

Enero - junio 2012

12

**REVISTA MEXICANA
DE OPINIÓN PÚBLICA**

REVISTA MEXICANA DE OPINIÓN PÚBLICA

Directora

Alma Iglesias González

Director adjunto

Ricardo de la Peña Mena

Editora

Claudia Ramírez Cisneros

Corrección de estilo

Enrique Vera Morales

Claudia Ramírez Cisneros

Eva Alejandra Mota Coyotécatl

Asistentes de edición

Eva Alejandra Mota Coyotécatl

Tania Daniela Jiménez Sánchez

Viñetas

Carlos Gutiérrez Angulo

Diseño gráfico

Ernesto E. Morales Escartín

Cuidado de la edición

Claudia Ramírez Cisneros

Consejo Editorial

Francisco Abundis

Claudia Bodek

Jorge Buendía

Fernando Castañeda

Fernando Castaños

Delia Crovi

Israel Cruz

Rafael Giménez

Ricardo de la Peña

María de las Heras

Alma Iglesias

Daniel Lund †

Lauro Mercado

Alejandro Moreno

Jacqueline Peschard

Nora Rabotnikof

Rafael Reséndiz

Florence Toussaint

Helene Varela

Parametría

UNAM - FCPyS

Ipsos - Bimsa

UNAM - FCPyS

UNAM - Instituto de
Investigaciones Sociales

UNAM - FCPyS

UNAM - Ricco Mercadeo

Arcop

Investigaciones Sociales

Aplicadas

Demotecnia

UNAM - FCPyS

Mundamericas

Mercaei

Periódico Reforma

IFAI - UNAM

UNAM - Instituto de

Investigaciones

Filosóficas

UNAM - FCPyS

UNAM - FCPyS

Universidad

Iberoamericana

Copyright ©

Derechos reservados conforme a la ley.
Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Circuito exterior Mario de la Cueva s/n

Ciudad Universitaria

México, D.F.

04510 México

ISSN-1870-7300

Certificados de licitud de título 13597

Certificados de licitud de contenido 11170

Número de Reserva al Título en Derechos de Autor

04-2007-071110140000-102

Impreso y hecho en México.

Revista Mexicana de Opinión Pública, número 12, enero-junio de 2012, es una publicación semestral, editada por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Circuito Cultural Mario de la Cueva, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, delegación Coyoacán. Los artículos publicados

están sujetos a dictaminación. Editora responsable: Claudia Ramírez Cisneros. Número de Certificado de Licitud de Título: 13597. Número de Certificado de Licitud de Contenido: 11170. Número de Reserva al Título en Derechos de Autor: 04-2007-071110140000-102. ISSN: 1870-7300. Distribuida por la Dirección General de Fomento Editorial, Av. IMAN, núm. 5, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, delegación Coyoacán. Impresa en Formación Gráfica S.A. de C.V., Calle Matamoros núm. 112, Col. Raúl Romero, Ciudad Nezahualcóyotl, Edo. de México, C.P. 57630.

Esta publicación no puede ser reproducida ni en todo ni en parte, ni registrada en, o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito del(l) autor(es) y de la Universidad Nacional Autónoma de México.

ÍNDICE

Presentación

7

Artículos

Los nuevos espacios de la comunicación política en el proceso electoral de 2012 en México. La ficción televisiva y la Reforma Electoral de 2007-2008 **13**
Norma Pareja Sánchez

La percepción sobre la seguridad pública como determinante del voto en la opinión pública en México **31**
Ricardo Gómez Vilchis

Creando ciudadanos comprometidos. Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes **55**
Carlos Muñiz

Jóvenes, "¿un lujo de clase?" Juventud y actitudes políticas hacia el 2012. **77**
Victoria Isabela Corduneanu

La construcción de oposición en la opinión pública: el caso de las elecciones locales en México, 2010 **97**
René Valdiviezo Sandoval

Enfoques periodísticos e intenciones de voto en las elecciones para gobernador del estado de Puebla **115**
José Antonio Meyer Rodríguez y Reyna Madai Bañuelos Ramírez

Pronóstico electoral para el Distrito Federal en la elección de 2012 **127**
Murilo Kuschick Ramos

Memoria de la opinión pública

Balance de las elecciones de 1991 en México **149**
Silvia Gómez Tagle

Reseñas

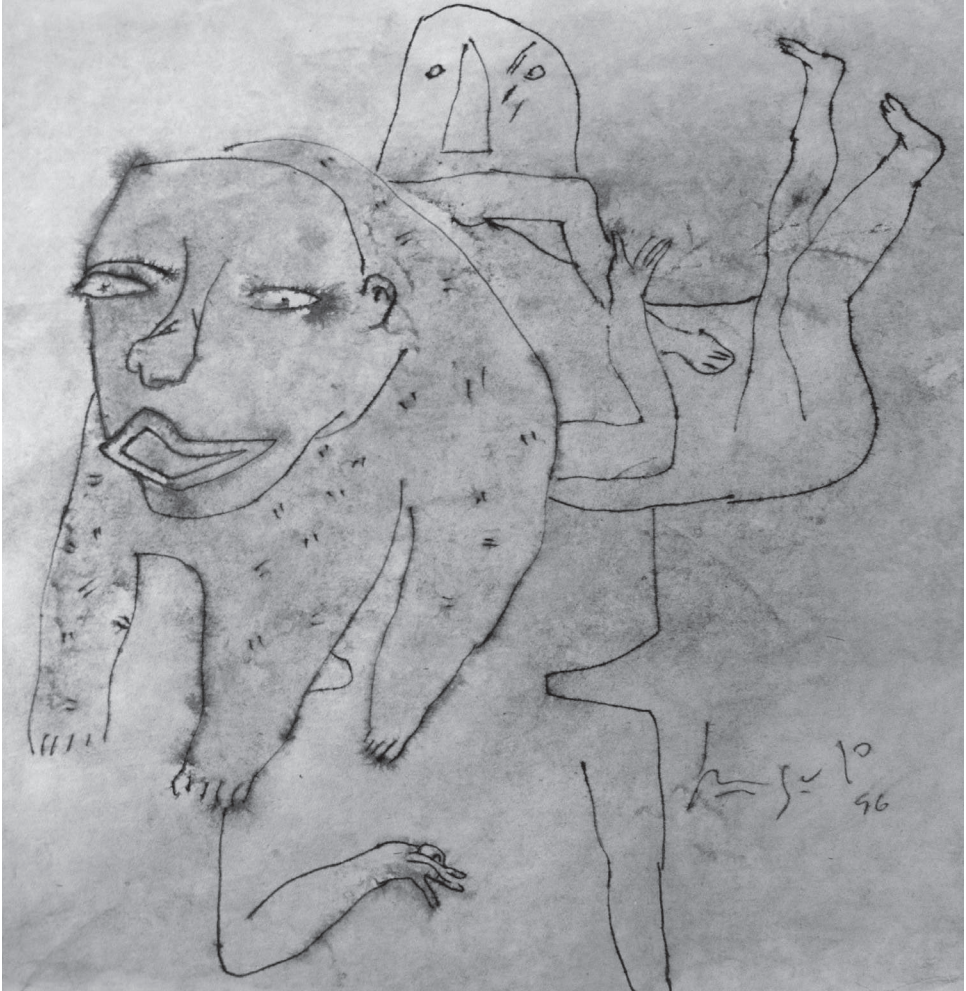
Los estados en el 2010. El nuevo mapa de poder regional, de Gustavo López Montiel, Rosa María Mirón Lince y Francisco Reveles Vázquez **187**

Los árbitros de las elecciones estatales. Una radiografía de su arquitectura institucional, de César Astudillo y Lorenzo Córdova Vianello **193**

Los partidos políticos en el Distrito Federal: avances, estancamientos y retrocesos, (coordinador) Francisco Reveles Vázquez **197**

Colaboradores 201

Instructivo para colaboradores 207



Creando ciudadanos comprometidos

Aportación de los hábitos comunicativos al desarrollo de la sofisticación política entre los jóvenes¹

Carlos Muñiz ²

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

2 Carlos Muñiz: doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca; coordinador de la especialidad en Mercadotecnia Política y Gestión de Medios en la Universidad Autónoma de Nuevo León; carmunizmuriel@gmail.com

Resumen

Una de las principales corrientes de trabajo dentro del estudio de los efectos mediáticos se ha centrado en el análisis de la contribución de los medios al desarrollo de actitudes políticas, entre ellas, la sofisticación política. De hecho, el consumo mediático, aunque también la comunicación interpersonal, puede suponer una contribución al desarrollo democrático de los países a través de la formación de ciudadanos experimentados y comprometidos en el terreno político, en especial de aquellos más jóvenes. Se realizó una encuesta entre estudiantes de los últimos semestres de preparatoria de la zona metropolitana de Monterrey para determinar su nivel de sofisticación política, la contribución de las variables comunicacionales a su desarrollo y si ésta favorece la participación política. Los resultados muestran que cerca del 30% tenía una sofisticación política aceptable, la cual venía explicada por la búsqueda de información política en medios, el consumo de medios escritos y el mantenimiento de conversación política. Además, aquellos sofisticados políticamente también tendían a desarrollar mayor participación política, pero no cívica.

