

Uso de Internet, partidismo y movilización cognitiva

Internet, partisanship and cognitive mobilization

Héctor Gutiérrez Sánchez* / Betsy Elizabeth Torroella Olvera**

Resumen

El presente artículo analiza el vínculo entre Internet –fuente abundante de información– y el apego partidista, a partir de la evaluación de tres encuestas. Los autores encontraron que efectivamente los elementos se relacionan; sin embargo, ese vínculo está mediado por la edad, lo que relega a Internet a ser más un medio que un factor. Siendo así, y tomando en cuenta un enfoque psicológico del voto, se puede asumir que los ciudadanos están relativamente poco informados y que el apego partidista determina su conducta electoral. No obstante, ante el arribo de nuevas tecnologías de información, otras teorías suponen que los votantes son más racionales.

Palabras clave: Internet, política, identificación partidista, movilización cognitiva, jóvenes.

Abstract

This article analyzes the link between the Internet -abundant source of information- and partisan attachment, considering the evaluation of three surveys. The authors found that these elements are related, however, that link is mediated by age, which relegates the Internet to be more a resource than a factor. Thus, and taking into account a psychological approach of voting, it can be assumed that citizens are relatively poorly informed and that partisan attachment determines their electoral behavior, however, given the arrival of new information technologies, other theories assume that voters are more rational.

Keywords: Internet, politics, partisanship, cognitive mobilization, youth.

Introducción

Este artículo indaga las repercusiones políticas del Internet en la población mexicana. Se plantea la pregunta de si el uso de Internet tiene una relación negativa con la identificación partidista, poniendo después atención a la edad como una variable de control. La hipótesis de

Recibido: 23 de agosto, 2018. *Aceptado:* 30 de julio, 2019.

* Doctor en Ciencia Social con mención en Sociología. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel C, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro. Líneas de investigación: participación política, desencanto, opinión pública. Correo electrónico: ciudadanohector@yahoo.com.mx

** Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Valle de México *campus* Querétaro. Línea de investigación: comunicación política. Correo electrónico: beth_torro_ella@hotmail.com

este trabajo se basa en la movilización cognitiva y supone que la abundante y accesible información en línea podría propiciar ciudadanos más racionales e informados. Para poner a prueba todo esto, se utilizan diversas encuestas políticas y se elaboran análisis estadísticos que nos señalan el grado de relación entre las variables de interés.

En su estructura, el trabajo comienza presentando la teoría psicológica del voto, particularmente en relación al enfoque de la identificación partidista (IP), luego se expone la teoría rival de la movilización cognitiva (MC). Ambos esquemas intentan explicar la conducta electoral, pero tienen supuestos distintos en relación a la disponibilidad de información. El tema de la información vincula el trabajo con el uso de los medios y en particular del Internet, lo que lleva a la revisión de literatura sobre el asunto. Tras esto, se revisa de manera empírica si el apego partidista –principal evidencia de la IP contra la MC– está estadísticamente relacionado con la utilización de Internet. Hacia el final del texto, se presentan las conclusiones, donde se recuperan discusiones del rol del Internet a la luz de la evidencia aquí presentada

Movilización cognitiva y partidismo

Para comprender el origen y sentido de la pregunta de investigación antes expuesta, es necesario comenzar exponiendo el modelo Michigan, así como su oposición teórica con la movilización cognitiva. El modelo antes mencionado es de gran importancia para la Ciencia Política nacional y ha sido utilizado casi desde el inicio de ésta. Desde aquellas primeras etapas, aparecieron tres corrientes más o menos claras que buscaron explicar el comportamiento político: la sociológica, la psicológica y la racional. La corriente sociológica es poco relevante para este estudio, pero es popular entre los investigadores; sugiere que el comportamiento electoral está explicado por la pertenencia a grupos sociales, comienza con trabajos de Lazarsfeld (1969) y en México se ha empleado para mostrar cómo la pertenencia a ciertos grupos sociales determina el comportamiento político-electoral.

Por ejemplo, un estudio no muy reciente (Molinar y Weldon, 1990) mostró cómo el voto por el Partido Revolucionario Institucional es más común entre la población rural que en la urbana; en el otro extremo, algunos trabajos recientes y que hacen uso de la avanzada estadística espacial, siguen utilizando variables sociológicas clásicas, como la pobreza, para explicar el comportamiento político (Lizama, 2012; Ávila y Gutiérrez, 2017). Aun si no se desea adoptar del todo el modelo sociológico, resulta difícil ignorar variables clásicas de éste, como la escolaridad, ingreso o clase social, pues se trata de datos fundamentales para casi cualquier estudio sobre lo humano.

La corriente psicológica también tuvo gran éxito en México y es la base de la teoría de la IP. La idea general de este enfoque es que el comportamiento político está determinado por valores y actitudes bien arraigados en la persona –típicamente inculcados en etapas tempranas de la vida–, mismos que guían tanto la acción como las opiniones políticas. La corriente psicológica incluye también los trabajos sobre cultura política, concepto que se ha utilizado para entender a los partidos políticos (Silva, 2000), la conducta electoral (Reyes del Campillo, 1999; Virriél, 2004), asuntos sobre género (Tarrés, 2004) y un largo etcétera.

Sin embargo, la cultura política no es tema de este trabajo; en cambio, se abordará otra teoría relevante del enfoque psicológico: el modelo Michigan. Según esta idea, los ciudadanos no están plenamente capacitados para comprender el contexto político en que sucede una elección, por lo que no toman decisiones políticas plenamente racionales. En lugar de ello, las personas comunes necesitan guías cognitivas que los orienten para tomar sus decisiones. Dichas guías cognitivas consisten en afinidades psicológicas que permiten que las personas se sientan identificadas con algún partido político. Esta idea tiene su base en el libro *El votante americano* (Campbell, Converse, Miller y Strokes, 1960) y ha sido muy utilizada para explicar el voto en México.

La IP no implica la adhesión formal a un partido; sin embargo, es más que mera simpatía partidista. Campbell suponía que las personas comunes no logran comprender plenamente lo político, pues los medios de comunicación de hace 60 años no aportaban muchos datos ni permitían al ciudadano profundizar en sus intereses informativos. De esta forma, se creía que las personas no sabían mucho sobre el pasado de los candidatos, los antecedentes de los partidos, ni sobre las alianzas y discrepancias de los grupos y actores políticos, así que no podrían tener un panorama suficiente ni tomar una decisión racional. En aquel contexto se describía un panorama informativo muy incompleto que los ciudadanos debían completar e interpretar para hacer lo comprensible. La teoría de la IP propone que las personas utilicen su apego psicológico a algún partido para orientarse cognitivamente en una situación política de la cual no saben mucho y que no terminan de comprender. La IP es más que simple agrado por un partido, constituye también un filtro cognitivo con el que las personas matizan, complementan y sesgan la escasa información que llegan a recibir.

En México, Alejandro Moreno (1999, 2009; Moreno y Méndez, 2007) es probablemente el principal exponente y defensor de la teoría de la IP. Esta idea se suele defender con importantes correlaciones halladas en encuestas que indagan tanto por la identificación partidista como por la intención de voto. Dichas correlaciones van de .74 y .77 (Moreno, 2009) hasta .87 (Guardado, 2009). A pesar de estas evidencias empíricas, la teoría de la IP ha recibido

críticas, algunas de las cuales sólo implican realizar ajustes menores para adaptarla a contextos pluripartidistas. Pero una crítica más sustancial sugiere que ya no son las identificaciones partidistas las que determinan la conducta electoral, sino que ahora los ciudadanos –más y mejor informados que antes– toman decisiones políticas racionales basados en datos abundantes y bien comprendidos.

