilidad de Cronbach. Los resultados revelan una alfa de $\alpha = 0,749$, lo que manifiesta una buena confiabilidad, de un total de 21 reactivos analizados. Por su parte, el análisis de medidas de tendencia central, como se observa en la tabla 6, muestra que los reactivos varían de entre una media de 1,8634 a una media de 4,2269; lo que consiente concluir que entre los respondientes hay una amplia variabilidad de posicionamientos en cuanto a la participación política.

Tabla 6. Mediadas de tendencia central de la dimensión formas de participación política.

Reactivo	Media	Reactivo	Media	Reactivo	Media
1	3,9383	8	3,5815	15	2,7026
2	2,9802	9	3,0198	16	4,0595
3	3,4031	10	2,9383	17	3,4493
4	2,7467	11	3,3921	18	2,0925
5	2,4405	12	4,2269	19	1,8634
6	2,5154	13	3,1608	20	2,9031
7	2,1388	14	2,7181	21	3,0000

Fuente: Elaboración propia.

6.2.1. Análisis factorial

Con el objetivo de conocer las dimensiones subyacentes del instrumento de formas de participación política, se realizó un análisis factorial con el método de extracción de componentes principales, rotación varimax. En la tabla 7 se aprecia que los 21 reactivos se agruparon en cuatro factores que explican el 44,513% de la varianza total.

Tabla 7. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la	% acumu-	Total	% de la	%	Total	% de la	% acumu-
		varianza	lado		varianza	acumulado		varianza	lado
1	3,933	18,729	18,729	3,933	18,729	18,729	3,499	16,663	16,663
2	2,706	12,887	31,616	2,706	12,887	31,616	2,208	10,513	27,177
3	1,462	6,960	38,576	1,462	6,960	38,576	1,870	8,903	36,079
4	1,247	5,937	44,513	1,247	5,937	44,513	1,771	8,434	44,513

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 se expone el análisis factorial del instrumento de formas de participación política

Tabla 8. Composición factorial de la dimensión formas de participación política.

	Componente			
	1	2	3	4
Mediante la lucha armada	,744			
A través de la desobediencia civil	,660			
A través del chantaje contra quienes están en el poder	,653			
Mediante golpes del estado	,639			
Mediante el boicot de los actos oficiales	,634			
A través de huelgas generales	,566	,379		
A través de la crítica en periódicos, tv e internet.		,666		
A través del diálogo.	-,344	,642		
A través de actos reivindicativos como manifestaciones	,471	,611		
A través de grupos que propagan nuevas ideas		,544		
A través del líder de la comunidad	,334	,364	,333	
Formando un nuevo partido			,679	
Entrando en el partido que gobierna			,608	
A través de la Cámara de Diputados			,587	
A través del voto		,313	,457	
A través de organizaciones como sindicatos			,407	
A través de los medios de comunicación contra quienes tienen el poder				,606
Aliándose con grupos con poder económico contra de quienes gobiernan				,599
Mediante grupos que trabajan en la calle concientizando a la gente contra quienes tienen el poder	,470			,521
Mediante actos culturales reivindicativos contra el poder (conciertos masivos)		,439		,514
Mediante acuerdos entre diferentes partidos				,392

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran cuatro factores que se describen a continuación. El primer factor está formado por las variables: mediante la lucha armada, a través de la desobediencia civil, a través del chantaje contra quienes están en el poder, mediante golpes de estado, mediante el boicot de los actos oficiales, a través de huelgas, a través de actos reivindicativos como manifestaciones, mediante grupos que trabajan en la calle concientizando a la gente contra quienes tienen el poder, a través del diálogo no se logra, a través del líder

de la comunidad; se le ha puesto **participación política no convencional radical** y explica el 16,663% de la varianza.

El segundo factor lo completan las variables: a través de la crítica en periódicos, internet y TV, a través del diálogo, a través de actos reivindicativos como manifestaciones, a través de grupos que propagan nuevas ideas, mediante actos culturales reivindicativos contra el poder (conciertos masivos), a través de huelgas, a través del líder de la comunidad, a través del voto; se le ha nombrado **participación política no convencional moderada** y explica el 10,513% de la varianza.

El tercer factor lo integran las variables: formando un nuevo partido, entrando en el partido político que gobierna, a través de la Cámara de Diputados, a través del voto, a través de organizaciones como sindicatos, a través del líder de la comunidad; se le ha llamado **participación política convencional tradicional** y explica el 8,903% de la varianza.