Palabras clave

Sofisticación política, consumo mediático, conversación política, actitudes políticas, participación política.

Creating engaged citizens. Contribution of communication habits to the development of political sophistication among young people.**Abstract**

One of the main trends of media effects research has focused on the analysis of the media contribution to the development of political attitudes, including political sophistication. In fact, media consumption, and also interpersonal communication, can have an important contribution to democratic development of countries, through the education of citizens in the political arena, especially among those younger. A survey was conducted among students from high school last semester of the Monterrey metropolitan area to determine their level of political sophistication, to know the communicative *variables* influence to its development and whether it impacts or not in political participation. Findings show that about 30% of them had an acceptable political sophistication, which had been explained by the search of political information in media, the consumption of print media and maintenance of political conversation. In addition, those politically sophisticated also trend to develop greater political participation, but not citizen participation.

Keywords

Political sophistication, media consumption, political conversation, political attitudes, political participation.

1. Marco teórico**1.1 Los medios y la formación política de los jóvenes**

Una democracia sólida requiere instituciones estables y un sistema político asentado que permita la alternancia en el poder entre las diferentes opciones políticas a través de la celebración

de elecciones libres y justas. Si bien es cierto que la conquista de estos factores es fundamental para lograr un sistema plenamente democrático, no deja de serlo también que no es por sí mismo suficientes. Se requiere de una sociedad civil activa y participativa, que tenga la capacidad de ir más allá de las actividades básicas de democracia, como por ejemplo el voto. Es decir, se necesita superar la denominada "democracia electoral" que carece de una sociedad verdaderamente participativa.³ Es necesario que se involucren en mecanismos de participación ciudadana, como es el asociacionismo o la militancia en organizaciones políticas, lo que ayuda a fortalecer el sistema y promueve el control de la actividad de los representantes políticos. Sin embargo, esta participación no se produce por sí sola, debe ser promovida por las instituciones gubernamentales y requiere de ciertas condiciones innatas al propio individuo.

Así, la participación política tiende a incrementarse en la medida en que el conocimiento ciudadano sobre el sistema político es mayor,⁴ lo que redundaría en una democracia más estable⁵, postura apoyada desde la teoría democrática, que plantea necesario que la ciudadanía tenga un nivel de sofisticación o habilidades políticas elevados para que se fortalezca el sistema político y la propia democracia. Una ciudadanía no informada y no sofisticada es fácilmente manejable y manipulable por las élites.⁶ Sin embargo, los diferentes estudios a nivel internacional continuamente revelan una ciudadanía con un nivel bajo de sofisticación, para quienes la política tiene una mínima importancia frente a otros temas de mayor interés.⁷ En el caso mexicano, los estudios revelan datos similares, con poco más de un 30% de ciudadanos en niveles de media alta o alta sofisticación política, niveles que en cualquier caso son superiores en ámbitos urbanos respecto de aquellos rurales.⁸ Un aumento en estas habilidades llevará a una participación política, especialmente en el ámbito electoral, más reflexiva y basada en propuestas más que en la figura del candidato, algo que – sin embargo – no es claro que se produzca en el contexto mexicano.⁹ Esta falta de implicación ciudadana se ha explicado desde las teorías elitistas, donde se asume que el ciudadano modelo no es tanto el activo sino el potencialmente activo. Por ello, asumiendo que la ciudadanía es heterogénea y no todos estarán interesados en política en la misma proporción, se observa como es realmente importante estudiar cómo el ciudadano toma sus decisiones de forma más satisfactoria a partir de la información con la que cuenta.¹⁰

La sociedad actual hace muy difícil el contacto o acceso directo de los ciudadanos a los contenidos políticos; hay una carencia de conocimiento sobre política, pero ello no quiere decir

3 Jorge Buendía y Fernanda Somuano, vol. 10, núm. 2, "Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México", *Política y gobierno*, Centro de Investigación y Docencia Económicas, Toluca, 2003; Juan Enrique Huerta y Eduardo García, "La formación de los ciudadanos: el papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política", *Comunicación y sociedad*, núm. 10, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2008, pp. 163-189.

4 Buendía y Somuano, *op. cit.*; Brussino y Rabbia, "Análisis psicosocial de las tipologías de vinculación política de Dalton en la Argentina post 2001", *Psicología Política*, vol. 35, PSYLICOM Distribuciones Editoriales, Valencia, 2007; Huerta y García, *op. cit.*; Markus, Prior, "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout", *American Journal of Political Science*, vol. 49, núm. 3, Wiley Blackwell, 2005.

5 Arthur Lupia y Mathew D McCubbins, *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What They Need to Know?*, Cambridge University Press, Cambridge, 1998, 282 pp.

6 Russel J. Dalton, "Citizen politics: public opinion and political parties in advanced industrial democracies", CQ Press, Washington, DC, 4ª ed., 2006.

7 Dalton, *op. cit.*

8 Ma. Marcía Smith y Víctor Manuel Durand, "La acción colectiva y su papel contradictorio en la construcción de la ciudadanía en México", *Estudios Sociológicos*, vol. 13, núm. 38, COLMEX, México, 1995, p. 317.

9 Carlos Vázquez Ferrel, et al., *Perfil del elector neoleonés*, CEE, Monterrey, 2009, 178 pp.

10 Dalton, *op. cit.*

que fallen los mecanismos para su obtención. De hecho, en las sociedades actuales es cada vez mayor la posesión de habilidades y recursos políticos (como la educación o la conciencia política), lo que ha potenciado un proceso de movilización cognitiva.¹¹ Ello se debe a que cada vez el costo de adquirir información es menor, y la habilidad política de la ciudadanía para procesar información es mayor. Sin duda, uno de los recursos que lo ha posibilitado son los medios de comunicación, que se han convertido en verdaderos puentes de transmisión de información, haciendo accesibles y comprensibles los hechos ocurridos en el terreno político para una gran parte de la sociedad.¹² Puede ser que los ciudadanos con mayor edad y que estén más involucrados en el mundo político tengan la capacidad de acceder de forma directa a la información ocurrida en ese terreno y un mayor abanico de recursos cognitivos para procesarla,¹³ pero para una gran parte de la población y, más en particular, para los jóvenes, el conocimiento se realizará de forma indirecta o vicaria, a través de los diferentes actores de socialización, como la familia, los amigos o la escuela.¹⁴ En este terreno, el consumo de noticias y contenidos mediáticos dedicados a la política, y no tanto la exposición genérica a los contenidos de los medios, contribuye a generar un aprendizaje político, en tanto que son fuente primaria de conocimiento político.¹⁵

El concepto de conocimiento político se encuentra íntimamente ligado con el de sofisticación política, puesto que el segundo necesita del primero para su conformación. Desde la teoría democrática se asume que contar con individuos altamente sofisticados en el terreno político es crucial para el buen desarrollo de una democracia, pues éstos serán capaces de ejercer de una manera más eficaz los derechos que como ciudadanos les corresponden.¹⁶ Esto se presenta debido a que estas personas cuentan con estructuras de conocimiento mentales más amplias y mejor organizadas e integradas; poseen un conocimiento más completo y exacto que les permite disponer y utilizar de más y mejores recursos cognitivos para, por ejemplo, tomar una decisión como el voto o realizar otro tipo de participación política.¹⁷ Sin embargo, también las personas con una sofisticación política no tan desarrollada son capaces de tomar decisiones razonadas en el mundo político, a través de un uso efectivo de la información que tienen disponible, aceptando la útil y desechando la superflua;¹⁸ un punto donde los mecanismos intermedios de transmisión de información, como los diferentes actores de socialización política efectiva, juegan un papel preponderante en la toma de decisiones de los menos sofisticados, entre los que podrían encontrarse los ciudadanos más jóvenes.