Según esta idea, en 1960 cuando Campbell propuso la IP, el estado de los medios de comunicación y de la educación sí apuntaba a ciudadanos cognitivamente dependientes de los partidos como guías cognitivas. Pero la disponibilidad actual de información y el aumento en la educación, permiten en la actualidad a las personas tomar decisiones políticas mucho más informadas y racionales. Sobre este punto hay que resaltar las características de Internet, pues la prensa escrita, radio y televisión, existían ya cuando se elaboró el modelo Michigan, y proveían información política desde entonces. Sin embargo, Internet es un medio mucho más reciente y destaca sobre los anteriores, porque permite que el sujeto pueda buscar activamente información, no sólo esperar que la televisión o radio hable de lo que a él le interesa. Esta abundancia de información, combinada con la posibilidad de profundizar en lo que el ciudadano desee, hacen que este medio sea particularmente atractivo para la idea de la MC, pues se podría suponer que ahora los ciudadanos cuentan con mucha más información y están en posibilidades de buscar activamente el dato que necesitan. La gente ahora podría tener un panorama mucho más completo, racional y propio, en el que los apegos partidistas podrían dejar de ser necesarios.

La teoría de la MC es defendida por Dalton (1984) y por otros autores cercanos al enfoque racional, como se verá más adelante. Algunos estudiosos de Internet y de medios también han defendido la teoría de la MC al acercarse a lo que ellos llaman el “círculo virtuoso”. Tanto a nivel internacional como en México, esta hipótesis suele defenderse mostrando que la IP parece estar decreciendo y explicando cada vez menos de la conducta electoral; aunque para el caso mexicano, Moreno ha contraargumentado señalando que este decremento es pequeño y quizá debido al relevo generacional o al cambio de partido, más que a una despartidización general de la ciudadanía (Moreno y Méndez, 2007). Otra crítica contra la MC proviene de estudios que muestran cómo a pesar del incremento en escolaridad y la mayor accesibilidad de la información política, el público en general sigue siendo profundamente ignorante del acontecer político (Smith, 1989; Delli y Keteer, 1996).

El enfrentamiento de MC e IP es un punto de intenso debate politológico. La teoría de la IP insiste en el partidismo (fenómeno duradero, estable e inculcado en la infancia) como causa de la decisión electoral, mientras la MC sugiere que elementos mucho más inmediatos (como la evaluación del

gobierno saliente) son los que explican la decisión política. El primer esquema imagina un electorado que está poco informado, que recibe pocos datos políticos, no los comprende del todo y no busca activamente más información. El segundo implica una ciudadanía bien enterada, pues recibe mucha información y además puede buscar y encontrar más datos cuando así lo requiere.

En este escenario, el arribo de nuevas tecnologías de la información resulta interesante pero a la vez incierto, pues quizá la IP es resultado de la poca información disponible, en cuyo caso se esperaría que nuevas tecnologías hicieran un cambio en el comportamiento político de los ciudadanos –sobre todo en su apego partidista. Pero también es posible que las personas no estén interesadas en informarse más, lo que haría irrelevante la posibilidad de tener acceso a más datos, o al menos lo haría en la población general, pues quizá los ciudadanos que por alguna razón ya estaban muy interesados en la política –aun si son pocos– sí estarán significativamente más informados de lo que habrían estado en el pasado. Sobre esto, se ha sugerido que los más partidistas son los más informados (Albright, 2009).

Por todo esto, Internet (fuente abundante de información) bien podría estar relacionado con el apego partidista, razonamiento que da lugar tanto a la pregunta como a la hipótesis de este trabajo. Sin embargo, esa relación dista de ser obvia y antes de comenzar a buscar este vínculo, es necesario adentrarse un poco en los estudios que específicamente han analizado la relación Internet-política, pues sus hallazgos permitirán una mejor discusión al final de este artículo.

Política e Internet

En México, los inicios del Internet se encuentran en las instituciones universitarias, pero este medio rápidamente pasó a ser una herramienta generalizada a través de proveedores nacionales e internacionales del servicio. Para 2017, el INEGI reportaba que más de la mitad (59.5%) de los mexicanos usan Internet y esta cifra aumenta rápidamente, aunque con importantes disparidades (INEGI, 2017). Internet se comienza a relacionar con la política alrededor de 1996 cuando empezó a operar el “Sistema Internet de la Presidencia de la República”, plataforma desde la que se publicó el Segundo Informe de Gobierno del Presidente Ernesto Zedillo. Ya en la elección de 1997, los tres principales candidatos al gobierno del Distrito Federal utilizaron al nuevo medio como distribuidor de propaganda para sus campañas.

Desde la academia se ha investigado mucho sobre Internet y política. Varios trabajos se han concentrado en comprender a la red como un nuevo

escenario político, potencialmente más horizontal, interactivo y democrático que muchos otros. En sus inicios, estas investigaciones sugerían que Internet sería un factor de democratización y participación ciudadana, pues se hacía énfasis en cómo la red permite una interactividad casi inmediata y horizontal, lo que se suponía que pondría a gobiernos, partidos y ciudadanos en profundo contacto. Además, con esta nueva herramienta los ciudadanos podrían fácilmente contactarse entre sí y movilizarse para lograr metas políticas.

Estos primeros trabajos imaginaban a Internet como un emocionante espacio de nuevos ciberactivismos y ciberciudadanos (Jordan, 1999; Corrado y Firestone, 1997); suponían cuatro consecuencias del nuevo medio: un fortalecimiento del vínculo ciudadanía-candidatos, mejora en la información política de la ciudadanía, mayor accesibilidad de los candidatos y aumento en las alternativas de los votantes y la participación cívica. En esta misma lógica se halla el trabajo de Fisher, Margolis y Resnick (1996), que propone algunos tipos de vida cívica en Internet, entre los que destacan: comunitarismo (semejante a la democracia directa y horizontal), movilización democrática (usar el Internet para auxiliar movimientos cívicos convencionales) e intercambio entre semejantes (formación de grupos con miembros de ideologías similares).

Este optimismo rápidamente chocó con hallazgos que sugerían expectativas más modestas y apuntaban a que Internet no necesariamente se estaba convirtiendo en una gran herramienta democratizadora. Uno de los primeros trabajos con esta lógica menos optimista apareció un poco antes del cambio de siglo. Gibson y Ward (1998) analizaron el uso que los partidos ingleses dieron a Internet durante una elección y encontraron que éstos no lo utilizaron como un foro de intercambio y diálogo con los ciudadanos, sino como un medio más para distribuir unilateralmente información. Esta tendencia de los partidos a utilizar Internet en un único sentido, sería un punto recurrente en muchos otros estudios.

Una investigación en Estados Unidos concluyó que Internet sí ayuda a la movilización ciudadana, pero sólo cuando se tiene ya una politización previa; además se sugiere que el ámbito del Internet está poco vinculado con el del voto (Xenos y Bennett, 2007). En esta misma lógica se encuentra el estudio de Sampedro y Seoane (2009), quienes investigaron la elección general española de 2008 y encuentran que los candidatos han utilizado Internet principalmente como un medio más a través del cual difunden contenidos con poco interés en la interacción con el público. Un trabajo de Anduiza, Cantijoch, Colombo, Gallego y Salcedo (2010), encuentra nuevamente que el uso político del Internet es una especie de extensión de actitudes y actividades pre-existentes en otros medios, además de que la participación política *on-line* es aún muy escasa. Ya que Internet es una herramienta

utilizada principalmente por jóvenes, los nuevos estudios menos optimistas se suelen concentrar en esta población, misma que de manera infortunada es políticamente muy apática, característica también visible en el mundo virtual (Ward, 2005). A una conclusión similar llegan Luna y Juárez (2015), quienes notan que los potenciales beneficios de Internet están limitados por problemas de desarrollo y educación. Así, México cuenta con una población un tanto apática que desaprovecha estos medios, dejando al país más en la sociedad de la información que del conocimiento.