El cuarto factor está compuesto por las variables: mediante descalificaciones personales contra quienes tienen el poder a través de los medios de comunicación, aliándose con grupos con poder económico contra de quienes gobiernan, mediante grupos que trabajan en la calle concientizando a la gente contra quienes tienen el poder, mediante actos culturales reivindicativos contra quienes tienen el poder (conciertos masivos), mediante acuerdos entre diferentes partidos; se le ha denominado **participación política convencional no tradicional** y explica el 8,434% de la varianza.

6.3. Agentes de Socialización Política

Los casos válidos del estudio de agentes de socialización política, con respecto a la importancia que el estudiantado concede a la opinión de determinados agentes de socialización sobre su voto, fueron de 454. Para esta misma dimensión, con el objetivo de conocer la consistencia interna del instrumento, se realizó un análisis de confiabilidad de Cronbach. Los resultados descubren un alfa de $\alpha = 0,851$, la cual demuestra una buena confiabilidad, de un total de 9 reactivos. Por su lado, el análisis de medidas de tendencia central, como se observa en la tabla 9, señala que las puntuaciones de los reactivos oscilan de entre una media de 2,6101 a una media de 3,8150, por lo que los respondientes se posicionaron entre indiferente y mucha importancia.

Tabla 9. Medidas de tendencia central de la dimensión agentes de socialización política.

Reactivo	Media	Reactivo	Media	Reactivo	Media
1	3,8150	4	3,1784	7	2,8040
2	3,5925	5	2,8458	8	2,6101
3	3,4273	6	3,3546	9	2,9361

Fuente: Elaboración propia.

6.3.1. Análisis factorial

Con el objetivo de conocer las dimensiones subyacentes del instrumento de agentes de socialización política, con respecto a la importancia que otorga el estudiantado a la opinión de determinados agentes sobre su voto, se realizó un análisis factorial con el método de extracción de componentes principales, rotación varimax. Como se expone en la tabla 10, los 9 reactivos se concentraron en dos factores que explican el 66,222 de la varianza total.

Tabla 10. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la	% acumu-	Total	% de la	% acumu-	Total	% de la	% acumu-
		varianza	lado		varianza	lado		varianza	lado
1	4,289	47,657	47,657	4,289	47,657	47,657	3,532	39,242	39,242
2	1,671	18,565	66,222	1,671	18,565	66,222	2,428	26,980	66,222

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 11 se observa el análisis factorial del instrumento de agentes de socialización política.

Tabla 11. Composición factorial de la dimensión agentes de socialización política.

	Componente	
	1	2
Importancia que concedes a la opinión de tus amigos sobre tu voto	,910	
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros (as) de escuela sobre tu voto	,894	
Importancia que concedes a la opinión de tus familiares sobre tu voto	,814	
Importancia que concedes a la opinión de tus compañeros de trabajo sobre tu voto	,755	,306
Importancia que concedes a la opinión de tus maestros (as) sobre tu voto	,632	,354
Importancia que concedes a la opinión de los partidos políticos sobre tu voto		,791
Importancia que concedes a la opinión de los representantes de la iglesia sobre tu voto		,779
Importancia que concedes a la opinión de los medios de comunicación sobre tu voto		,771
Importancia que concedes a la opinión de tus vecinos (as) sobre tu voto	,489	,601

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran dos factores que a continuación se detallan. El primer factor lo componen las variables: le doy importancia a la opinión de mis amigos (as), a mis compañeros (as) de escuela, a mis familiares, a mis compañeros (as) de trabajo, a mis maestros (as), a mis vecinos (as); se le ha llamado **agentes de socialización política primarios** y explica el 39,242% de la varianza.

El segundo factor lo integran las variables: le doy importancia a la opinión de los partidos políticos sobre mi voto, a los representantes de la iglesia, a los medios de comunicación, a mis vecinos(as), a mis maestros (as), a mis compañeros (as) de trabajo; se le ha nombrado **agentes de socialización política secundarios** y explica el 26,980% de la varianza.

6.4. Identificación Partidista

Los casos válidos del estudio de identificación partidista fueron 454. Para esta cuestión, con el objetivo de conocer la consistencia interna del instrumento, se realizó un análisis de confiabilidad de Cronbach. Los resultados descubren una alfa de $\alpha = 0,735$, lo que expresa una buena confiabilidad, de un total de 7 reactivos. Del mismo modo, se preguntó al estudiantado en qué medida se consideraban parte de los partidos políticos involucrados en el proceso electoral; por lo que el análisis de frecuencias acerca de este componente de la cultura política, se concreta enseguida.