Por lo general, estas personas que se encuentran en una etapa formativa y que aún son pre-

11 Dalton, *op. cit.*

12 June W. Rhee y Joseph N. Cappella, "The Role of Political Sophistication in Learning From News. Measuring Schema Development", *Communication Research*, vol. 24, núm. 3, SAGE, 1997.

13 Lupia y McCubbins, *op. cit.*

14 Matthijs Elenbaas y Claes H. de Vreese, "The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice Among Young Voters", *Journal of Communication*, vol. 58, núm. 3, Wiley Blackwell, 2008.

15 Jaeho Cho, Dhavan V. Shah, Jack M. McLeod, Douglas M. McLeod, Rossane M. Scholl y Melissa R. Gotlieb; "Campaigns, Reflection, and Deliberation: Advancing an O-S-R-O-R Model of Communication Effects", *Communication Theory*, vol. 19, núm. 1, Wiley Blackwell, 2009.

16 Dalton, *op. cit.*

17 Dan Jackson, "Strategic Media, Cynical Public? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom", *The International Journal of Press/Politics January*, vol. 16, núm. 1, SAGE; 2011; Rhee y Cappella, *op. cit.*

18 Lupia y McCubbins, *op. cit.*

ciudadanos¹⁹ carecen de orientaciones políticas estables y sufren un aprendizaje político más discontinuo que los adultos. Ello, debido a que no poseen, por la propia naturaleza de su edad, la experiencia y sofisticación que ofrece la relación con el sistema y mundo político y la conciencia política que ello genera.²⁰ Esta situación deriva en la posibilidad de que en este estrato social se produzca una relación más fuerte con los medios de comunicación para obtener información sobre política, produciéndose por tanto efectos más fuertes en su sistema de creencias y en la generación de conocimiento. Además, la falta de formación o sofisticación política que ofrece la experiencia las puede llevar a carecer de los mecanismos necesarios para procesar la información, y decidir si aceptan o rechazan los mensajes que les ofrecen los medios.

Los estudios realizados han detectado impactos mediáticos más fuertes entre poblaciones juveniles, siendo más receptivos a los contenidos informativos de las noticias donde se utilizaba un tratamiento informativo estratégico o negativo.²¹ Es decir, noticias donde se plantea la política en términos de enfrentamiento y confrontación entre políticos o desde puntos de vista negativos. También se ha detectado que los jóvenes se ven influidos en un mayor nivel por las noticias de televisión, generándose mayores niveles de interés, conocimiento y confianza que entre los adultos expuestos a los mismos contenidos. Por tanto, se desarrollan más en un terreno de *movilización mediática*, donde se asume que el consumo mediático genera en sus audiencias un mayor compromiso cívico y confianza pública en los asuntos políticos, que en uno de *malestar mediático*, que implica los efectos negativos del consumo mediático sobre las actitudes políticas de los ciudadanos.²² Los estudios realizados en México parecen conducir a una similar conclusión, llegando a afirmar algunos autores que se "puede ser optimista respecto a la cultura política de los preciudadanos".²³ La presente investigación busca detectar qué tanto las diferentes prácticas comunicativas de los estudiantes de bachillerato impactan en su grado de sofisticación política y si ésta deriva en el desarrollo de mayores niveles de participación política y cívica.

1.2 Conceptualización y operacionalización de la sofisticación política

A pesar de que se acepta la existencia de la sofisticación política y que este concepto ha sido abundantemente utilizado en los estudios desarrollados hasta el momento, no existe uniformidad en su conceptualización ni en su operacionalización empírica. Ya el propio Luskin²⁴ criticaba que gran parte de la investigación sobre sofisticación realizada hasta ese momento saltaba rápidamente la definición para centrarse en el terreno operativo. La sofisticación política es un concepto que proviene de dos terrenos académicos diferentes: la ciencia política y la psicología política. Este doble origen genera diferencias epistemológicas en su definición, pues cada investigador, en función de la disciplina de procedencia, pondrá el acento en diferentes aspectos. Así, desde la ciencia política se suele incidir en la vertiente ideológica de los conocimientos políticos

19 Huerta y García, *op. cit.*

20 Elenbaas y de Vreese, *op. cit.*

21 Elenbaas y de Vreese, *op. cit.*

22 Luengo, Óscar G. *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*, Fontamara, México, 2009.

23 Huerta y García, *op. cit.*, p. 184.

24 Robert C. Luskin, "Measuring Political Sophistication", *American Journal of Political Science*, vol. 31, núm. 4, Wiley Blackwell, 1987.

de las personas, mientras que desde la psicología política se trabaja más en el terreno de la recepción de la información y la construcción de conocimiento. A pesar de todo, parece claro que ambas corrientes derivan en un mismo resultado y conclusión: aquellas personas con una alta sofisticación política tienen un conocimiento del sistema político más completo y exacto.²⁵

Al acercarse a las definiciones concretas de sofisticación política, sin duda hay que comenzar por el trabajo de Luskin, pues es quizás uno de los autores más citados en el campo. En su obra, parte de la idea de la existencia de un sistema de creencias personales que los individuos generan con sus experiencias y recepción de información, y que decide su grado de sofisticación, en la medida en que este sistema sea amplio o limitado. Por ello, define la sofisticación como el "número, diversidad y organización (tanto interna como inter-esquemática) de los esquemas políticos de una persona".²⁶ Es decir, cuanto mayor sea la experiencia política de la persona, mayor será su grado de sofisticación. Esta clara unión con el concepto de conocimiento ha llevado a que muchos estudios posteriores²⁷ hayan utilizado el nivel de conocimiento o de información política como sinónimo de la sofisticación, llegándose a definir como "un compromiso intelectual o cognitivo del individuo con los asuntos públicos".²⁸

Sin embargo, otros autores han propuesto que se debe ir más allá de la concepción tradicional que tiende a identificar el conocimiento político con la sofisticación. Así lo señalaron Guo y Moy, quienes proponen que se debe centrar la atención en el interés político, además de en su vertiente cognitiva que conlleva la adquisición y procesamiento de la información, así como la elaboración cognitiva.²⁹ Por tanto, la sofisticación política implicaría la "adición del conocimiento político y el interés por lo político."³⁰ De esta manera, se consigue un indicador que imbrica parte de las dimensiones que componen la cultura política y que deben ser evaluadas para tener una idea de su grado de desarrollo en las sociedades: la cognitiva y la afectiva.

El conocimiento político es un componente cognitivo que refleja el nivel de entendimiento que poseen los ciudadanos sobre el funcionamiento político dentro del cual se encuentran inmersos.³¹ Por su parte, otros autores señalan que éste engloba todos los tipos de conocimiento que sean relevantes para entender y moverse cómodamente en el terreno de lo político.³² Por tanto, se observa que el mantenimiento de un conocimiento correcto y amplio del sistema político es pieza clave para obtener una adecuada y efectiva participación por parte de la ciudadanía³³. Sin embargo, el mayor o menor conocimiento sobre el sistema no implica *per se* la participación política del ciudadano. Se requiere un grado de implicación e interés hacia todo lo relacionado con la política para que este involucramiento vaya más allá del simple ejercicio

25 Jackson, *op. cit.*

26 Luskin, *op. cit.*, p. 860.

27 John R. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, Nueva York, 1992; Buendía y Somuano, *op. cit.*

28 Claes H. de Vreese, Hajo G. Boomgaarden y Holli A. Semetko, "(In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union", *Communication Research*, vol. 38, núm. 2, SAGE, 2011, p. 183.

29 Zhongshi Guo y Patricia Moy, "Medium or Message? Predicting Dimensions of Political Sophistication", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 10, núm. 1, Oxford Journals, 1998.

30 Huerta y García, *op. cit.*, p. 166.

31 Brussino y Rabbia, *op. cit.*

32 Marta Fraile, "La influencia del conocimiento político en la decisión del voto", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 120, CIS, Madrid, 2007.