Salvo algunos eventos muy particulares, Internet parece no ser el factor democratizador que se esperaba que fuera, pero esto no elimina el hecho de que es un muy importante distribuidor de información política –al menos para quien quiera usarlo así–, papel que siempre fue considerado. En etapas tempranas, se pensó que el Internet podría sustituir a la televisión (Hill y Hughes, 1998) y en concordancia se realizaron análisis de cómo sería este nuevo tipo de medio de comunicación. Estos esfuerzos no ignoran el potencial interactivo del medio, pero se concentran en indagar quiénes usan el Internet y qué buscan en él; por ejemplo, Anduiza Cantijoch y Colombo (2010) elaboran una detallada descripción de esto durante las elecciones españolas de 2008. Los estudios sobre “audiencias” se suelen basar en teoría de la comunicación y en psicología. Dichos trabajos generalmente asumen usuarios que antes se veían vulnerables ante el desarrollo de la *mass media* (Horkheimer y Adorno, 2009), pero ahora son mucho más críticos y activos. Generalmente se asume que los internautas son capaces no sólo de elegir el contenido que consumen, sino también de crear, de complementar la información e interactuar con ella (McLuhan, 1996).

En una lógica semejante se encuentran varios estudios mexicanos que analizan el impacto de los medios de comunicación –Internet incluido– en el grado de sofisticación política y/o el involucramiento ciudadano. El fondo teórico de estos trabajos es el debate entre dos posturas: el malestar mediático (*media malaise*) y las teorías de la movilización o del círculo virtuoso (Muñiz *et al.*, 2011 y 2014; Saldierna, Marañón y Muñiz, 2015 y 2017; Díaz y Muñiz, *et al.*, 2017; Díaz, 2017; Echeverría, 2008 y 2011; Sánchez y Muñiz, 2011). La primera postura sugiere que los medios de comunicación se concentran más en los aspectos negativos, banales o competitivos de la política, es decir, “infoentretenimiento” (Echeverría, 2017), por lo que su consumo generaría una desmovilización ciudadana y una apatía política nociva para la democracia. La segunda teoría propone que los medios no generan apatía política, sino lo contrario; pues en la medida en que informan a la ciudadanía, mantienen su interés por la política y los vuelven ciudadanos más informados, concientes y racionales. Esta última postura presenta claros vínculos con la idea de movilización cognitiva antes descrita.

Esta línea de estudio no se concentra sólo en Internet, sino que revisa a los principales medios de comunicación; por esto pone mucha atención en la televisión y la prensa escrita. Además, se suele concentrar en los jóvenes (preciudadanos) y repetidamente se enfoca la ciudad de Monterrey (Saldierna, Marañón y Muñiz, 2015; Muñiz, Saldierna, Maldonado y Segoviano, 2014). Aun cuando estos estudios no abordan específicamente la relación Internet-política, sí aportan ciertos elementos muy valiosos. Por ejemplo, gracias a estos trabajos se sabe que los jóvenes mexicanos son el principal público de Internet y que este grupo no suele buscar mucho contenido político en ese medio, sino más bien entretenimiento. Esto que recuerda aquella posibilidad de que Internet sea un medio nuevo con capacidad para romper la mecánica de la IP, pero que no lo hace por falta de interés ciudadano. Un estudio de esta corriente resultó particularmente interesante al vincular la participación cívica, la confianza en instituciones y políticos y el interés en la política con la identificación partidista, relación que a su vez es vinculada con el consumo de ciertos medios escritos pero no con Internet (Aruguete y Muñiz, 2012).

Regresando al tema preciso de Internet y política, el campo parece marcado por su gran optimismo inicial y posterior desilusión, pero también tiene fuertes sesgos geográficos. Salvo las discusiones entre consumo de medios e involucramiento ciudadano, casi todos los estudios aquí señalados abordan población europea o estadounidense y están en lengua inglesa. De los pocos trabajos en castellano, casi todos abordan el caso español. Entre los trabajos escritos en Latinoamérica, muchos realizan revisiones del estado del tema sin concentrarse en algún país en particular (Almeida, 2006; Mussa y Gomes, 2013; Del Rey, 2008; Padilla y Flores, 2011); algunos sí analizan sus respectivos países (Bartolucci, 2005; Rincón, 2011) y entre ellos se encuentran ciertos trabajos sobre México (Espino, 2012 y 2014; Luna y Juárez, 2015; Padilla, 2014; Torres, 2009; Rojas, 2013).

Los estudios sobre el caso mexicano usualmente concluyen que Internet podría ser un espacio de interacción entre gobierno y ciudadanos, pero de momento los políticos nacionales sólo lo emplean para difundir unilateralmente sus mensajes. Por lo general, estos textos son reflexiones ensayísticas sin evidencia empírica que las sustente o –en el mejor de los casos– contienen sólo algunos datos descriptivos sobre uso de Internet y análisis interpretativos de contenidos en línea. En realidad, existe poca información sobre Internet y política en México y esto importa mucho, porque la cultura política y las instituciones mexicanas distan mucho de las encontradas en democracias consolidadas donde abundan los estudios sobre el tema. Así, los trabajos mexicanos son relevantes y útiles, pero sus evidencias empíricas son limitadas e invitan a un análisis más profundo. Al tratarse de la relación entre

dos áreas (política-Internet), se esperaría al menos el uso de estadística bivariada, lo que no se suele observar en trabajos nacionales.

Vale la pena agregar que los trabajos sobre Internet y política no son tan finos al describir los posibles efectos “democratizadores” de este medio y profundizan poco sobre cómo se supone que esta nueva tecnología afectaría la esfera de lo político. Por ejemplo, se suelen asumir que la hiperpolitización de los ciudadanos necesariamente es buena para una democracia, idea que se suele encontrar en los estudios sobre cuánto se consumen medios de comunicación –Internet incluido– y cuán “sofisticados” son los ciudadanos. Este argumento es aceptado por la Ciencia Política clásica, pero fue refutado convincentemente por Almond y Verba (1963). Estos autores muestran cómo una democracia funcional y verdadera requiere más que sólo una cultura política participativa, razón por la que no se puede asumir tan directamente que una mayor politización ciudadana es buena para la democracia.

En resumen, hoy como nunca antes, cualquier ciudadano puede acceder a una gran cantidad de datos sobre cualquier candidato, sobre cada propuesta y sobre cada afirmación política. La información (censurada, controlada, libre, escasa o abundante) siempre ha sido un elemento clave de todo sistema político, y esta reciente abundancia de datos a través de Internet podría tener efectos enormes en el comportamiento ciudadano. Tal cambio podría alterar –o no– el mecanismo supuesto de la IP. Dicho esto, Internet con su enorme capacidad para divulgar información podría ser un factor crucial en favor de la MC. De hecho, esto ya se ha investigado en otros países con resultados prometedores. Sudlich, Wall y Baccini (2015) analizaron la elección irlandesa de 2011 y encontraron que el uso de Internet se relaciona con la incertidumbre electoral opuesta a la identificación partidista. Sin embargo, poco o nada se sabe del efecto que tiene Internet en el comportamiento político mexicano; este nuevo medio de comunicación podría ser un factor que apoye la MC al vincularse con un menor partidismo.

Internet e identificación partidista

Para resolver este problema de investigación se utilizaron datos de cuatro encuestas que contenían información tanto sobre temas políticos como sobre uso del Internet: la *Encuesta Nacional de Cultura Política* (ENCUP) más reciente (2012), el *Latinobarómetro* (2015), el *Informe PAÍS sobre la calidad de la ciudadanía en México* y el *Barómetro de las Américas 2016-2017*. Contrario a otras investigaciones, no se desarrolló un análisis cualitativo de información en línea, pues no se buscaba analizar la lógica con la que funciona la *Web*

2.0 ni comprender la subjetividad de los emisores de mensajes. Se emplearon principalmente encuestas sobre política, porque son las únicas que contienen tanto datos de partidismo como información sobre uso de Internet, requisito indispensable para los fines de esta investigación.