Con respecto al Partido de la Revolución Democrática: 220 (48.5%) señalaron no identificarse, 61 (13.4%) expresaron identificarse poco, 95 (20.9%) manifestaron identificarse de manera regular, 50 (11.0%) dijeron identificarse mucho, y 28 (6.2%) marcaron identificarse totalmente. En la tabla 12 se observa el análisis de frecuencias en torno a la pregunta.

Tabla 12. ¿En qué medida te consideras del PRD?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	220	48.5	48.5	48.5
Poco	61	13.4	13.4	61.9
Regular	95	20.9	20.9	82.8
Mucho	50	11.0	11.0	93.8
Totalmente	28	6.2	6.2	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al Partido Acción Nacional: 170 (37.4%) pronunciaron no identificarse nada, 78 (17.2%) contestaron identificarse poco, 110 (24.2%) manifestaron identificarse de manera regular, 65 (14.3%) mencionaron identificarse mucho, y 31 (6.8%) señalaron identificarse totalmente. En la tabla 13 se describe el análisis de frecuencias sobre la pregunta.

Tabla 13. ¿En qué medida te consideras del PAN?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	170	37.4	37.4	37.4
Poco	78	17.2	17.2	54.6
Regular	110	24.2	24.2	78.9
Mucho	65	14.3	14.3	93.2
totalmente	31	6.8	6.8	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En lo relativo al Partido Revolucionario Institucional: 319 (70.3%) expusieron no identificarse nada, 60 (13.2%) puntuaron identificarse poco, 52 (11.5%) mostraron identificarse de manera regular, 13 (2.9%) señalaron identificarse mucho, y 10 (2.2%) dijeron identificarse totalmente. En la tabla 14 se expone el análisis de frecuencias en lo referente a la pregunta.

Tabla 14. ¿En qué medida te consideras del PRI?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	319	70.3	70.3	70.3
Poco	60	13.2	13.2	83.5
Regular	52	11.5	11.5	94.9
Mucho	13	2.9	2.9	97.8
Totalmente	10	2.2	2.2	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En lo concerniente al Partido del Trabajo: 252 (55.5%) expresaron no identificarse nada, 68 (15.2%) señalaron identificarse poco, 92 (20.3%) manifestaron identificarse de manera regular, 28 (6.2%) dijeron identificarse mucho, y 14 (3.1%) marcaron identificarse totalmente. En la tabla 15 se expone el análisis de frecuencias acerca de la pregunta.

Tabla 15. ¿En qué medida te consideras del PT?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	252	55.5	55.5	55.5
Poco	68	15.0	15.0	70.5
Regular	92	20.3	20.3	90.7
Mucho	28	6.2	6.2	96.9
Totalmente	14	3.1	3.1	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En lo tocante al Partido Verde Ecologista de México: 275 (60.6%) manifestaron no identificarse nada, 69 (15.2%) señalaron identificarse poco, 76 (16.7%) mostraron identificarse de manera regular, 28 (6.2%) indicaron identificarse mucho, y 6 (1.3%) expresaron identificarse totalmente. En la tabla 16 se comunica el análisis de frecuencias sobre la pregunta.

Tabla 16. ¿En qué medida te consideras del PVEM?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	275	60.6	60.6	60.6
Poco	69	15.2	15.2	75.8
Regular	76	16.7	16.7	92.5
Mucho	28	6.2	6.2	98.7
Totalmente	6	1.3	1.3	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al Partido Nueva Alianza: 255 (56.2%) dijeron no identificarse nada, 68 (15.0%) marcaron identificarse poco, 94 (20.7%) declararon identificarse de manera regular, 31 (6.8%) apuntaron identificarse mucho, y 6 (1.3%) puntuaron identificarse totalmente. En la tabla 17 se muestra el análisis de frecuencias en torno a la pregunta.

Tabla 17. ¿En qué medida te consideras del PANAL?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	255	56.2	56.2	56.2
Poco	68	15.0	15.0	71.1
Regular	94	20.7	20.7	91.9
Mucho	31	6.8	6.8	98.7
Totalmente	6	1.3	1.3	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En lo respectivo al Partido Movimiento Ciudadano: 284 (62.6%) apuntaron no identificarse nada, 68 (15.0%) señalaron identificarse poco, 72 (15.9%) emitieron identificarse de manera regular, 21 (4.6%) señalaron identificarse mucho, y 9 (2.0%) participantes manifestaron identificarse totalmente. En la tabla 18 se especifica el análisis de frecuencias acerca de la pregunta.