33 Prior, *op. cit.*

del voto. Al respecto del interés hacia la política, Dalton³⁴ señala que éste presenta una cierta especialización, pues no a todos los ciudadanos les interesan los mismos temas. Ello llevará a que, cuando se tomen decisiones sobre temas que son de especial interés para el ciudadano, se desarrollen mayores niveles de sofisticación política. En cualquier caso, se ha indicado que el interés es, sin lugar a dudas, uno de los principales indicadores de la cultura política,³⁵ pudiendo llegar a suponer una variable que permite distinguir entre los ciudadanos claramente activos y aquellos otros que pueden considerarse pasivos a nivel político.³⁶

Aunque en la literatura en lengua española, y más en concreto en el ámbito mexicano, este concepto político no es muy utilizado, se pueden encontrar ejemplos que han tendido a vincular estos dos aspectos de interés y conocimiento en la definición de la sofisticación.³⁷ Quizás uno de los primeros trabajos al respecto sea el de Smith y Durand,³⁸ quienes definen la sofisticación política como un indicador que permite detectar a "los más capacitados en la política, así como a los públicos intermedios y a los despoltizados". A los elementos importantes de la política para la persona y la información sobre objetos políticos, los autores unen la capacidad o competencia para conceptuar la política y para discriminar entre varias fuerzas o actores. Conectan así con la idea ya señalada por Dalton,³⁹ para quien existe una estructura básica en el núcleo de las creencias políticas, un marco ideológico (*ideological framework*), que permite a los más sofisticados juzgar los asuntos políticos en términos ideológicos de manera coherente.

Entrando en el terreno operacional de la sofisticación política, de nuevo se encuentra una disparidad de modelos y propuestas para su medida. Algunos autores han utilizado variables relativas a la educación formal, aunque cabe decir que es dudoso que estos indicadores reflejen perfectamente el tipo de sofisticación política de las personas, como los propios autores reconocen.⁴⁰ Otros investigadores,⁴¹ quizá la corriente más importante, han utilizado escalas de conocimiento político. Sin duda, dentro de esta corriente hay autores que entienden que para tener una buena medición no hay que ceñirse a preguntas que evalúen el grado de conocimiento de los hechos generales, sino que es necesario profundizar para conocer las estructuras organizativas de conocimiento o esquemas.⁴²

Finalmente, otros autores han asumido que una buena medición de la sofisticación política conlleva la suma del conocimiento político con el nivel de interés demostrado por las personas hacia los asuntos públicos.⁴³ Así, estos investigadores trabajan con índices aditivos de conocimiento político y de interés, pero en el que se pondera el conocimiento para hacer que su peso sea el doble frente al del interés. Ello parece ser coherente con una medición adecuada de sofis-

34 Dalton, *op. cit.*

35 Luengo, *op. cit.*

36 José Sabucedo y Duncan Cramer, "Sociological and psychological predictors of voting in Great Britain", *Journal of Social Psychology*, vol. 131, núm. 5, Taylor and Francis, 1991.

37 Vázquez Ferrel *et al.*, *op. cit.*

38 Smith y Durand, *op. cit.*

39 Dalton, *op. cit.*

40 Nicholas A. Valentino, Matthew N. Beckmann y Thomas A. Buhr, "A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government", *Political Communication*, vol. 18, núm. 4, Taylor and Francis, 2001.

41 Ignacio Lago y Ferrán Martínez, "Una metodología alternativa para estimar los efectos de las campañas electorales", *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 11, AECPA, Madrid, 2004.

42 Rhee y Cappella, *op. cit.*

43 Buendía y Somuano, *op. cit.*; Boomgaarden de Vreese y Semetko, *op. cit.*; Smith y Durand, *op. cit.*

tificación política, en tanto que aunque el interés refleja una actitud hacia la política, no tiene por qué explicar una correcta formación para participar en ella.

1.3 Factores explicativos de la sofisticación política

El análisis de los factores explicativos de la sofisticación política ha sido amplio, y los diferentes estudios han detectado una gran variedad de elementos que hacen que éste aumente o disminuya. Diversos autores han demostrado el importante impacto que el nivel educativo tiene en el desarrollo de ciudadanos políticamente involucrados y sofisticados. Por ejemplo, se ha detectado que la educación y el interés son predictores más fuertes del conocimiento político que el consumo de medios.⁴⁴ Otros autores unen a este listado de variables explicativas otras como el conocimiento cívico, el nivel de ingresos aunque con un peso menor, o el sexo, siendo más sofisticados los hombres.⁴⁵ Datos también contrastados en el contexto mexicano.⁴⁶

Sin duda, entre esos otros factores predictivos se encuentran los hábitos comunicativos de los ciudadanos.⁴⁷ Desde los años setenta, coincidiendo con la expansión de la televisión, se ha debatido acerca de los efectos mediáticos en el terreno político.⁴⁸ A partir de las propuestas del malestar mediático (*media malaise*) se asume su impacto en la generación de desconfianza, alienación y desinterés políticos entre la audiencia. Se propone, por ejemplo, la existencia de una *espiral del cinismo* fomentada por el tratamiento que los medios hacen de la información política,⁴⁹ especialmente durante campañas electorales, donde se privilegia el enfoque *estratégico* sobre el *temático*, que ofrece al ciudadano información sobre enfrentamientos o sondeos en detrimento de propuestas programáticas de candidatos y partidos. Frente a esta postura, se ha sugerido que el consumo mediático puede derivar en efectos positivos a nivel político. Así se indica desde la *teoría del círculo virtuoso*,⁵⁰ al apuntar que las personas más activas políticamente accederán a contenidos informativos y acrecentarán su información, generando a su vez mayor activismo en todas sus facetas. Se produce una relación recíproca pero asimétrica, pues se ha detectado que es mayor el impacto de las variables comunicativas sobre las políticas.⁵¹

En su trabajo, Crespo recuerda que los ciudadanos de las democracias occidentales no mantienen en general niveles elevados de involucramiento y conocimiento de la política, pero ello no quiere decir que sean políticamente ignorantes y estén totalmente alejados del funcionamiento del sistema.⁵² Al contrario, la extensión de una mayor red mediática conlleva un aumento de posibilidades de obtención de información política a través de sus programas. En este sentido, se considera que la sofisticación política depende en gran medida de los medios, ya que éstos

44 Rhee y Cappella, *op. cit.*

45 Prior, *op. cit.*

46 Huerta y García, *op. cit.*

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

48 Dalton, *op. cit.*

49 Joseph N. Cappella y Kathleen H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Oxford University Press, Nueva York, 1997.

50 Pippa, Norris, *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-industrial Democracies*, Oxford University Press, Oxford, UK, 2000.

51 Rojas, *op. cit.*

52 José Antonio Crespo, "La cultura política de la consolidación democrática", en Alicia Mayer (ed.), *México en tres momentos: 1810-1910-2010*, 2007.

ayudan a entender la realidad y evaluar el desempeño de los cargos públicos y sus políticas, incluso por encima de la experiencia personal.⁵³ Una parte de la ciudadanía no accederá a ellos, al carecer de la motivación necesaria; otros lo harán de forma accidental, obteniendo una información muy superficial; sin embargo, otros se convierten en procesadores profundos de sus contenidos políticos.⁵⁴ Algunas actitudes y predisposiciones previas de la persona como el conocimiento o su motivación hacia la política guiarán la relación con los medios. Pero una vez establecida ésta, hay que distinguir entre la exposición genérica a los medios y la atención particular a sus contenidos.

Los estudios previos han constatado que el tipo de medio tiene una fuerte influencia sobre estas actitudes. Se ha detectado que la sofisticación política explicada por la televisión tiende a disminuir, mientras que el consumo o exposición global a la prensa ocasiona que aumente.⁵⁵ Otros estudios han encontrado que las personas que consumen frecuentemente la prensa y se basan en la información aprendida en ella para elaborar sus esquemas desarrollan un mayor nivel de conocimiento político que aquellos expuestos a la televisión.⁵⁶ Curiosamente, la televisión se desempeña mejor, no tanto en aumentar el conocimiento como se ha visto, sino en generar mayor interés político y en activar el procesamiento de la información de las noticias. Ello parece llevar a la idea de que aquellos que consumen ambos medios, además de desarrollar mayor movilización política, aprenderán más y tendrán un procesamiento de la información más activo, que también implica la posibilidad de rechazar la información recibida. Estos resultados dispares sugieren formular la siguiente pregunta de investigación que buscará ser respondida:

P11: ¿Qué tanto y cómo la exposición a los diferentes medios de comunicación explica el nivel de sofisticación política de los encuestados?