Vale la pena señalar que se exploraron otras fuentes de datos –particularmente encuestas más recientes– pero con poco éxito. Por ejemplo, la ENCUP se llevó a cabo por última vez en 2012 y mucho de su legado pasó a la ENCIG (*Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental*). La versión más reciente de esta Encuesta es del 2017, pero no incluye la pregunta sobre identificación partidista y se centra más en la percepción de los servicios de gobierno (seguridad, salud, infraestructura). Igualmente, el *Latinobarómetro* se ha aplicado después del 2015, pero ninguna de las versiones más recientes (2016 y 2017) incluye la pregunta sobre identificación partidista.

La ENCUP es una encuesta levantada por la Secretaría de Gobernación. Su versión 2012 contiene 3,750 casos y tres preguntas de valor para este estudio. ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en política? El 4.8% (178 casos) dijo informarse principalmente por Internet. ¿En su hogar cuentan con computadoras personales, ya sea de escritorio o *lap top*, funcionando y para uso de los miembros de la familia? El 35.8% (1,341 casos) de los informantes declara sí tener computadora. Aunque tener computadora no habla exactamente de Internet, sí es una pregunta suficientemente relacionada como para merecer atención; la encuesta no incluyó preguntas sobre teléfonos con acceso a Internet. Finalmente, la encuesta tiene la pregunta clásica de IP: ¿Con qué partido político se identifica usted más? El 31.1% de la muestra (1,166 casos) dice no identificarse con ningún partido.

Con estas variables se realizó una prueba de Chi² para Tabla de Contingencia¹ y se encontró que hay relación entre Internet y el apego partidista –al menos de momento–, pues el 6% de quienes dicen no identificarse con ningún partido usan el Internet como principal fuente de información política; mientras sólo el 4.1% de quienes sí se identifican con algún partido dicen lo mismo. El porcentaje de uso de Internet como principal medio de información es casi 50% mayor entre “independientes” que entre “partidistas”; la prueba arroja un valor P de .011, por lo que se puede decir que la relación es significativa con una confianza del 95%.

Esta relación entre Internet y partidismo también se advierte en la pregunta sobre computadoras. El 38.6% de los “independientes” dice tener

¹ La prueba de Chi² o ji² es un procedimiento no-paramétrico que permite conocer si hay relación entre dos variables categóricas. Se parte del supuesto de que las variables no están relacionadas y se calcula un valor P asociado a esta posibilidad; cuando dicho valor P es muy bajo, se asume lo contrario y se afirma que las variables categóricas sí están relacionadas.

computadora y sólo 34.1% de los partidistas afirman lo mismo. Esta relación es estadísticamente significativa, pues la prueba de Chi² para Tabla de Contingencia arroja un valor P de .007. En este trabajo sólo se consideraron modelos de regresión cuando fue necesario, pues éstos tienen más supuestos matemáticos que la estadística bivariada. Además, al tratarse de regresiones logísticas, los resultados de tales procedimientos son difíciles de explicar a quienes no están familiarizados con esta técnica, mientras que la estadística bivariada permite mostrar promedios y porcentajes, haciéndola más sencilla de presentar. Finalmente, este estudio no intenta encontrar “todos” los determinantes de un fenómeno, sino sólo saber si dos factores puntuales se relacionan o no, lo que invita poco al uso de técnicas multivariadas.

Así pues, se puede afirmar que a mayor uso de Internet, menor apego partidista. Sin embargo, esta tecnología es utilizada principalmente por jóvenes; y los estudios sobre pre-ciudadanos tienden a señalar que los jóvenes no están muy interesados en la política, además de que no suelen buscar información política en Internet. Por estas razones, se decidió revisar el posible papel de la edad. Primero se encontró que la edad está relacionada con el apego partidista, pues la prueba T para muestras independientes² arroja un valor P menor a .001; la edad promedio de los partidistas es de 41.36 y de los independientes de 39.01. La edad también se relacionó con las variables sobre Internet; quienes lo emplean como principal fuente de información política tienen una edad promedio de 30.31, mientras que los que recurren a otras fuentes tienen 41.17. Esta prueba T arroja un P menor a .001.

Además, quienes poseen computadora alcanzan 38.5 años en promedio; y quienes no, 41.86. La prueba T vuelve a arrojar un P menor a .001 en este último caso. Entonces, efectivamente quienes más usan el Internet son quienes menos se dicen identificados con algún partido político; sin embargo, son los jóvenes quienes más usan el medio y quienes a su vez se identifican menos con los partidos. Esto presenta un problema que la estadística bivariada no puede resolver, pero los modelos de regresión sí, pues éstos calculan el efecto de una variable sobre otra fijando a terceras variables. En este caso, la regresión es capaz de calcular el efecto del Internet asumiendo una edad promedio fija y después calcular el efecto de la edad fijando el factor Internet.

Para la regresión aquí utilizada, la variable dependiente es la identificación partidista y ésta es dicotómica (se identifica o no con algún partido), por lo que se utilizó una regresión logística dicotómica. Con esta herramienta, el valor

² La prueba T para muestra independiente es un procedimiento que permite saber si el promedio de dos grupos es significativamente distinto. Comienza calculando un valor T con base en la diferencia entre los promedios de los grupos, el tamaño de muestra y la dispersión, luego calcula el valor P asociado a la hipótesis de que ese valor T sea cero (lo que implicaría no-relación o muestras de igual promedio).

P de la variable edad fue menor a .001, el del Internet como fuente de información fue de .155 y el de poseer computadora fue .062. Con una confianza del 95% (α .05) se puede asegurar que el apego partidista se relaciona con la edad, pero no con Internet, mismo que parece tener una relación espuria, pues aparentemente sólo se relaciona con la edad, no con la IP.

Un resultado similar se obtuvo con las otras encuestas. El *Latinobarómetro* 2015 contiene 1,200 casos e incluyó la siguiente pregunta: ¿Hay algún partido político hacia el cuál se sienta usted más cercano que hacia el resto de los partidos? (nótese que la formulación de la pregunta cambia ligeramente, lo que explica algunas variaciones en varios resultados). El 32.4% dice no ser cercano a ningún partido; se preguntó también si se tenía computadora (39.8% la tiene) y teléfono con acceso a Internet (*smartphone*) (24.1% lo posee). El 35.2% de los “partidistas” y el 42.2% de los “independientes” tienen computadora; la prueba χ^2 arroja un valor P de .022. El 24.7% de los “independientes” cuenta con *smartphone* y sólo el 23.3% de los partidistas lo poseen; sin embargo, tener *smartphone* no se relaciona con la IP, pues la prueba χ^2 presenta un P de .597. La edad volvió a ser relevante, pues los independientes tienen en promedio 38.7 años y los partidistas 42.8, diferencia estadísticamente significativa según la prueba T que arroja un valor P menor a .001. Al igual que con la ENCUP, se realizó una regresión logística, donde la edad volvió a ser significativa ($P < .001$), pero la posesión de la computadora dejó de serlo ($P = .105$).

La tercera y última encuesta utilizada es el *Informe PAÍS*. Éste es un estudio del Instituto Nacional Electoral con apoyo de El Colegio de México; cuenta con 11,000 encuestas levantadas en agosto del 2013 (alrededor de tres veces más que la ENCUP y 10 veces más que el *Latinobarómetro*). El *Informe PAÍS* incluye la pregunta: “Independientemente del partido por el que usted vota, ¿usted normalmente se considera panista, priísta, perredista, verde-ecologista, petista, de Movimiento Ciudadano, del Partido Nueva Alianza, o de otro partido?” El 49.8% de la muestra dijo que “ninguno”. Sobre Internet, hay varias preguntas interesantes, una de ellas es: “¿Usted ha o no ha leído o compartido información política por alguna red social de la Web como *Twitter* o *Facebook*?” El 8% de los casos lo ha hecho. Esta cifra puede parecer pequeña, pero la abundante muestra permite saber que existen 863 casos que sí comparten información política por redes sociales. También se preguntó: “¿Usted navega por Internet de forma cotidiana?” 83.7% sí lo hace. “Para finalizar, ¿podría por favor decirme si en su casa tiene Servicio de Internet? 27% dijo contar con el servicio.