Tabla 18. ¿En qué medida te consideras del PMC?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	284	62.6	62.6	62.6
Poco	68	15.0	15.0	77.5
Regular	72	15.9	15.9	93.4
Mucho	21	4.6	4.6	98.0
Totalmente	9	2.0	2.0	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de frecuencias sobre la identificación partidista manifiesta una mayor cantidad de estudiantes identificados con el PAN, continuando en forma decreciente el PRD, el PT, el PANAL, el PVEM, el PMC, y en último término el PRI.

6.5. Actitud hacia las elecciones y el voto

El análisis de frecuencias sobre la actitud hacia las elecciones presidenciales, señala que: el 5.947% (27) de los (as) estudiantes observan las elecciones totalmente negativas, el 12.78% (58) las consideran negativas, el 24.01% (109) se mostraron indiferentes, el 41.41% (188) las aprecian positivas, y el 15.86% (72) las perciben totalmente positivas.

Así también, el análisis de frecuencias acerca de la actitud hacia el voto, como se observa en la tabla 19, describe que: 12 (2.6%) estudiantes consideraron muy negativo votar, 26 (5.7%) lo pensaron negativo, 85 (18.7%) se mostraron indecisos, 182 (40.1%) lo razonaron positivo, y 149 (32.8%) creyeron muy positivo votar en el proceso electoral.

Tabla 19. ¿En qué medida consideras que votar en las elecciones de 2012 es?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy negativo	12	2.6	2.6	2.6
Negativo	26	5.7	5.7	8.4
Indeciso	85	18.7	18.7	27.1
Positivo	182	40.1	40.1	67.2
Muy positivo	149	32.8	32.8	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, como se manifiesta en la tabla 20: 4 (.9%) estudiantes opinaron que era muy malo votar, 21 (4.6%) lo consideraron malo, 93 (20.5%) se expresaron indecisos, 182 (40.1%) lo puntuaron como bueno, y 154 (33.9%) dijeron que votar en las elecciones es muy bueno.

Tabla 20. ¿En qué medida consideras que votar en las elecciones de 2012 es?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy malo	4	.9	.9	.9
Malo	21	4.6	4.6	5.5
Indeciso	93	20.5	20.5	26.0
Bueno	182	40.1	40.1	66.1
Muy bueno	154	33.9	33.9	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

También se aprecia en la tabla 21 que: 9 (2.0%) estudiantes consideraron muy inútil votar, 44 (9.7%) opinaron que es inútil, 108 (23.8%) se manifestaron indecisos, 159 (35.0%) lo pensaron útil, y 134 (29.5%) estimaron muy útil votar en el proceso electoral.

Tabla 21. ¿En qué medida consideras que votar en las elecciones de 2012 es?

Categorías	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy inútil	9	2.0	2.0	2.0
Inútil	44	9.7	9.7	11.7
Indeciso	108	23.8	23.8	35.5
Útil	159	35.0	35.0	70.5
Muy útil	134	29.5	29.5	100.0
Total	454	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de frecuencias sobre la actitud hacia el proceso electoral, así como hacia el acto de votar en los comicios de 2012, revela la existencia de una buena actitud respecto a ambos objetos.

6.6. Intención de Voto

Se realizaron además una serie de análisis de frecuencias de los 454 participantes, sobre la variable intención de voto. El análisis de frecuencias de esta variable manifiesta que 37 (8.1%) estudiantes dijeron estar seguros de no votar, 14 (3.1%) mencionaron que casi no estaban seguros de votar, 52 (11.5%) se declaró indeciso, 74 (16.3%) se pronunciaron por estar casi seguros que votarían, mientras que 277 (61.0%) estuvieron seguros que votarían en las elecciones.

Por último, se realizó un análisis de regresión múltiple para exponer los factores y variables que explicaron la intención de voto. Los componentes que se sometieron al análisis de regresión como variables independientes fueron: las creencias hacia las elecciones, los agentes de socialización política, las formas de participación política, la identidad partidista y las actitudes políticas; y, como variable dependiente: la intención de voto.

Como se puede observar en la tabla 22, los factores que se relacionan positivamente o explicaron la intención de voto son: las elecciones son útiles, el grupo de influencia primario y la participación política no convencional moderada.

Tabla 22. Factores de las dimensiones de creencias, socialización y participación política explicativos de la intención de voto.