Con todo, la exposición genérica a los medios no hace cambiar en gran medida las actitudes políticas de las audiencias,⁵⁷ sino que más bien será el consumo de los contenidos de los medios o *atención* prestada por el individuo a ellos, lo que determinará en última instancia el peso de la influencia mediática sobre las actitudes. En este sentido, la atención a las noticias y contenidos sobre política en los medios es una fuerte variable explicativa de un conjunto amplio de actitudes políticas, entre las que se encuentra el interés y el conocimiento político o directamente la sofisticación política. Sin embargo, los contenidos que buscan el entretenimiento suelen tener un impacto negativo en las actitudes políticas, generando aumento de apatía, desafección, cinismo y alienación políticos.⁵⁸ Es de esperar que se produzca este mismo efecto en los niveles de sofisticación política mantenida por los ciudadanos, lo que lleva a plantear la siguiente hipótesis de trabajo:

53 Mutz Diana C. "Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience", *American Journal of Political Science*, vol. 36, núm. 2, Wiley Blackwell, 1992, pp. 483-508.

54 Prior, *op. cit.*; Jackson, *op. cit.*

55 Rhee y Cappella, *op. cit.*

56 Guo y Moy, *op. cit.*

57 Rhee y Cappella, *op. cit.*

58 Cho et al., *op. cit.*; Huerta y García, *op. cit.*; Prior, *op. cit.*

H11: La atención a contenidos políticos generará un aumento de sofisticación política, mientras que la atención a entretenimiento hará que disminuya.

Pero las prácticas comunicacionales no se circunscriben al consumo mediático, pues también los procesos de comunicación interpersonal a través de la conversación pueden llevar a la generación de cambios en las actitudes políticas de los ciudadanos. Por ejemplo, el tamaño de las redes de comunicación interpersonal contribuye a entender su nivel de sofisticación política.⁵⁹ Otros estudios⁶⁰ han detectado que el nivel en el que se hable con otras personas sobre política hace que aumente el interés, el sentimiento de eficacia política y la participación cívica y, especialmente, política, un efecto que se conseguirá si, junto a la conversación con quienes tienen ideas similares, también se dialoga con los que piensan de forma diferente, lo que promueve el aumento del conocimiento, la complejidad cognitiva y la integración social. Teniendo en cuenta esta evidencia empírica previa, se asume la siguiente hipótesis de investigación:

H12: La conversación, en mayor medida la interpersonal que la interactiva, contribuirá a que aumente la sofisticación política.

La sofisticación política conlleva para la ciudadanía la mejora de sus niveles y calidad de participación en el ámbito político. En los estudios sobre este tópico es habitual vincular los niveles de formación e interés ciudadano, habilidades políticas o sofisticación, con el ejercicio del voto más o menos efectivo y razonado.⁶¹ No obstante, no siempre se genera el impacto en otros ámbitos de la participación. Así, aquellos más sofisticados tienen una disposición mayor a participar políticamente, pero no se detecta la misma relación con la disposición a la participación ciudadana de orden más personal.⁶² Ello se debe a que el conocimiento político, básico para el desarrollo de una adecuada sofisticación, como ya se ha expuesto anteriormente, proporciona claves para entender cómo está estructurado el sistema y cómo funciona, un conjunto de herramientas que le permitirán al individuo alejarse de opiniones subjetivas y establecer juicios objetivos.⁶³

Los estudios previos desarrollados en México reflejan que los mayores niveles de sofisticación se presentan entre aquellos que pertenecen a partidos políticos o participan en sus actividades.⁶⁴ Ello puede ser beneficioso al fomentar individuos defensores del sistema político, pero también los puede hacer caer en el consenso autoritario que muchas veces domina la vida interna de los partidos.⁶⁵ Por ello, es oportuno rescatar otros esquemas de participación que van más allá de este ejercicio en los procesos electorales. Es el caso de la colaboración en organizaciones que promueven esquemas de participación diferente, como los movimientos sociales o las asociaciones ciudadanas. Debido a que la relación entre sofisticación y participación es recíproca, es de esperar que aquellos

59 Huerta y García, *op. cit.*

60 Dhavan. V. Shah, Jaeho Cho; Seungahn Nah; Melissa R. Gotlieb, Hyunseo Hwang; Nam-Jin Leem; Rosanne M. Scholl y Douglas M. McLeod, "Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model", *Journal of Communication*, vol. 57, núm. 4, SAGE, 2007.

61 Duncan, *op. cit.*; Vázquez Ferrel, *op. cit.*

62 Huerta y García, *op. cit.*

63 Fraile, *op. cit.*

64 Smith y Durand, *op. cit.*

65 Smith y Durand, *op. cit.*

ciudadanos más sofisticados tengan una mayor intervención en actividades políticas y cívicas a través de organizaciones, un impacto que se puede incrementar con el consumo de medios, al mantener y promover la participación democrática, especialmente entre quienes los utilizan para informarse sobre política.⁶⁶ Por ello se plantea la siguiente hipótesis de investigación:

H13: Altos niveles de sofisticación política conducirán a un aumento de participación cívica y, sobre todo, política entre los adolescentes.

2. Método seguido

2.1 Participantes en el estudio

En la fecha en la cual se realizó el estudio se seleccionó una muestra representativa de la población de estudiantes inscritos en las preparatorias de la zona metropolitana de Monterrey, México. Según los datos facilitados por la Secretaría de Educación Pública en septiembre de 2010, se contaba con un total de 28,785 estudiantes matriculados en último año de bachillerato, población sobre la que se realizó el estudio. De ellos, el 58.22% estudiaba en preparatorias públicas y el 41.78% en privadas. Aplicando un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 3.2%, se calculó un tamaño de muestra de 907 estudiantes. Sin embargo, se consideró interesante reducir la muestra a un segmento de edad concreto. Ello se debió a que dentro del grupo de estudiantes de bachillerato originalmente contemplado había personas con hasta 41 años. Atendiendo a la naturaleza del estudio, mantener valores extremos en la parte superior (alumnos de más de 18 años) introducía sesgos al contar estas personas con una cultura política más asentada y experimentada que el grueso de la muestra. También se excluyó a los menores de 15 años, por no estar en últimos cursos del bachillerato.

Tomando en cuenta estas condiciones, finalmente se contó con una muestra de 836 estudiantes de bachillerato. El 57.3% de los participantes en el estudio fueron mujeres, con una media de edad de 16.64 años ($DE = .67$), en un rango de entre 15 y 18 años. La selección se realizó de forma aleatoria por etapas: primero se sortearon preparatorias atendiendo al estrato (públicas/privadas), y dentro de ellas se seleccionaron salones aplicando a todos los alumnos presentes el cuestionario elaborado. Siempre se dio la oportunidad de no participar a quienes no lo desearan. El estudio se realizó en 11 preparatorias públicas y 12 privadas, participando un 58.6% de estudiantes de planteles públicos frente a un 41.4% de privadas. Se asignó como mínimo una preparatoria pública y otra privada a cada municipio estudiado.

2.2 Cuestionario

2.2.1 Variables independientes

Exposición a medios. Se midió con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5), el grado de exposición a la televisión, la lectura de medios escritos (prensa y revistas) y prensa digital, el consumo de radio y navegación por internet.

66 Norris, *op. cit.*; Crespo, *op. cit.*

Atención a programas sobre política. Se evaluó el grado de atención a los diferentes programas de los medios de comunicación, con una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). Así, se estableció qué tanto atienden a las noticias de política internacional, nacional o local en la televisión y en la prensa. También se evaluó el grado de atención a programas de política, tanto tradicionales como de sátira, cuánto navegaban por *webs* de política, *blogs*, en internet y si escuchaban la radio para informarse de política. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .84$), lo que permitió generar un indicador de atención a programas de política.⁶⁷

Atención a programas de entretenimiento. Se elaboró una escala compuesta de siete ítems que pretendía medir, mediante escalas de Likert de 5 puntos que oscilaban entre nada (1) y bastante (5), el grado de consumo de diferentes programas de entretenimiento. Se evaluó la consistencia interna de la escala, detectándose que se mejoraba la consistencia al eliminar los reactivos relativos al consumo de telenovelas y periódicos deportivos ($\alpha = .76$).