Las relaciones entre Internet y la IP fueron semejantes a lo ya visto. El 8.4% de los partidistas y 8% de independientes dijeron haber compartido

información política en redes sociales, lo que no fue una relación significativa, pues la prueba χ^2 arrojó un valor P de .447. Esto a pesar de contar con una muestra muy grande (los valores P decrecen al aumentar la muestra). Lo mismo sucedió con la pregunta sobre navegar cotidianamente en Internet; el 84% de los independientes dijo hacerlo y el 83.4% de los partidistas también; la prueba de χ^2 arrojó un valor P de .655. Únicamente contar con servicio de Internet mostró relación con el partidismo, pues el 28.5% de los independientes cuentan con este servicio y sólo el 25.4% de los partidistas también disponen de él, lo que genera un valor P menor a .001 en la prueba χ^2 para Tabla de Contingencia. Nuevamente se revisó el rol de la edad y fue muy semejante a lo visto en las otras encuestas: los independientes tienen en promedio 40.9 años de edad, mientras que los partidistas tienen 44.2, lo que es una diferencia estadísticamente significativa con un P menor a .001. Además, quienes cuentan con Internet en casa promedian 39.2 años, y los que no 43.9, lo cual también es estadísticamente significativo con un P menor a .001 en la prueba T.

La regresión logística encontró que la edad sí tiene una clara relación con el partidismo ($P < .001$), pero tener Internet en casa arrojó un valor P de .021. Este valor efectivamente es menor al .05 que se había utilizado con la ENCUP y el *Latinobarómetro*, aunque esta regresión se realizó con más de 10,000 casos, por lo que se esperarían valores P mucho menores. Además, si se utilizan coeficientes estandarizados, se puede advertir que el peso estadístico de la edad es casi cinco veces mayor que el de tener Internet en casa, por lo que nuevamente se advierte una relación espuria entre el Internet y la IP.

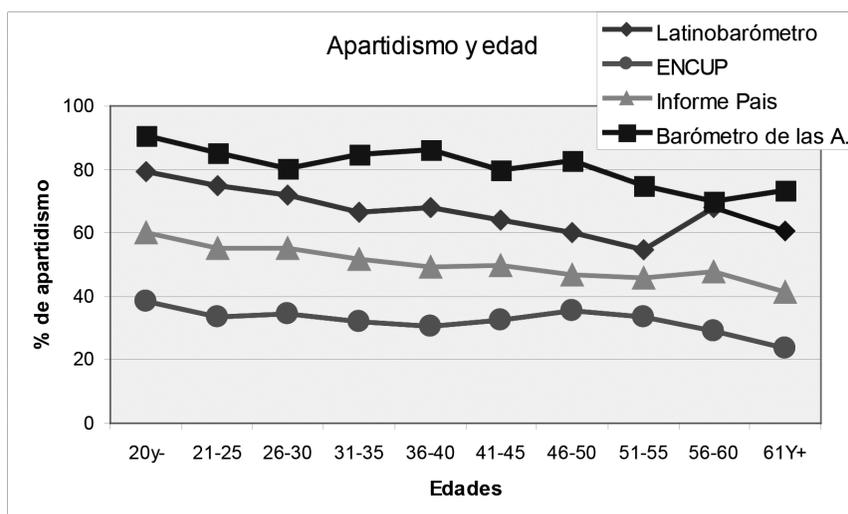
La última encuesta analizada fue el *Barómetro de las Américas 2016-2017*. Esta encuesta contiene la pregunta sobre identificación partidista, pero sólo incluyó una variable de Internet. Dicho reactivo pregunta cuán seguido se emplea este medio: "Diariamente". "Algunas veces por semana". "Algunas veces al mes". "Escasamente". "Nunca". Al tratarse de dos variables categóricas, se utilizó una prueba χ^2 , misma que arrojó un valor P de .236. Esta pregunta sobre uso de Internet no guardó relación alguna con la IP, por lo que no fue necesario realizar una regresión con ella. Esta variable de internet sin relación con la IP se une a la posesión de *smartphone* (*Latinobarómetro*), compartir información política en Internet y navegar cotidianamente en Internet (ambas del *Informe País*) en que ninguna parece determinar el partidismo.

El Internet sí parece guardar cierta relación con la IP; sin embargo, esta relación se encuentra mediada por la edad, es decir, la gente más joven tiene menos apego partidista y a su vez emplea con mayor frecuencia el Internet. Este hallazgo discute con la MC y recuerda a los estudios sobre Internet que lo describen como una herramienta de gran potencial pero de efecto real

limitado. Esto se discutirá con mayor profundidad en las conclusiones. Pero antes conviene explorar un poco más la información, pues la edad influye en la IP de modos peculiares y el Internet tiene interesantes efectos a nivel estado.

La edad mostró relación con la IP. Se trata además de una relación bastante lineal, pero tiene peculiaridades. La Gráfica 1 muestra cómo los más jóvenes sí parecen menos apegados a los partidos; en todas las encuestas tienen los niveles más altos de apartidismo, mientras que conforme las líneas avanzan a la derecha muestran generaciones más viejas que evidencian más y más partidismo. Sin embargo, parece haber una anomalía alrededor de los 60 años, pues ese grupo etario tiene un curioso repunte de apartidismo. Este repunte es muy claro en el *Latinobarómetro*, mientras que en la ENCUP (la encuesta más vieja) parece suceder un poco antes, alrededor de los 46-50 y en el *Barómetro de las Américas* (la encuesta más reciente) aparece un poco después. En esta última encuesta, el apartidismo cae hasta 70.13% (su punto más bajo) si se considera a los de 70 años y más. Las diferencias en el punto exacto de esta tendencia pueden deberse a la escasez de casos muy viejos o a que las encuestas no se realizaron exactamente en los mismos años, pero en todas ellas parece que el apartidismo va decreciendo, aunque presenta cierto repunte en edades avanzadas.

GRÁFICA 1
Apartidismo en función de la edad



Fuente: Elaboración propia con datos del *Latinobarómetro*, la ENCUP, el *Informe País* y el *Barómetro de las Américas*.

Revisar las generaciones importa, porque es complicado saber si se tiene aquí un efecto cohorte o edad. Es decir, si cada generación tiene un nivel de apego partidista propio que sostiene conforme pasan los años o si las personas cuando envejecen se vuelven más partidistas. Este par de posibilidades implicaría distintos roles para la información e Internet. Si al envejecer las personas inevitablemente se identifican más y más con un partido, no se vislumbra un rol particular para Internet o para el acceso a la información, pues el partidismo sería un efecto “natural” del envejecimiento.

Sin embargo, si cada generación madura con un partidismo distinto, quizá Internet –al ser parte de la formación de nuevas generaciones– deja alguna marca en el perfil político. Esta segunda hipótesis parece más probable, pues explicaría por qué las personas de alrededor de 60 años son inusualmente apartidistas. Quizás algo en el contexto en que crecieron les impregnó dicha cualidad, lo que nos habla más de efecto cohorte que edad. Por otro lado, no se esperarían socializaciones políticas demasiado distintas entre generaciones contiguas, lo que explicaría la aparente linealidad del vínculo edad/IP. Sólo una metodología longitudinal podría confirmar o refutar estas hipótesis. Este tipo de estudios sí se realizan en otros países, pero –salvo contadas y limitadas excepciones– no se llevan a cabo en México. Debido a esto, no se dispone de datos para confirmar o refutar lo que aquí se conjetura.