Factores (variables independientes)	Coeficientes no Estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Niveles de significación
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	4,189	,057		74,079	,000
Creencias					
Las elecciones son democracia	,075	,069	,054	1,086	,278
Las elecciones son un engaño	,004	,069	,003	,064	,949
Las elecciones son un negocio	-,023	,070	-,016	-,330	,742
Las elecciones son algo inútil*	-,226	,073	-,157**	-3,094	,002***
Socialización política					
Agentes de socialización política primarios*	,122	,059	,098**	2,075	,039***
Agentes de socialización política secundarios	-,003	,061	-,002	-,048	,962
Participación política					
Participación política no convencional radical	-,059	,060	-,048	-,983	,326
Participación política no convencional moderada*	,138	,063	,111**	2,199	,028***
Participación política convencional oficial	,028	,063	,022	,446	,656
Participación política convencional no oficial	,007	,058	,006	,120	,905

Nota. Variable dependiente: Intención de voto. *Factor (variable independiente) explicativo de la intención de voto. **Valor de la (r) de Pearson. ***La correlación es significativa al nivel de 0.05.
Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, el componente de la identificación partidista que explicó la intención de voto fue la identidad hacia el PAN, como se expone en la tabla 23.

Tabla 23. Factor (variable) de la identificación partidista explicativo de la intención de voto.

Factores (variables independientes)	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Niveles de significación
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	3,808	,173		22,013	,000
Identificación partidista					
Identificación con el PRD	,063	,067	,066	,951	,342
Identificación con el PAN*	,112	,047	,117**	2,382	,018***
Identificación con el PRI	,013	,072	,010	,183	,855
Identificación con el PT	,009	,082	,008	,109	,913
Identificación con el PVEM	-,056	,072	-,046	-,769	,442
Identificación con el PANAL	-,037	,068	-,031	-,539	,590
Identificación con el PMC	,064	,073	,053	,871	,384

Nota. Variable dependiente: Intención de voto. *Factor (variable independiente) explicativo de la intención de voto. **Valor de la (r) de Pearson. ***La correlación es significativa al nivel de 0.05.

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se observa en la tabla 24, que la actitud hacia el acto de votar, así como la actitud hacia el proceso electoral presidencial de 2012 son variables explicativas de la intención de voto.

Tabla 24. Variables actitudinales explicativas de la intención de voto.

Variables independientes	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Niveles de significación
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	1,260	,230		5,469	,000
Actitudes					
Actitud hacia el proceso electoral presidencial*	,486	,049	,425**	9,974	,000***
Actitud hacia el voto*	,299	,091	,238**	3,295	,001***

Nota. Variable dependiente: Intención de voto. *Variable independiente explicativa de la intención de voto. **Valor de la (r) de Pearson. ***La correlación es significativa al nivel de 0.05.

Fuente: Elaboración propia.

En base a los resultados que arrojó el análisis de regresión múltiple, se puede concluir que los factores que explicaron la intención de voto en el proceso electoral presidencial de 2012, fueron en forma decreciente: la actitud positiva hacia las elecciones presidenciales, la actitud positiva hacia el voto, la creencia de que la elección presidencial es un proceso inútil, la identificación con el PAN, la participación política no convencional moderada y los agentes de socialización política primarios.

7. Discusión

Este estudio tuvo como objetivo descubrir los factores de la cultura política que explicaron la intención de voto en estudiantes de licenciatura de la UANL ante elección presidencial de 2012. Se encontró que el estudiantado manifiesta creencias positivas y negativas sobre los procesos electorales, aunque con una inclinación muy alta a votar en tales comicios, ya que el primer factor que determinó la intención de voto fue la creencia de que las elecciones son un proceso útil.

Los estudiantes participantes, también expresan una variabilidad de formas de participación política convencionales y no convencionales. Esto se explica posiblemente en cuanto que señalaron al entorno de amistades y familiar como principales agentes de socialización política, a los cuales otorgan mayor importancia a la hora de participar en las elecciones. Tales resultados son similares a los informes de otros estudios (Latinobarómetro, 2011; ENCUP, 2012) donde se expone que la gente prefiere el espacio familiar para compartir los asuntos de orden político.

Así como los agentes de socialización primarios fueron uno de los factores que explicaron la intención de voto, los datos del presente trabajo, indican que otro de los factores que determinó la intención de voto en las elecciones pasadas, fue la participación política no convencional moderada, que consiste esencialmente en el cuestionamiento político hacia quienes están en el poder a través de los principales medios de comunicación electrónica. Esta forma de participación política mediante medios digitales, se diferencia en parte con los resultados del estudio sobre la participación política de estudiantes universitarios de Murga Frassinetti (2009), ya que éste no contempla la participación política mediática, que al menos en el contexto de las elecciones pasadas, se presentó como una experiencia relevante entre la juventud mexicana.