Conversación política interpersonal. Se preguntó con una escala tipo Likert de 5 puntos acerca del grado de conversación con amigos, familiares, compañeros de trabajo y/o clase, profesores y maestros, sacerdotes o líderes espirituales y, finalmente, con vecinos u otras personas de la calle. Para ello se utilizó en parte el instrumento de la ENCUP, incrementado con dos ítems utilizados en los estudios previos.⁶⁸ La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .84$).

Conversación política interactiva. Se utilizó una escala de cinco ítems previamente desarrollada para medir el grado de conversación sobre política de las personas a través de espacios ofrecidos por Internet.⁶⁹ La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .81$).

2.2.2 Variables dependientes

Interés en la política. Se les preguntó a los participantes acerca de su interés general en la política, siguiendo el modelo utilizado en la ENCUP, aunque se aplicaron los ámbitos de acuerdo con lo propuesto por Dalton⁷⁰, quien señala que los ciudadanos tienden a manifestar un interés político diferenciado entre los temas o asuntos. Por ello, se evaluó de forma separada y mediante una escala Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nada (1) y bastante (5), su interés por la política local o municipal, la política a nivel del Estado, la política nacional o federal y, finalmente, la política internacional. La consistencia interna de la escala fue alta ($\alpha = .84$).

Conocimiento político. Se revisó si respondían de forma correcta (1) o incorrecta (0) a 18 preguntas sobre la política mexicana actual. Entre las preguntas había tanto algunas relativas al conocimiento del sistema político, como por ejemplo: ¿cuál es el trabajo del Congreso de la Unión?, así como otras relativas al conocimiento de gobernantes concretos, como ¿quién es el actual secretario de Gobernación? La fiabilidad interna de la escala fue baja ($\alpha = .68$), por lo que conviene revisar el instrumento de cara a estudios futuros.

67 La prueba alfa de Cronbach es una técnica de análisis multivariable que permite determinar qué tanto los ítems que se utilizan para crear una escala comparten una estructura común, mantienen unidimensionalidad, a través del análisis de las relaciones entre los ítems de la escala (Juan José Igarua, *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch, Barcelona, 2006, 704 pp.).

68 Shah et al., *op. cit.*

69 Shah et al., *op. cit.*

70 Dalton, *op. cit.*

Participación política y cívica. Se midió qué tanto habían participado los encuestados en ámbitos como campañas políticas o se involucraban en acciones sociales como reuniones de una asociación o apoyo a algún grupo social. Se elaboraron dos escalas, la primera sobre participación política compuesta por cuatro preguntas ($\alpha = .76$) y otra sobre participación cívica compuesta por 3 variables ($\alpha = .57$). La baja fiabilidad de la escala de participación política obliga a su revisión en futuros estudios.

2.3. Procedimiento

El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de enero y febrero de 2011. El cuestionario fue autoaplicado, por lo que el trabajo del equipo del proyecto consistió en la explicación a los sujetos participantes de los objetivos del estudio y la aplicación de los cuestionarios. El tiempo para contestar el cuestionario fue de aproximadamente 30 minutos. Como paso previo al trabajo de campo, se realizó una prueba piloto con cuatro preparatorias, dos privadas y dos públicas, para validar las escalas y asegurar que las preguntas fueran legibles y proporcionaran la información deseada. Se aplicó a 152 alumnos en el mes de octubre de 2010, debiéndose modificar sólo la relativa a la atención a programas de entretenimiento.

3. Análisis de resultados

3.1 Variables explicativas de la sofisticación política

Como paso previo al análisis descriptivo de los componentes de las actitudes políticas contempladas en el estudio, se generó el indicador para medir el grado de sofisticación política de los participantes, es decir, el grado conjunto de interés hacia la política y conocimiento del sistema político. El nivel de interés hacia la política fue relativamente alto entre los participantes ($M = 2.73$, $DE = 0.87$), si bien no se superó la media teórica marcada en 3. Así lo constata el hecho de que el 46.8% de la muestra se situara por encima de la media teórica. El nivel de conocimiento sobre asuntos y personajes políticos fue algo menor ($M = 2.67$, $DE = 0.63$), aunque tampoco tan bajo como para marcar un desconocimiento fuerte de los asuntos políticos. De hecho, el 35.8% de los estudiantes estudiados se situaron por encima de la media teórica, lo que habla de una población medianamente informada. Para el cálculo del nuevo indicador, se tomó como referencia la siguiente propuesta planteada por otros autores previamente:⁷¹

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

A partir de la adición de ambas variables, se obtuvo un nuevo indicador que reflejaba la sofisticación de los participantes y que se midió con una escala que oscilaba entre 3.75 para reflejar la máxima sofisticación y 0.75 para reflejar la mínima. El nivel de sofisticación promedio encontrado en la muestra fue de 2.02 ($DE = 0.42$), por debajo igualmente de la media teórica que para este indicador se situó en 2.25 puntos. A nivel porcentual, se observó que sólo el 29.9% de la muestra se situó por encima de la media teórica, lo que habla más bien de una baja sofisticación.

71 de Vreese, Boomgaarden y Semetko, *op. cit.*

Por tanto el hecho de aplicar el corrector a la fórmula ajustó el verdadero nivel de sofisticación, mejorando las mediciones unidimensionales que en otros estudios se han utilizado.

Tabla 1. Variables explicativas de la sofisticación política

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Variables socio-políticas				
Sexo del encuestado	-.121***	-.119***	-.039	-.052
Edad del encuestado	-.031	-.027	-.016	-.018
Exposición mediática				
Exposición a televisión		-.038	-.094*	-.076*
Exposición a medios escritos		.265***	.123***	.114**
Exposición a prensa digital		.072*	-.008	-.022
Exposición a radio		.067	.017	.018
Exposición a Internet		.048	.046	.043
Atención a contenidos				
Atención a contenidos políticos			.397***	.318***
Atención a entretenimiento			.061	.072
Conversación política				
Conversación interpersonal				.183***
Conversación interactiva				-.043
ΔR^2	.016	.108	.118	.020
R ²	.016	.124	.242	.262

Nota: $N = 836$. La variable sexo del encuestado se recodificó como *dummy*, donde 1 significaba ser mujer.

* $p < .05$; *** $p < .001$

En una siguiente fase, se intentó detectar las variables que explicaban el nivel de satisfacción política demostrada por los estudiantes participantes en el estudio, para lo que se realizó una regresión lineal múltiple jerárquica⁷² (ver Tabla 1). En el primer paso se utilizaron como variables independientes las relativas a los aspectos socio-demográficos (modelo 1), después se utilizaron las relativas a la exposición a los diferentes medios (modelo 2), los reactivos sobre atención a contenidos mediáticos específicos (modelo 3) y la conversación política de los participantes (modelo 4). Todas estas variables cumplieron el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente, atendiendo al valor del test de Durbin-Watson que fue de 1.86, y por tanto superior

⁷² Es una técnica de análisis multivariable muy utilizada en encuestas, que permite evaluar las relaciones de dependencia entre los valores de una variable dependiente o criterio y dos o más variables independientes, predictoras o explicativas, lo que posibilita comprender los efectos producidos por unas variables en otras, más allá del análisis de la simple asociación entre dichas variables (Igartua, *op. cit.*).

al 1.5 e inferior al 2.5, límites mínimo y máximo permitidos.

El primer modelo o bloque consiguió explicar el 1.6% de la varianza, ello debido a que sólo la variable relativa al sexo del encuestado fue estadísticamente significativa (ver datos en Tabla 1). Así, ser hombre ($\beta = -.121, p < .001$) explicaba la sofisticación en este paso. Al introducir en el modelo las variables de exposición mediática, se generó un 10.8% de aumento en la varianza explicada ($R^2 = .124$). Ello se debió principalmente al aporte del consumo de medios escritos, que como se recordará englobaba la prensa en papel y las revistas de información general. Este hábito consiguió acrecentar el nivel de sofisticación política de los encuestados ($\beta = .265, p < .001$), mientras que el consumo de prensa digital impactó en menor medida ($\beta = .072, p < .05$). El modelo 3 se generó a partir de la incorporación de la atención a programas concretos de los medios, y no sólo la exposición genérica a los mismos, y contribuyó a aumentar un 11.8% de la varianza total. La atención a programas de política explicó fuertemente la sofisticación política ($\beta = .397, p < .001$), junto al consumo de medios escritos ($\beta = .123, p < .001$), aunque en menor medida. Además, moderó la influencia de las restantes variables, haciendo que apareciera el consumo televisivo, lo cual generó una disminución de la sofisticación ($\beta = -.094, p < .05$), mientras que desaparecía la influencia del sexo (ver datos en la Tabla 1).

