

El papel de la comunicación en la generación de interés y conocimiento político entre los preciudadanos: aplicación del modelo O-S-R-O-R al caso mexicano

The Role of Communication in the Generation of Interest and Political Knowledge Among the Pre-citizens: An Application of the O-S-R-O-R Model to the Mexican Case

Alma Rosa Saldierna Salas¹
Felipe de Jesús Marañón²
Carlos Muñiz³

Recibido el día 30 de diciembre de 2015.
Aceptado el día 30 de marzo de 2015.

Resumen

El presente artículo presenta los resultados de un análisis sobre la relación de causalidad entre los hábitos comunicativos y la generación del interés en la política y el conocimiento político. El análisis se centra en el segmento de la población constituida por los preciudadanos, es decir, en todos aquellos jóvenes que se encuentran en el proceso de adquisición de un acervo de información política para participar por primera vez del juego político. Para ello, se realizó una encuesta en la zona metropolitana de Monterrey, México, entre alumnos del último año de preparatoria que iban a ser votantes por primera vez en las elecciones presidenciales mexicanas celebradas en julio de 2012. Mediante un análisis de ecuaciones estructurales, utilizando el paquete estadístico SmartPLS, se pone a prueba el modelo teórico O-S-R-O-R para explicar el impacto comunicativo en el desarrollo de las actitudes políticas. Los resultados no permitieron replicar el modelo teórico en el contexto de Nuevo León. La única relación causal que pudo comprobarse fue la de la conversación política interactiva en la generación del interés en la política entre los encuestados.

Palabras clave

Preciudadanos, interés en la política, conocimiento político, hábitos comunicativos, modelo O-S-R-O-R.

Abstract

The current article presents the results of an analysis about the causal relations between communicative practices and the generation of interest in politics and political knowledge. The analysis focuses on a segment of the population, known as pre-citizens; that is, all those young people who are in the process of acquiring political information to participate for the first time

1 Alma Rosa Saldierna Salas es doctora en filosofía con especialidad en ciencias políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Es investigadora asociada del Laboratorio de Comunicación Política (LACOP). asaldierna9@gmail.com

2 Felipe de Jesús Marañón es doctor en filosofía con orientación en ciencias políticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es investigador asociado del Laboratorio de Comunicación Política (LACOP). felipedejesusml@gmail.com

3 Carlos Muñiz es doctor en comunicación por la Universidad de Salamanca (USAL), España, y profesor titular de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). carlos.munizm@uanl.mx

in the political arena. For this, a survey was conducted in the metropolitan area of Monterrey, Mexico, among students in their final year of high school, who would be voting for the first time in the Mexican presidential elections of July 2012. Through an analysis of structural equations, using the statistical package SmartPLS, the O-S-R-O-R theoretical model is tested to explain the communicative impact on the development of political attitudes. The results did not allow replicating the theoretical model in the context of Nuevo Leon. The only causal relationship that was observed was the effects of the interactive political conversation in generating interest in politics among respondents.

Keywords

Pre-citizens, political interest, political knowledge, communicative practices, O-S-R-O-R model.

1. Marco teórico

1.1. Los jóvenes preciudadanos y su inclusión en el sistema político

Si bien los estudios realizados desde la comunicación política con objeto de analizar el impacto que tienen las prácticas comunicativas —como el consumo mediático o la conversación política— en el desarrollo de las actitudes políticas se suelen centrar en los ciudadanos, es de importancia estudiar igualmente el impacto que pueden tener sobre el segmento de la población que aún no ha adquirido la plenitud de los derechos políticos, pero que se encuentra inmerso en un proceso de socialización política; es decir, sobre aquellos jóvenes que por primera vez se enfrentarán al juego político de participar en unas elecciones presidenciales, denominados preciudadanos. Este concepto, aun cuando no ha sido plenamente conceptualizado en la literatura precedente, ha solido utilizarse para referirse a todos aquellos jóvenes que están en el proceso de formación a fin de ejercer el derecho de ser ciudadanos legalmente.⁴

Por tanto, se puede definir a los preciudadanos como aquellos jóvenes que se encuentran en el proceso de formación para la vida adulta, que implica no sólo una formación para insertarse en una vida laboral, sino también una instrucción para tomar conciencia de la importancia de participar en el engranaje político; es decir, aquella formación que les lleve a convertirse en ciudadanos participativos y críticos del sistema del cual forman parte y no ser sólo espectadores inertes del proceso de toma de decisiones políticas. Un proceso que, atendiendo a la Constitución Política de México, se produce a partir de los 18 años, lo que no es muy diferente de la mayoría de las democracias plenamente consolidadas.