Del mismo modo, con la excepción de la identificación que los estudiantes tienen con respecto al PAN, la identidad partidista del estudiantado en estos procesos, en general resultó muy baja, lo que plantea que este sector social prácticamente no se identifica con los partidos políticos, lo que corresponde con los planteamientos de Beck (2002) y de Woldenberg (2009) respecto al desencanto de la política en la actualidad.

Por otro lado, los estudiantes mencionaron tener una actitud positiva sobre el acto de votar, así como de las elecciones, lo que convierte a la actitud política en otro de los factores explicativos. Sintetizando, el análisis de regresión muestra que la intención de voto la explican los siguientes factores: la utilidad que se le confieren a las elecciones, probablemente por el cambio de poder como factor democrático que ello implica, la influencia de los grupos primarios como los amigos y la familia, la participación política no convencional moderada, que conlleva al cuestionamiento de los grupos en el poder a través de los distintos medios de comunicación y la actitud positiva hacia las elecciones y el voto.

8. Conclusiones

Como se ha señalado en infinidad de estudios, la desconfianza hacia los partidos ha llevado a las personas a no identificarse, ni a querer que se les asocie con ellos. Esto por la imagen negativa que se tiene de los mismos. De igual manera, la visión negativa de las elecciones consideradas como un negocio tiene sentido en cuanto que la estructura electoral mexicana es de las más caras del mundo (Crespo, 2010).

Debido a la desconfianza que impera sobre la política, la juventud se vuelca a espacios de socialización política como la familia. Precisamente, la intención de voto puede ser explicada por este factor centrado en lo familiar, pero como se mencionó, la participación política no convencional moderada y la creencia

de utilidad de las elecciones para el cambio de gobierno, jugaron también un papel determinante en la intención de voto.

En definitiva, los estudiantes universitarios tienen una cultura política que se puede definir como conservadora y en parte crítica. Lo primero porque comparten al igual que el IFE, que el acto de votar es la mejor forma en la que pueden cambiar a los que tienen el poder, y lo segundo porque participan mediante los medios de comunicación electrónica en la crítica política; lo cual, sin lugar a dudas, se puede convertir en una posibilidad de espacio público deliberativo de los asuntos públicos, para la construcción de una cultura política de participación democrática.