En cuanto al modelo 4, se introdujeron las variables sobre conversación política, que en su conjunto consiguieron explicar el 2% del modelo total. Aunque sólo la conversación interpersonal logró afectar la variable dependiente, su incorporación generó una disminución en la explicación de las tres variables que en el modelo anterior fueron estadísticamente significativas. A partir de los datos de este último paso en la regresión, se puede concluir que aquellos estudiantes más expuestos a medios impresos ($\beta = .114, p < .001$), que no consumen tanta televisión ($\beta = -.076, p < .05$), que desarrollan conversación interpersonal sobre política ($\beta = .183, p < .001$) y, especialmente, que atienden a programas sobre política ($\beta = .318, p < .001$), son quienes mayores niveles de sofisticación política desarrollan.

3.2 Impacto de la sofisticación política en la participación cívica y política

En la última fase del estudio se buscó conocer hasta qué punto la participación cívica y política de los estudiantes analizados estaba influida por el consumo mediático, la conversación y su sofisticación política (ver datos en la Tabla 2). Es de esperar que aquellas personas que más se informen de política por los diversos medios estudiados y que mantengan una mayor sofisticación política, también desarrollen un mayor nivel de participación o implicación en la sociedad civil.⁷³ A fin de contrastar la hipótesis, se realizaron dos regresiones lineales múltiples, con los indicadores sobre *participación política* y *participación cívica* como variables dependientes o criterio. En ambos casos, el conjunto de variables utilizadas en las regresiones cumplieron el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente, atendiendo al valor del test de Durbin-Watson, que para los dos casos fue de $d = 1.87$, y por tanto superiores al 1.5 e inferiores al 2.5, límites máximos permitidos.

73 Huerta y García, op. cit; Prior, op. cit.

Tabla 2. Variables explicativas de la participación política y cívica de los encuestados

	Participación política			Participación cívica		
	B	ET	β	B	ET	β
Sexo del encuestado	.019	.016	.040	.075	.024	.108**
Edad del encuestado	.023	.012	.065	-.002	.017	-.004
Exposición a televisión	-.005	.009	-.021	-.023	.013	-.068
Exposición a medios escritos	.003	.011	.009	.012	.017	.028
Exposición a prensa digital	.011	.007	.060	-.009	.010	-.033
Exposición a radio	-.008	.008	-.040	.011	.011	.035
Exposición a Internet	.003	.009	.014	.038	.013	.108**
Atención a contenidos políticos	.010	.017	.030	.016	.025	.031
Atención a entretenimiento	-.017	.013	-.056	-.015	.020	-.033
Conversación interpersonal	.051	.015	.150***	.094	.022	.183***
Conversación interactiva	.032	.017	.079	.104	.025	.172***
Sofisticación política	.079	.021	.145***	.032	.031	.039
R2	.115			.147		

Nota: $N = 836$. La variable sexo del encuestado se recodificó como *dummy*, donde 1 significaba ser mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

En lo relativo a la participación en el ámbito político, la regresión lineal múltiple realizada aportó una ecuación donde únicamente dos variables impactaron sobre ese comportamiento. En su conjunto, estas variables consiguieron explicar el 11.5% de la varianza de la variable dependiente. Ninguna de las variables de exposición mediática logró explicar la participación política, pero sí el desarrollo de conversación interpersonal sobre política ($= .150, p < .001$). En cuanto a las variables de carácter político, el mantenimiento de una elevada sofisticación política fue el factor que contribuyó a explicar en mayor medida la participación política ($= .145, p < .001$). En este sentido, se puede decir que aquellos estudiantes más sofisticados también asistían con

mayor frecuencia a mítines, se relacionaban con funcionarios electos o incluso habían trabajado o participado ya en campañas electorales (ver Tabla 2).

Por otra parte, la participación cívica, desarrollada en actividades de orden social, como reuniones vecinales o trabajo de apoyo a grupos necesitados, fue explicada por un abanico mayor de variables. A pesar de ello, estos reactivos se relacionaron más efectivamente con tal involucramiento de los entrevistados, a tenor del nivel de varianza explicada por la ecuación que fue claramente superior a la de la participación política ($R^2 = .147$). En este caso, fue la variable relativa a la conversación interpersonal sobre política la que impactó de manera más pronunciada en la participación cívica de los encuestados ($\beta = .183, p < .001$). También la conversación interactiva sobre política ($\beta = .172, p < .001$) tuvo un efecto significativo. Asimismo, ser mujer ($\beta = .108, p < .01$) y exponerse a contenidos de internet ($\beta = .108, p < .05$) consiguieron aportar algo de variación en la participación cívica de los estudiantes participantes en el estudio. No se observó un impacto de la sofisticación política sobre la participación cívica (ver Tabla 2).

4. Discusión y conclusiones

El estudio realizado aporta datos interesantes acerca del papel que la comunicación, bien sea a través del consumo mediático, bien de la conversación, juega en la generación de una ciudadanía sofisticada y preparada desde edades tempranas. Así, se da respuesta a la pregunta de investigación planteada, en tanto que se ha detectado cómo el consumo de los medios escritos como prensa o revistas contribuye a mejorar la sofisticación política de los jóvenes estudiantes de bachillerato, mientras que la exposición a la televisión generaba una disminución en la misma, resultados que confirman los ya obtenidos en otros estudios previos,⁷⁴ y que ponen de manifiesto el papel de la comunicación masiva en la transmisión de información y generación de conocimiento e interés políticos. Se percibe la existencia más bien de un *círculo virtuoso* antes que de un *malestar* producido por el consumo mediático, debido que es más fuerte el peso de la lectura de medios escritos, que contribuye a generar públicos más sofisticados, que el del consumo genérico de la televisión. Estos hechos confirman lo detectado previamente por otros autores como Newton en contextos nacionales diferentes.⁷⁵ Conviene que el resultado sea analizado al detalle en sociedades como la mexicana, donde es sabido que una gran parte de la población tiene a la televisión como medio predominante de contacto con la realidad social. No obstante, es de esperar que los jóvenes, segmento poblacional estudiado, generen cambios a futuro en esta relación, por el importante papel que parecen jugar para ellos los nuevos medios como el internet.

Como previamente ha sido señalado por ciertos autores,⁷⁶ es mayor el aporte que puede realizar el consumo especializado de programas o contenidos concretos de los medios de comunicación en el desarrollo de actitudes políticas, que la simple exposición genérica a los mismos. En este sentido, se confirma en parte la primera hipótesis de investigación, pues mientras que la atención a contenidos políticos en los medios efectivamente hacía aumentar la sofisticación, el consumo de contenidos de entretenimiento no hizo disminuir sus niveles. Sin embargo, destaca

74 Guo y Moy, *op. cit.*; Rhee y Cappella, *op. cit.*

75 Kennet Newton, "Mass media effects: mobilization or media malaise?", *British Journal of Political Science*, vol. 29, núm. 4, Cambridge University Press, 1999, pp. 577-599.

76 Cho et al., *op. cit.*; Huerta y García, *op. cit.*; Prior, *op. cit.*; Rhee y Cappella, *op. cit.*; Rhee y Cappella, *op. cit.*

en los resultados la falta de relación explicativa entre la atención a contenidos de entretenimiento y la sofisticación política. Algunos estudios previos muestran cómo esta relación suele redundar en aumento de apatía, desafección, cinismo y alienación políticos,⁷⁷ algo que aquí no se manifiesta y que obliga a realizar estudios posteriores para indagar en su naturaleza. Por otra parte, se confirma en cierto sentido la hipótesis segunda, pues la conversación interpersonal generó mayores niveles de sofisticación, pero la interactiva no influyó como estaba previsto. Teniendo en cuenta que los jóvenes tienden a presentar mayores niveles de exposición al internet que a otros medios tradicionales, el resultado parece insinuar que no están utilizando de manera constante esta herramienta mediática para informarse e involucrarse en política.