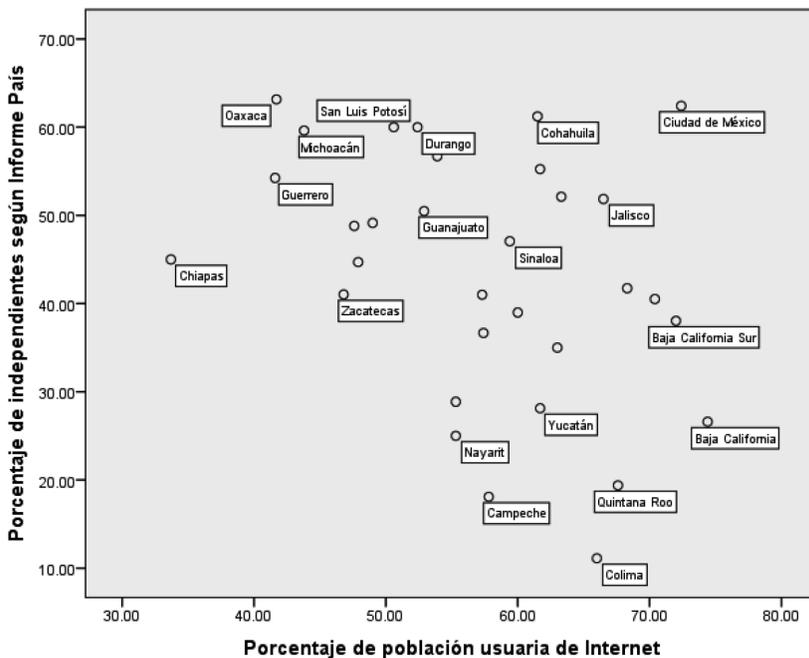
Finalmente, las encuestas utilizadas son de índole principalmente político, pues los estudios sobre Internet no contienen preguntas políticas. Una manera de incluir datos específicamente diseñados para medir el uso de Tecnologías de la Información, es cambiar el nivel de medición y referirse a estados de la República en lugar de personas. Esto obviamente implica reducir la finura del análisis, pues el promedio de un estado tiene mucho menos variabilidad que el mismo dato a nivel persona (razón por la que no se puede incluir la edad en estos análisis). Además, se corre el riesgo de la falacia ecológica y de que no todos los datos de todos los estados sean igualmente representativos. Aun así, revisar la relación del partidismo con el Internet a nivel estado aporta algunos datos interesantes, pues al hablar de estados particulares, es posible evocar lo que se sabe de dichas entidades y enriquecer así la discusión.

Para este ejercicio se manejaron datos de la última *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* (ENDUTIH) y del *Informe País* (única encuesta con representatividad subnacional y la que tiene mayor muestra). Después se revisó si los estados con mayor acceso y uso de Internet son también los que menor IP presentan. El porcentaje de independientes en cada estado presenta un coeficiente

de correlación³ de $-.339$ al relacionarlo con el porcentaje de casas con Internet, y de $-.358$ con el porcentaje de población usuaria de Internet. Los valores P de esas correlaciones son $.058$ y $.044$, y se les puede considerar estadísticamente significativos, pues provienen de muy pocos casos ($N=32$) y un α de $.1$ resulta apropiada. No es posible incluir aquí la edad, pues la edad “promedio” o “mediada” de cada estado tiene variaciones demasiado pequeñas para ser matemáticamente útiles.

Se debe advertir que las relaciones son negativas; es decir, los estados con más Internet parecen ser los más partidistas, lo que en principio parece contradecir la hipótesis de la MC. Aun así, lo más interesante de este ejercicio es la forma de la dispersión, no la relación en sí misma. Esto se puede apreciar en las gráficas 2 y 3:

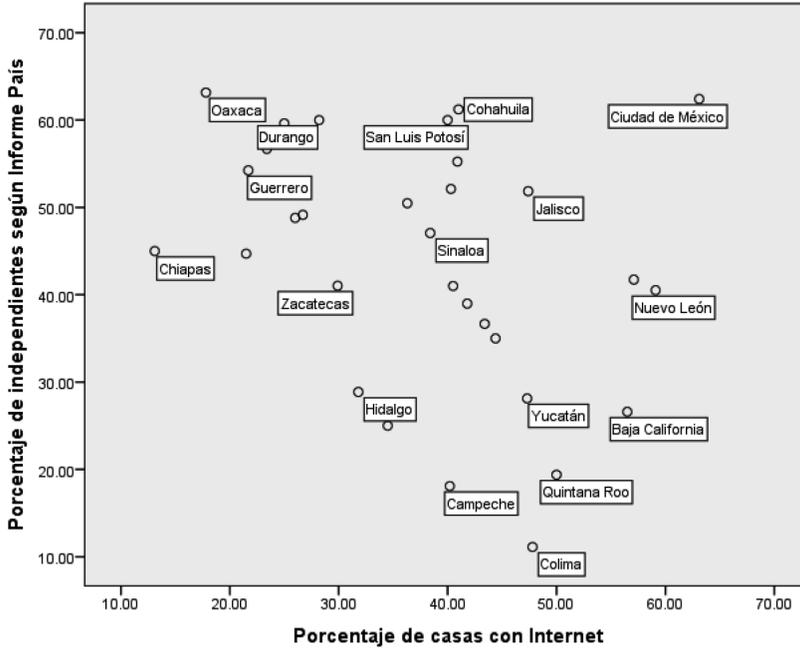
GRÁFICA 2
Porcentaje de independientes y de usuarios de Internet por estado



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH y el *Informe País*.

³ El *Coefficiente de Correlación de Pearsons* indica la fuerza de la relación entre dos variables métricas: va de -1 (relación inversa lineal perfecta) a 0 (ausencia total de relación) a 1 (relación positiva/directa lineal perfecta).

GRÁFICA 3
Porcentaje de independientes y de casas con servicio de Internet por estado



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH y el *Informe País*.

Las Gráficas 2 y 3 son semejantes, cada punto es un estado y se etiquetaron tantos como fue visualmente conveniente. Coincidiendo con lo antes dicho, se puede detectar un cierto patrón, donde los estados con menos Internet (a la izquierda) tienen poca identificación partidista (están arriba); mientras que los que más tienen esta tecnología, tienden a estar más abajo y mostrar mayor partidismo. Pero las gráficas no muestran una simple relación lineal entre dos variables; mientras que todos los estados con poco Internet muestran mucha independencia, los que disponen de éste tienen desde niveles altos hasta muy bajos de IP. Esto conlleva ciertas dudas matemáticas sobre el uso de las correlaciones y el cálculo de valores P, pero las correlaciones no son aquí lo más importante, sino la forma de la dispersión.

Las Gráficas 2 y 3 muestran que la escasez del Internet parece suceder en contextos de poco partidismo pero también de marginación. Nótese la ubicación de Oaxaca, Chiapas y Guerrero en la esquina superior izquierda. Conforme aumenta la cobertura de este servicio, pareciera que se abre la

posibilidad de mayor partidismo, pero no crece el apartidismo: la Ciudad de México está muy bien conectada, pero su apartidismo no es muy distinto al de Chiapas. Por su parte, Colima, Campeche y Quintana Roo, pareciera que aprovechan el Internet para desarrollar su partidismo. Así, el Internet parece favorecer el partidismo, aunque no aparenta aumentar la independencia. Nótese que conforme avanza el Internet, surgen estados muy partidistas, pero no aparecen estados muy apartidistas; tenemos aquí un aumento de dispersión conforme avanza el eje X, pero sólo hacia abajo en Y.

Estas gráficas y sus lecturas deben ser tomadas con precaución, pues la ENDUTIH sí está diseñada para arrojar datos a nivel estado, pero la encuesta sobre la que se elaboró el informe país no del todo. Esta última sí tiene representatividad a nivel federal y en cinco conglomerados, pero sólo se sobre-muestreó algunos estados donde las estimaciones serían más precisas (Aguascalientes, Nuevo León, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tabasco, Veracruz). Sin embargo, hay que señalar que el diseño de la muestra no implica un riesgo para este estudio, pues si bien algunos estados no fueron seleccionados para sobre-representarlos, de todas maneras se les muestreó y la selección de las muestras dentro de esos estados no presenta razones para creer que la variable de la identificación partidista se haya sesgado. Así pues, hay que dar cierto margen de duda a los datos de entidades que no fueron sobre-representadas; sin embargo, la forma de la dispersión invita a reflexionar el rol de Internet en la política, lo que se hace en la última sección del trabajo.