Referencias

- Acevedo Tarazona, Á., & Samacá Alonso, G. (2012). Juventud y protesta social hoy: por un análisis retrospectivo. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 10 (1), 15-25. Recuperado el 3 de octubre de 2012, de la base de datos EBSCO.
- Ai Camp, R. (2000). La política en México. México: Siglo XXI.
- Albarrán Lozano, I., Guillén Estany, M. & Ayuso Gutiérrez, M. (2008). Modelo de regresión lineal múltiple y modelos de elección discreta (logit, probit, multinomiales y censurado). En J. P. Lévy Mangin (dirs.). *Análisis multivariable para las ciencias sociales* (pp. 277-326). Madrid: Pearson Educación.
- Almond, G. A. & Verba, S. (1970). *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Madrid: FOESSA.
- Ancor Rodríguez, J. (2012). *Informe de actividades correspondiente al año 2012* (Versión electrónica). Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado el 3 de mayo de 2013, de <http://www.uanl.mx/sites/default/files2/informe2012web.pdf>
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós.
- Aruguete, N & Muñoz, C. (2012). Hábitos comunicativos y política. Efectos en las actitudes políticas de la población mexicana. *Anagrama*, 10 (20), 129-146. Recuperado el 14 de mayo de 2013, de la base de datos EBSCO.
- Baena Paz, G. (2008). Miedo, seguridad humana y participación política. En M. Singer Sochet (coord.). *Participación política desde la diversidad* (pp. 403-424). México: UNAM y Plaza y Valdés.
- Basáñez, M. (1996). *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*. México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2006). *En busca de la política*. México: FCE.
- Beck, U. (2002). Hijos de la libertad: contra las lamentaciones por el derrumbe de los valores. En U. Beck (comp.). *Hijos de la libertad* (pp. 7-32). México: FCE.
- Benedicto, J. (2004). La construcción de los universos políticos de los ciudadanos. En J. Benedicto & M. L. Morán (Eds.). *Sociedad y política. Temas de sociología política* (pp. 227-267). Madrid: Alianza.
- Castoriadis, C. (2006). *Una sociedad a la deriva*. Buenos Aires: Katz.
- Cea D'Ancona, Ma. Ángeles. (2001). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis Sociológica.
- Cockcroft, J. D. (2001). *América Latina y Estados Unidos. Historia política país por país*. México: Siglo XXI.
- Latinobarómetro. (2011). Informe 2011. Chile. Recuperado el 29 de noviembre de 2012, de <http://www.latinobarometro.org>
- Crespo, J. A. (2010, 17 de noviembre). La "democracia" más cara. *El Universal*. Recuperado el 15 de abril de 2013 de, <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/50649.html>
- Cheresky, I. (2007). Los desafíos democráticos en América Latina en los albores del siglo XXI. En I. Cheresky (comp.). *Elecciones presidenciales y giro político en América Latina* (pp. 19-49). Buenos Aires: Manantial.
- Dahl, R. (1971). *La poliarquía: participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
- Durand, V. M. (2004). *Ciudadanía y cultura política: México 1993-2001*. México: Siglo XXI.
- Duverger, M. (1983). *Sociología de la política*. México: Ariel.
- Echebarría, A. & Álvarez Bermúdez, J. (1996). Representaciones sociales de la democracia y el sistema electoral: estudio comparativo entre México y el país Vasco. *Psicología social*, 2, pp. 47-69.
- ENCUP. (2008). Cuarta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Versión electrónica). Recuperado el 28 de agosto de 2009, de www.encup.gob.mx
- ENCUP. (2012). Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (Versión electrónica). Recuperado el 28 de noviembre de 2012, de www.encup.gob.mx
- Garza Ramírez, E. (1985). *Nuevo León 1985, un ensayo sobre las condiciones y perspectivas de la transmisión del poder público*. FCPYAP, UANL.
- Garza Talavera, R. De la. (2008). Participación política y jóvenes en México: el movimiento estudiantil de la UNAM 1999-2000. En M. Singer Sochet (coord.). *Participación política desde la diversidad* (pp. 181-206). México: UNAM y Plaza y Valdés.
- Garretón, M. A. (2007). Elecciones presidenciales y nueva problemática histórica. En I. Cheresky (comp.). *Elecciones presidenciales y giro político en América Latina* (pp. 51-63). Buenos Aires: Manantial.
- Gómez Tagle, S. (2007). Las elecciones del 2 de julio en la consolidación del pluralismo político. En I. Cheresky (comp.). *Elecciones presidenciales y giro político en América Latina* (pp. 149-184). Buenos Aires: Manantial.
- Gutiérrez Garza, E. & Infante Bonfiglio, J. M. (2009). Interés por la política e identificación partidista. En *Perfil del elector neoleonés* (pp. 119-149). México: CEE, Nuevo León.
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro*. Estudios de teoría política. Barcelona: Paidós.
- Held, D. & McGrew, A. (2003). *Globalización/Antiglobalización. Sobre la reconstrucción del orden mundial*. Barcelona: Paidós.
- Inglehart et al, R. (1994). *Convergencia en Norteamérica. Comercio, política, cultura*. México: Siglo XXI.
- Instituto Mexicano de la Juventud. (2006). Encuesta Nacional de Juventud 2005. México. Recuperado el 4 de octubre de 2012, de <http://www.redetis.org.ar/media/document/docdetrab.encuestanacionaldejuventud2005.institutomexicanodejuventud.pdf>
- Instituto Mexicano de la Juventud. (2011). Encuesta Nacional de Juventud 2010. México. Recuperado el 4 de octubre de 2012, de http://cendoc.imjuventud.gob.mx/sin_registro/Presentacion/Encuesta_Nacional_de_Juventud2010_Resultados_Generales_18nov11.pdf