En un estudio de la UNICEF, se establecen cuatro lineamientos que deben considerarse en la formación del preciudadano. En este sentido, es de esperar 1) que se dé una socialización o formación política en etapas tempranas; 2) que exista un aprendizaje político temprano; 3) que este conocimiento político actúe como filtro posterior, y 4) que se genere una influencia extraescolar.⁵ En ese sentido, la escuela desempeña un papel fundamental en la socialización de estos

4 Gonzalo García y Sergio Micco, "Hacia una teoría del preciudadano", en Crisóstomo Pizarro y Eduardo Palma (eds.), *"Niñez y democracia"*, Bogotá, Ariel-UNICEF, 1997, pp. 265-266.

5 Gonzalo García y Sergio Micco, *op. cit.*

preciudadanos.⁶ Por ejemplo, en países como Estados Unidos y Gran Bretaña, la formación de los niños como futuros ciudadanos se inicia ya a partir del 6º año de primaria, como una iniciación en la maduración cívica.⁷ Sin embargo, no sólo la escuela debe educar a los preciudadanos en la democracia, sino que este trabajo se debe completar a través de la convivencia con familias democráticas, con escuelas democráticas, pero también con la actuación de medios de comunicación democráticos.⁸

En la adolescencia y la juventud, se conciben y realimentan actitudes y conocimientos que serán relevantes en la vida adulta.⁹ De hecho, se considera que para esta etapa del desarrollo de la persona ya se han formado las plataformas de conocimientos y valores,¹⁰ entre los cuales se presentan aquellos que conforman una cultura política. De ahí la importancia de analizar si este grupo de individuos conforma un conocimiento político y un interés en la política bien estructurado, que le permita contar con las herramientas necesarias a la hora de participar en el proceso de toma de decisiones políticas, como el apoyo a alguna medida, la selección de representantes, la exigencia de derechos, críticas al sistema, etcétera. Se trata de un aspecto que cobra especial importancia si, por ejemplo, se considera que en las elecciones presidenciales mexicanas de 2012, se encontraban en juego nada menos que ocho millones de votos que representaban los jóvenes, quienes por primera vez votarían para elegir a un presidente.¹¹ Lo anterior manifiesta la importancia de este grupo social de cara al desarrollo democrático del país, así como la necesidad de su estudio.

1.2. Conceptualización del interés en la política y el conocimiento político

La existencia de una ciudadanía informada es considerada como uno de los principales cimientos de la democracia,¹² lo que permite estabilizar el sistema democrático.¹³ En este sentido, el *conocimiento político* puede definirse como el conjunto de conocimientos verificables objeti-

6 Alejandra Rodríguez y Carlos Muñiz, "Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial del 2006", *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, México, núm. 11, 2009, pp. 99-134.

7 David O. Sears y Nicholas A. Valentino, "Politics Matters: Political Events as Catalysts for Preadult Socialization", *American Political Science Review*, vol. 91, núm. 1, Cambridge University Press, 1997, pp. 45-65.

8 Jesús Martín Barbero, "Retos culturales de la comunicación a la educación: elementos para una reflexión que está por comenzar", en Roxana Morduchowicz (coord.), *Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia*, OCTAEDRO, Barcelona, 2003, pp. 19-32.

9 Dirección de Estudios Sociodemográficos, "¿A qué se dedican los jóvenes en México? Análisis de la condición de actividad de la población de 14 a 29 años de edad", Consejo Nacional de Población (CONAPO), México, 2011. Consultado en <http://www.portal.conapo.gob.mx/publicaciones/sdm/sdm2011/C2.pdf>

10 Anna María Fernández, "Infancia, adolescencia y política en México", *Revista Sociológica*, vol. 23, núm. 67, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2008, pp. 263-272.