Conclusiones

Alineado con lo ya sabido sobre el tema, este estudio también apunta a que el Internet por sí mismo no es un factor que transforme inmediatamente a la ciudadanía en un colectivo informado y políticamente comprometido; sin embargo, el debate dista de estar terminado. Sí hay una relación entre el uso de esta tecnología y la independencia de los partidos, pero parece más un efecto secundario de la edad; los jóvenes están poco atraídos por los partidos y a su vez usan mucho el Internet. En este mismo sentido vale la pena recuperar los datos del *Informe País*, según los cuales los mexicanos comparten poca información política en las redes, acción que tampoco se vincula con la identificación partidista. Además, hay que recordar que estudios previos señalan a los jóvenes como la principal audiencia de Internet y que éstos suelen buscar en este medio más entretenimiento que información política. Pareciera que son las generaciones las que determinan el grado

de partidismo (auxiliadas o no por Internet y los medios de comunicación), y a nivel Estado aparece una relación inversa a la esperada; los estados con mayor acceso al medio parecen más partidistas.

Así pues, no existe una relación muy directa entre identificarse con un partido y el uso de Internet. Esta sería la relación más “obvia” entre el Modelo Michigan y el Internet, pero no es la única y deja aún muchas preguntas por responder. Primero que nada, es necesario un estudio más profundo para entender mejor el rol de la edad; como se dijo, los más viejos tienen más IP, pero no es claro cómo o por qué, quizás el tiempo aumenta el partidismo, quizás es un tema generacional. Además, es necesario abrir el espectro de variables incluidas para comenzar a entender los extraños patrones que mostraron los estados cuando se revisó su nivel de IP y de penetración de Internet. Tal vez lo encontrado aquí está mediado por escolaridad, ingreso, actividad económica u otras variables que estén detrás de lo visto a nivel estado.

Más allá de lo inmediatamente abarcado por el presente trabajo, quedan también varios puntos de conexión entre el Modelo Michigan y el Internet. Por ejemplo, una de las premisas sobre las que se construyó el modelo es una disponibilidad más bien pequeña de datos políticos; en principio, Internet no podría hacer grandes cambios en la medida en que –como se dijo antes– el uso de este medio suele ser más lúdico que político. Sin embargo, el debate está lejos de terminar ahí, pues el Modelo Michigan asume también que las personas sesgan la información que reciben y van a buscar datos que favorezcan y reafirmen la posición partidista que sostengan. En un contexto de poca información, las fuentes serán limitadas, pero ahora en la era de la abundancia informativa es muy sencillo localizar datos y comentarios que retroalimenten el sesgo cognitivo que sugiere el Modelo Michigan, generándose así una potencial variación del modelo original.

Por otro lado, Internet no sólo puede pensarse como una fuente de información política, sino también como un espacio de debates. El mismo Modelo Michigan asume que las personas sí tienen cierta información sobre sus posiciones partidistas, lo que a su vez permite que la ciudadanía confronte sus posiciones. Esta confrontación sucede en varios espacios y cada uno de ellos imprime sus características a la interacción; el choque de identidades partidistas en un debate electoral televisado es distinto al mismo encuentro cuando sucede entre dos conocidos que discuten política cara a cara. En esta misma lógica, Internet como un espacio de interacción política deberá imprimir sus propias peculiaridades a la confrontación entre partidismos.

Además, la agenda de investigación va más allá del Modelo Michigan. Si nos alejamos un poco del tema de los partidos, encontramos posturas que proponen observar el carisma y las propiedades individuales de los candidatos. Si no ponemos todo el acento en partidos y comenzamos a mirar

personas, encontraremos que Internet permite nuevas formas de acercar a los actores políticos con la ciudadanía, lo que —nuevamente— deja el debate abierto para seguir indagando sobre los efectos políticos de este nuevo medio.

A todo esto, hay que agregar el hecho de que Internet es una herramienta de jóvenes. Las nuevas generaciones estarán en el sistema político mexicano por muchos años más y sus acciones políticas son difíciles de predecir. Las nuevas generaciones están madurando con dominio sobre estas nuevas herramientas, lo cual los podría empoderar para alcanzar cosas que generaciones pasadas no habrían sido capaces de lograr. Mucho del potencial del medio dependerá de las voluntades políticas de estos nuevos ciudadanos hiperconectados.

Así pues, por ahora Internet no parece un factor que determine mucho la postura política de los mexicanos; ciertamente no parece relacionarse mucho con tener o no identificación partidista. Sin embargo, sí se muestra como una herramienta importante que auxilia a los sujetos en sus fines, por lo que quizás actualmente —con partidos poco atractivos y una ciudadanía poco motivada— este nuevo medio no tenga un gran impacto. Pero eso no elimina la posibilidad de que nuevos eventos renueven el interés ciudadano por la política, escenario en que podríamos ver a Internet jugar un papel mucho más preponderante al ser el único medio capaz de alimentar un voraz deseo informativo ciudadano.

Bibliografía

- Albright, Jeremy J. (2009), “Does Political Knowledge Erode Party Attachments? A Review of the Cognitive Mobilization Thesis”, en *Electoral Studies*, núm. 28, pp. 248-260.
- Almeida Marques, Francisco Paulo Jamil (2006), “Debates Políticos na Internet: a Perspectiva da Conversação Civil”, en *Opinião Pública*, núm. 1, vol. 12, pp. 164-187.
- Almond, Gabriel A. y Sidney Verba (1963), *The Civil Culture*, Princeton, Estados Unidos, Sage Publications.
- Anduiza, Eva; Marta Cantijoch, Clelia Colombo, Aina Gallego y Jorge Salcedo (2010), “Los usos políticos de Internet en España”, en *Revista española de investigaciones sociológicas*, núm. 129, pp. 133-146.
- Anduiza Perea, Eva; Marta Cantijoch Cunil y Camilo Cristancho Mantilla (2010), “Los ciudadanos y el uso de Internet en la campaña electoral”, en Ignacio Lago Peñas y José Ramón Montero Gilbert (eds.), *Las elecciones generales de 2008*, España, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 123-142.

- Aruguete, Natalia y Carlos Muñiz (2012), “Hábitos comunicativos y política. Efectos en las actitudes políticas de la población mexicana”, en *Anagramas, Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, núm. 20, vol. 10, Colombia, Universidad de Medellín, pp. 129-145.
- Avila Eggleton, Marcela y Héctor Gutiérrez Sánchez (2017), “El rol del espacio en la explicación del abstencionismo”, en *Espiral*, vol. 24, núm. 69, pp. 115-154.
- Bartolucci, Andrea Alejandra (2005), “Internet. Espacio para las nuevas organizaciones políticas nacionales”, en *La Trama de la Comunicación*, núm. 10, pp. 1-8.
- Campbell, Angus; Philip E. Converse, Warren E. Miller y Donald E. Stokes (1960), *The American Voter*, Nueva York, Estados Unidos, Wiley.
- Corrado, Anthony y Charles M. Firestone (eds.) (1997), *Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics*, Washington DC, Estados Unidos, The Aspen Institute.
- Dalton, Russell J. (1984), *Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advances Industrial Democracies*, New Haven, Estados Unidos, Yale University Press.
- Del Rey Morato, Javier (2008), “El potencial cultural y político de Internet”, en *Palabra clave*, núm. 1, vol. 11, pp. 71-86.
- Delli, Carpini, Michael X. y Scott Keeter (1996), *What Americans Know About Politics and Why it is Important*, New Haven, Estados Unidos, Yale University Press.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y Carlos Muñiz (2017), “Los efectos de la comunicación política en el compromiso político de los jóvenes en la elección presidencial mexicana de 2012”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 229, pp. 181-222.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco (2017), “Las campañas electorales, los medios y su impacto en el compromiso cívico de los mexicanos en la elección presidencial de 2012”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 29, pp. 139-164.
- Echeverría Victoria, Martín (2008), “Debates presidenciales y democracia en México. Desempeño de los candidatos en los debates presidenciales de 2006”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 202, vol. L, pp. 33-49.
- Echeverría Victoria, Martín (2017), “Infoentretenimiento periodístico en la cobertura de las elecciones. El caso de los debates presidenciales”, en *Convergencia*, núm. 74, vol. 24.
- Echeverría Victoria, Martín (2011), “¿Apatía o desencuentro? Patrones de consumo y recepción de información política y gubernamental en jóvenes”, en *Global Media Journal*, núm. 15, vol. 8, pp. 42-65.