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011). Censo de Población y Vivienda 2010. México. Recuperado el 4 de octubre de 2012, de <http://www.censo2010.org.mx/>
- Jaspars J. & Hewstone. (2008). La teoría de la atribución. En S. Moscovici (coord.). *Psicología social II* (pp. 415-438). Barcelona: Paidós.
- Jodelet, D. (2008). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici (ed). *Psicología social II* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Kuschick, M. (2007). Investigación político-electoral. Elección presidencial en México, 2006, 22 (65), 189-216. Recuperado el 21 de diciembre de 2012, de la base de datos EBSCO.
- Lagroye, J. (1994). *Sociología política*. México: FCE.
- Mendoza Enríquez, H. (2011). Los estudios sobre la juventud en México. *Espiral, Estudios Sobre Estado y Sociedad*, XVIII (52), 193-224. Recuperado el 30 de mayo de 2013, de <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/espiral/espiralpdf/espiral52/sociedad1.pdf>
- Meyer, L. (1995). *Liberalismo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*. México: OCEANO.
- Miller, W. L. (1997). Los métodos cuantitativos. En D. Marsh & G. Stoker (eds.). *Teoría y métodos de la ciencia política* (pp. 161-179). Madrid: Alianza.
- Montmollin, G. (2008). El cambio de actitud. En S. Moscovici (coord.). *Psicología social I* (pp. 117-173). Barcelona: Paidós.
- Morán, M. L. (1999). Los estudios de cultura política en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 85 (99), 97-129. Recuperado el 31 de marzo de 2010, de la base de datos Dialnet.
- Moreno, A. (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México: FCE.
- Murga Frassinetti, A. (2009). La participación política de los estudiantes universitarios en el primer gobierno de alternancia en México (Versión electrónica) (XXI). Recuperado el 10 de diciembre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/102/10211819002.pdf>
- Ortega Ortiz, R. Y. (2010). De la hegemonía al pluralismo: elecciones presidenciales y comportamiento electoral, 1976-2006. En S. Loaeza y J-F. Prudhomme (coord.). *Los grandes problemas de México. Instituciones y procesos políticos XIV* (pp. 405-447). México: El Colegio de México.
- Pareja Sánchez, N. (2008). La comunicación política y las elecciones de 2006. La teoría de la comunicación y la validez de la elección presidencial (Versión electrónica). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, L (202), 13-32. Recuperado el 5 de febrero de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/src/Inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=42112607002>
- Peñaloza, P. J. (2010). *La juventud mexicana. Una radiografía de su incertidumbre*. México: Porrúa.
- Piña Osorio, J. M. (2008). La cultura ciudadana en estudiantes universitarios. En M. Singer Sochet (coord.). *Participación política desde la diversidad* (pp. 207-235). México: UNAM y Plaza y Valdés.
- Ramos Lara, E. (2006). El estudio de la cultura política en México. En M. A. González Pérez (Coord.). *Pensando la política. Representación social y cultura política en jóvenes mexicanos* (pp. 91-118). México: Plaza y Valdés.
- Ramírez, R. (2012). *Caosopolis. Apuntes para tratar de entender la rutina de las ciudades mexicanas*. México: oficio.
- Reyes del Campillo, J. (2012). 2012. Elecciones sembradas de dudas. *El Cotidiano*, (175), 37-47.
- Rodríguez Burgos, K. E. (2010). *Percepciones y valores asociados a la democracia*. Disertación doctoral de Ciencias Políticas no publicada. UANL, México.
- Sabucedo, J. M. (1988). Participación política. En J. Seoane & Á. Rodríguez (Eds.). *Psicología política*. (pp. 165-194). Madrid: Pirámide.
- Sánchez García, F. R. (2011). *La cultura política, identidad política y gobernabilidad en Monterrey*. Disertación doctoral de Ciencias Políticas no publicada. UANL, México.
- Tejera Gaona, H. (2000). Cultura de la política, campañas electorales y demandas ciudadanas en la ciudad de México. *Perfiles Latinoamericanos*, 16, 53-74. Recuperado el 20 de junio de 2012, de la base de datos Dialnet.
- Touraine, A. (2006). *¿Qué es la democracia?* México: FCE.
- Valverde Viesca, Karla. (2008). Condición y participación juvenil en Latinoamérica. En M. Singer Sochet (coord.). *Participación política desde la diversidad*. México: UNAM y Plaza y Valdés.
- Uriarte, E. (2001). La crisis de la imagen de la política y de los partidos políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación (Versión electrónica). *Revista de Estudios Políticos*, (111), 45-64. Recuperado el 3 de mayo de 2013, de dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=27646&orden...
- Valverde Viesca, Karla. (2008). Condición y participación juvenil en Latinoamérica. En M. Singer Sochet (coord.). *Participación política desde la diversidad*. México: UNAM y Plaza y Valdés.
- Vallès, J. M. (2008). *Ciencia política. Una introducción*. Barcelona: Ariel.
- Vázquez-Ceballos, C. A. (2011). La participación ciudadana juvenil como un recurso externo al gobierno. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1 (9), 45-59. Recuperado el 3 de octubre de 2012, de la base de datos EBSCO.
- Welzel, Ch. & Inglehart, R. (2008). El rol de la gente común en la democratización. Recuperado el 25 de noviembre de 2012, de http://www.journalofdemocracyen espanol.cl/pdf/welzel_inglehart.pdf
- Woldenberg, J. (2006). *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. México: Cal y Arena.
- Woldenberg, J. (2009). *El desencanto*. México. Cal y Arena.