11 Nayeli Cortés y Carina García, "Creció voto joven en elección presidencial", *El Universal. Edición digital*, (sección Nación). Consultado el 1 de diciembre de 2012 en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/861003.html>

12 Robert Dahl, "Procedural Democracy", en James Fishkin y Peter Laslett (eds.), *Philosophy, politics and society*, Yale University Press, Connecticut, 1979, pp. 97-133.

13 Gabriel Abraham Almond y Sidney Verba, *The Civic Culture. Political Attitudes in Five Nations*, Princeton University Press, Nueva Jersey, 1963, pp. 3-42.

vamente frente a las opiniones subjetivas.¹⁴ También se describe como la gama de información concreta acerca de la política; información que se almacena en la memoria a largo plazo, una compilación de información basada en la experiencia personal y en la información que reciben los individuos a través de su historia personal.¹⁵ Algunos autores se refieren a que el conocimiento político remite al hecho de que los individuos tienen conocimiento sobre el sistema político en general,¹⁶ mientras que otros agregan a esta concepción que los ciudadanos deben tener una información sobre situaciones políticas específicas, como las propuestas y debates desarrollados en el contexto de las campañas políticas, lo que les ayudará a tomar la decisión de emitir su voto.¹⁷ Ese mismo conocimiento les permitirá identificar las acciones que tienen que realizar para mantener la estabilidad de la comunidad, su desarrollo y evolución. Un acervo de información política posibilita a los individuos mejorar sus elecciones políticas, promoviendo una competencia cívica, mientras que un menor nivel de conocimiento entre la ciudadanía genera menor participación y reproduce una desigualdad entre los habitantes de un estado.¹⁸

Cuando los ciudadanos adquieren plena conciencia de la importancia de su implicación en los temas relacionados con la política, tiende a aumentar su *interés en el tema*. Si no hay una atención hacia la política, el ciudadano no será capaz de conocer cómo ésta le afecta o no; no contará con la información adecuada sobre los asuntos de relevancia y no será capaz de transmitir sus demandas al sistema político. Por ello, que se presenten en el ciudadano niveles de interés hacia lo que ocurre en el sistema político es de especial trascendencia, pues le permitirá exponerse a lo que en ocurre en el mismo sistema y obtendrá la información precisa para el desarrollo de su participación. Al respecto, se ha detectado que los jóvenes con mayor conocimiento político poseen una actitud normalmente más positiva hacia la política.¹⁹

Uno de los hallazgos mejor establecidos en la investigación sobre la opinión pública es la posición crucial del concepto *interés en la política* en los esquemas que unen los factores sociales y psicológicos a las actitudes políticas y a la conducta.²⁰ Por ello, el *interés por la política* consti-

14 Scott Althaus, *Collective Preferences in Democratic Politics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2003; Michael X. Delli Carpini y Scott Keeter, *What Americans Know About Politics and Why it Matters*, Yale University Press, Connecticut, 1996.

15 Silvana Brusino, Patricia Sorribas y Leonardo Medrano, "Características psicométricas de la medición del conocimiento político", *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, Asociación Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica (AIDEP), Buenos Aires, vol. 1, núm. 25, 2008, pp. 179-192.

16 Henry Milner, "Political Knowledge and Participation Among Young Canadians and Americans", Institute for Research on Public Policy, 2007. Consultado en <http://irpp.org/wp-content/uploads/assets/research/strengthening-canadian-democracy/political-knowledge-and-participation-among-young-canadians-and-americans/wp2007-01.pdf>

17 Markus Prior y Arthur Lupia, "Money, Time and Political Knowledge: Distinguishing Quick Recall and Political Learning Skills", *American Journal of Political Science*, vol. 52, núm.1, Midwest Political Science Association, Indiana, eu, 2008, pp. 169-183.

18 Suzanne Soule, "Will They Engage? Political Knowledge, Participation and Attitudes of Generations x and y", artículo presentado en el congreso, *Active Participation or a Retreat to Privacy*, German and American Conference, Postdam, Alemania, 2001.