En cualquier caso, estos resultados permiten concluir que se asiste más a un proceso de *movilización mediática* que a uno de generación de *malestar mediático*.⁷⁸ Frente a posiciones teóricas negativas que plantean los efectos perniciosos del consumo mediático en las actitudes políticas, el presente estudio refleja que también puede contribuir a mejorar la formación política y, de manera indirecta, la participación en la esfera política de los ciudadanos. Así lo manifiestan los resultados obtenidos en relación con la tercera hipótesis de investigación, pues se ha constatado que los jóvenes que en mayor medida conversaban con otros sobre política y tenían más sofisticación política también desarrollaban más participación política, tal y como ha sido planteado por otros autores previamente.⁷⁹ Sin embargo, no se verificó lo postulado en la hipótesis acerca de que se daría esta misma influencia positiva en la participación cívica de los jóvenes participantes. Esta situación evidencia contradicciones entre ambas manifestaciones de la participación, que parecen presentarse en diferentes vías y deberse a distintos factores. Este resultado quizá se deba a que la socialización política que reciben los jóvenes se circunscribe más a la adquisición de conocimiento genérico sobre política y no tanto al desarrollo de habilidades, como el entendimiento de lo político, que favorecen la integración social del ciudadano.⁸⁰ Ésta es una propuesta que debe ser revisada a detalle en posteriores estudios.

En su trabajo, Prior mencionaba que algunos ciudadanos se convierten en procesadores profundos de los contenidos políticos de los medios de comunicación,⁸¹ lo que les debería permitir generar altos niveles de sofisticación política. A partir de los datos obtenidos en este estudio, se puede apuntar que estos procesadores son aquellos que consumen medios escritos para obtener orientación sobre política, ven poca televisión con el fin de entretenerse pero sí para informarse; buscan contenidos sobre política en los medios y conversan asiduamente con otros sobre temas de política en general, lo que indirectamente los llevará a participar de manera más política, aunque no cívica. Estos resultados positivos no deben provocar complacencia, pues es sabido que por desgracia no son la mayoría los ciudadanos, ni entre los jóvenes ni en otros estratos, los que cumplen con todas estas características de sofisticación política. Sin embargo, los resultados suponen un avance en el conocimiento de esta pieza clave dentro de las actitudes políticas y pone de manifiesto los puntos clave que deben ser mejorados para conseguir una efectiva socialización política y un involucramiento efectivo y de calidad del ciudadano en la esfera pública.

77 Prior, *op. cit.*

78 Luengo, *op. cit.*; Valentino *et al.*, *op. cit.*

79 Huerta y García, *op. cit.*; Prior, *op. cit.*

80 Luengo, *op. cit.*

81 Prior, *op. cit.*

Bibliografía

- Brussino, Silvina A. y Hugo H. Rabbia, "Análisis psicosocial de las tipologías de vinculación política de Dalton en la Argentina post 2001", *Psicología política*, vol. 35, PSYUICOM Distribuciones Editoriales, Valencia, 2007, pp. 53-67.
- Buendía, Jorge y, Fernanda Somuano, "Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México", *Política y gobierno*, vol. 10, núm. 2, Centro de Investigación y Docencia Económicas, Toluca, 2003, pp. 289-323.
- Cappella, Joseph N. y Kathleen H. Jamieson, *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Oxford University Press, Nueva York, 1997, 325 pp.
- Cho, Jaeho; Dhavan V. Shah; Jack M. McLeod; Douglas M. McLeod; Rossane M. Scholl y Melissa R. Gotlieb, "Campaigns, Reflection, and Deliberation: Advancing an O-S-R-O-R Model of Communication Effects", *Communication Theory*, vol. 19, núm. 1, Wiley Blackwell, 2009, pp. 66-88.
- Crespo, José Antonio, "La cultura política de la consolidación democrática", en Alicia Mayer (ed.), *México en tres momentos: 1810-1910-2010*, 2007, pp. 319-342, 432 pp.
- Dalton, Russel J., *Citizen politics: public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, 4ª ed., CQ Press, Washington, DC, 2006, 349 p.
- de Vreese, Claes H.; Hajo G. Boomgaarden y Holli A. Semetko, "(In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union", *Communication Research*, vol. 38, núm. 2, SAGE, 2011, pp. 179-205.
- Elenbaas, Matthijs y Claes H. de Vreese, "The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice Among Young Voters", *Journal of Communication*, vol. 58, núm. 3, Wiley Blackwell, 2008, pp. 550-567.
- Fraile, Marta, "La influencia del conocimiento político en la decisión del voto", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 120, CIS, Madrid, 2007, pp. 41-74.
- Guo, Zhongshi y Patricia Moy, "Medium or Message? Predicting Dimensions of Political Sophistication", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 10, núm. 1, Oxford Journals, 1998, pp. 25-50.
- Huerta, Juan Enrique y Eduardo García, "La formación de los ciudadanos: el papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política", *Comunicación y sociedad*, núm. 10, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2008, pp. 163-189.
- Igartua, Juan José, *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch, Barcelona, 2006, 704 pp.
- Jackson, Dan, "Strategic Media, Cynical Public? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom", *The International Journal of Press/Politics January*, vol. 16, núm. 1, SAGE, 2011, pp. 75-101.
- Lago, Ignacio y Ferrán Martínez, "Una metodología alternativa para estimar los efectos de las campañas electorales", *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 11, AECPA, Madrid, 2004, pp. 103-120.
- Luengo, Óscar G., *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*, Fontamara, Ciudad de México, 2009, 312pp.
- Lupia, Arthur y Mathew D. McCubbins, *The Democratic Dilemma: Can Citizens Learn What They Need to Know?*, Cambridge University Press, Cambridge, 1998, 282 p.
- Luskin, Robert C., "Measuring Political Sophistication", *American Journal of Political Science*, vol. 31, núm. 4, Wiley Blackwell, 1987, pp. 856-899.
- Mutz, Diana C., "Mass Media and the Depoliticization of Personal Experience", *American Journal of Political Science*, vol. 36, núm. 2, Wiley Blackwell, 1992, pp. 483-508.
- Newton, Kennet, "Mass media effects: mobilization or media malaise?" *British Journal of Political Science*, vol. 29, núm. 4, Cambridge University Press, 1999, pp.577-599.
- Norris, Pippa, *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-industrial Democracies*, Oxford University Press, Oxford, UK, 2000, 398 pp.
- Prior, Markus, "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout", *American Journal of Political Science*, vol. 49, núm. 3, Wiley Blackwell, 2005, pp. 577-592.
- Rhee, June W. y Joseph N. Cappella, "The Role of Political Sophistication in Learning From News. Measuring Schema Development", *Communication Research*, vol. 24, núm. 3, SAGE, 1997, pp. 197-233.
- Rojas, Hernando, "Comunicación, participación y democracia", *Universitas Humanística*, núm. 62, Pontificia Universidad Javeriana, 1996, pp. 109-142.
- Sabucedo, José y Duncan Cramer, "Sociological and psychological predictors of voting in Great Britain", *Journal of Social Psychology*, vol. 131, núm. 5, 1991, pp. 647-654.

- Shah, Dhavan. V.; Jaheo Cho; Seungahn Nah; Melissa R. Gotlieb, Hyunseo Hwang; Nam-Jin Leem; Rosanne M. Scholl y Douglas M. McLeod, "Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model", *Journal of Communication*, vol. 57, núm. 4, SAGE, 2007, pp. 676-703.
- Smith, Ma. Marcia y Víctor Manuel Durand, "La acción colectiva y su papel contradictorio en la construcción de la ciudadanía en México", *Estudios Sociológicos*, vol. 13, núm. 38, México, COLMEX, 1995, pp. 309-339.
- Valentino, Nicholas A.; Matthew N. Beckmann y Thomas A. Buhr, "A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government", *Political Communication*, vol. 18, núm. 4, 2001, pp. 347-367.
- Vázquez Ferrel, Carlos; Jose Luis Berlanga Santos et al., *Perfil del elector neoleonés*, CEE, Monterrey, 2009.
- Zaller, John R., *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge University Press, Nueva York, 1992.