- Espino, Sánchez, German (2012), *¿Cyberrevolución en la política? Mitos y verdades sobre la ciberpolítica 2.0 en México*, México, Fontamara.
- Espino Sánchez, Germán (2014), "La política en internet, ¿de la mediatización a la convergencia digital? Convergencia", en *Revista de Ciencias Sociales*, núm. 65, vol. 21, pp. 39-63.
- Fisher, Bonnie, Michael Margolis y David Resnick (1996), "Surveying the Internet: Democratic Theory and Civil Life in Cyberspace", en *Southeastern Political Review*, núm. 3, vol. 24, pp. 399-429.
- Gibson, Rachel K. y Stephen J. Ward (1998), "Politics as Usual" in the New Media?", en *The International Journal of Press/Politics*, núm 3, vol. 3, pp. 14-38.
- Guardado Rodríguez, Jenny (2009), "La identidad partidista en México", en *Las dimensiones políticas de la competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006*, en *Política y gobierno*, volumen temático 1, pp. 137-175.
- Hill, Kevin A. y John E. Hughes (1998), *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet*, Estados Unidos, Rowman & Littlefield Publishers.
- Horkheimer, Max y Adorno Theodor W. (2009), *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*, Madrid, España, Trotta.
- INEGI (2017), Comunicado de Prensa 122/17, México, INEGI. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/especiales/especiales2017_03_02.pdf
- Jordan, Tim (1999), *Cyberpower the Culture and Politics of Cyberspace and the Internet*, Nueva York, Estados Unidos, Routledge.
- Lazarsfeld, Paul Felix (1969), *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*, New York, Columbia University Press.
- Lizama Carrasco, Guillermo (2012), "Geografía electoral del abstencionismo en los municipios de México (1994-2009)", en *Especialidades*, vol. 2, núm. 2, pp. 23-51.
- Luna Pla, Issa y Julio Vicente Juárez Gámiz (2015), *La otra brecha digital. La sociedad de la información y el conocimiento. Encuesta Nacional de Sociedad de la Información*, Serie: Los mexicanos vistos por sí mismos, Los grandes temas nacionales, México, UNAM.
- McLuhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona, España, Paidós.
- Molinar Horcasitas, Juan y Jeffrey Weldon (1990), "Elecciones de 1988: crisis del autoritarismo", en *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 52, pp. 229-262.
- Moreno, Alejandro (1999), "Ideología y voto: dimensiones de la competencia política en México en los noventa", en *Política y gobierno*, núm. 1, vol. 6, pp. 45-81.

- Moreno, Alejandro (2009), *La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México*, México, Porrúa.
- Moreno, Alejandro y Patricio Méndez (2007), “La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México”, en *Política y gobierno*, núm. 1, vol. 14, pp. 43-75.
- Muñiz, Carlos; Alma Rosa Saldierna Salas, Lauro Maldonado y José Segoviano (2014), *La investigación de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México*, San Luis Potosí, México, Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y la Asociación Mexicana de la Comunicación (AMIC).
- Muñiz, Carlos; Lauro Maldonado, Tabita Hernández, Edith Rodríguez, Alma Rosa Saldierna, Rosa Enelda López, Oswaldo Leyva y Manuel Estrada (2011), *Entre la movilización y el malestar mediático. Análisis del impacto de las prácticas comunicativas sobre las actitudes políticas de los jóvenes de bachillerato*, Pachuca, Hidalgo, Memorias AMIC 2011.
- Mussa, Tavares; Margarida María y Hélio Gomes Philo (2013), “Internet e Participação Social nas Políticas Urbana”, en *Oculum Ensayos*, núm. 1, vol. 10, pp. 149-156.
- Padilla De La Torre, María Rebeca y Dorismilda Flores Márquez (2011), “El estudio de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 15, pp. 101-122.
- Padilla De La Torre, María Rebeca (2014), “Ciudadanía política en la red. Análisis de las prácticas políticas entre jóvenes universitarios”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 21, pp. 71-100.
- Reyes del Campillo, Juan (1999), “Elecciones y cultura política en el Distrito Federal”, en *Política y Cultura*, núm. 11, pp. 199-216.
- Rincón, Omar (2011), “Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antans Mockus y el Partido Verde colombiano”, en *Nueva Sociedad*, núm. 235, pp. 74-89.
- Rojas Prieto, Jorge (2013), “Libertad de expresión, Internet y comunicación política en México”, en *El Cotidiano*, núm. 177, pp. 79-94.
- Saldierna Salas, Alma Rosa y Carlos Muñiz (2015), “Influencia de los hábitos comunicativos en la generación de participación y cinismo político entre los pre-ciudadanos”, en *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, núm. 2, vol. 8, pp. 37-59.
- Saldierna Salas, Alma Rosa; Felipe de Jesús Marañón y Carlos Muñiz (2015), “El papel de la comunicación en la generación de interés y conocimiento político entre los prec Ciudadanos: aplicación del modelo O-S-R-O-R al caso mexicano”, en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, pp. 147-165.
- Saldierna Salas, Alma Rosa; Carlos Muñiz y Felipe de Jesús Marañón (2017), “Formación en la democracia. Análisis del efecto de los medios de comu-

- nicación en la generación de conocimiento político en los pre-ciudadanos”, en *ALCEU*, núm. 34, vol. 17, pp. 198-215.
- Sampedro, Víctor y Francisco Seoane Pérez (2009), “The 2008 Spanish General Elections: ‘Antagonistic Bipolarization’ geared by Presidential Debates, Partisanship, and Media Interests”, en *International Journal of Press/Politics*, núm. 3, vol. 13, pp. 336-344.
- Sánchez Hernández, Citlalli y Carlos Muñiz (ed.) (2011), *Comunicación, política y ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política*, México, Fontanamara.
- Silva Moreno, Carlos (2000), “Cultura política y partidos en Jalisco”, en *Espiral*, vol. 7, núm. 19, pp. 51-69.
- Smith, Eric R. A. N. (1989), *The Unchanging American Voter*, Berkeley, Estados Unidos, University of California Press.
- Sudulich, Laura, Matthew Wall y Leonardo Baccini (2015), “Wired Voters: The Effects of Internet Use on Voters’ Electoral Uncertainty”, en *British Journal of Political Science*, núm. 4, vol. 45, pp. 853-881.
- Tarrés, María Luisa (2004), “Algunos desafíos para imaginar una cultura política con perspectiva de género”, en *La Ventana. Revista de Estudios de Género*, núm. 19, pp. 51-71.
- Torres Nabel, Luis César (2009), “Ciberprotestas y consecuencias políticas: reflexiones sobre el caso de Internet necesario en México”, en *Razón y Palabra*, núm. 14, vol. 70, pp. 1-14.
- Virriel López, Concepción (2004), “Elecciones 2003: spots políticos y cultura política”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 46, núm. 190, pp. 139-160.
- Ward, Janelle (2005), “An Opportunity for Engagement in Cyberspace: Political youth Web Sites During the 2004 European Parliament Election Campaign”, en *Information Polity*, núm. 3, vol. 10, pp. 233-246.
- Xenos, Michael y W. Lance Bennett (2007), “The Disconnection in *online* Politics. The Youth Political *web* Sphere and us Election Sites, 2002-2004”, en *Information, Communication and Society*, núm. 45, vol. 10, pp. 443-464.