19 Matías Caro, Damián Pivatto, Leonardo Quinteros, Guillermo Sema y Emanuel Torrejón, "Conocimiento político en estudiantes secundarios", *Revista Electrónica de Psicología Política*, vol. 9, núm. 27, Universidad Nacional de San Luis, San Luis, Argentina, 2012, pp. 96-110.

20 Jan W. van Deth, "Interest in Politics", en M. Kent Jennings, Jan W. van Deth, Samuel H. Barnes, Dieter Fuchs, Felix J. Heunks, Ronald F. Inglehart, Max Kaase, Hans-Dieter Klingemann y Jacques J. A. Thomassen (eds.), *Continuities in Political Action: a Longitudinal Study of Political Orientations in Three Western Democracies*, Walter de Gruyter, Berlín-Nueva York, 1990, pp. 275-312.

tuye una de las actitudes que más influyen en la generación de ciudadanos más participativos.²¹ Sin embargo, dicho interés requiere, para producirse, un conocimiento político previo por parte del ciudadano, y desemboca en su participación política. Unos ciudadanos con conocimientos sobre la política presentan mayores niveles de atención hacia asuntos públicos.²²

1.3. La mediación de los hábitos comunicativos en el desarrollo de actitudes políticas

Al recibir la información a través de los medios de comunicación, los individuos realizan un filtrado-selección por medio de su acervo de conocimiento previo y sus características psicológicas.²³ Por tanto, los efectos que pudieran producirse serán minimizados o modificados en función de estas variables intermedias. En las democracias actuales, es muy difícil que los ciudadanos adquieran un conocimiento o una información de primera mano de lo que ocurre en el ámbito político. Por ello, es necesario que recurran a mecanismos de obtención de información, como la comunicación interpersonal mediante el desarrollo de actividades de diálogo político, o el consumo de medios de comunicación para la adquisición de información sobre política.

Los estudios respecto de los contenidos transmitidos por los medios han evidenciado que ciertos programas, como los relacionados con el entretenimiento (normalmente televisivos), poseen efectos negativos en el desarrollo de un interés y/o conocimiento sobre la política.²⁴ Por el contrario, este fenómeno no sucedía al consumir medios impresos.²⁵ No obstante, desde las teorías de la movilización política, se plantea que el conocimiento político es resultado del uso de medios de comunicación.²⁶

A pesar de lo anterior, no es tanto la exposición genérica a los medios como la exposición particular a sus contenidos lo que produce este efecto. Ciertos contenidos, como los enfocados en política o los de entretenimiento, ya sean impresos o electrónicos, generan diferentes tipos de efectos. Esto es, el tipo de medio y de contenido influye para que se den tal o cual efecto: normalmente es positiva la atención a política y negativa la atención a entretenimiento. Por ejemplo, la exposición a noticias genera ciudadanos más informados en temas políticos, lo cual los conduce a ser ciudadanos más participativos, a acrecentar su interés político, y a discutir y formar un conocimiento sobre este tema.²⁷

21 Sidney Verba, Henry E. Brady y Kay Lehman Schlozman, *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*, Harvard University Press, Cambridge, 1995, pp. 334-368.

22 Suzanne Soule, *op. cit.*

23 Kenneth Newton, "May the Weak Force Be With You: The Power of the Mass Media in Modern Politics", *European Journal of Political Research*, vol. 45, núm. 2, European Consortium for Political Research, Oxford, 2006, pp. 209-234.

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

25 Kenneth Newton, "Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?", *British Journal of Political Science*, vol. 29, núm. 4, Cambridge University Press, Cambridge, 1999, pp. 577-599.

26 Christina Holtz-Bacha, "Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany", *European Journal of Communication*, vol. 5, núm. 1, Universidad de Northumbria (Reino Unido)-Universidad de Ghent (Bélgica)-Universidad de Miño (Portugal), 1990, pp. 73-85; Pippa Norris, *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.

27 Óscar García Luengo, "La (im)pertinencia de las teorías del malestar mediático en el caso español. Una primera aproximación empírica", *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 3, Universidad Iberoamericana, México, 2002, pp. 89-106.

La influencia del consumo mediático en la audiencia puede disminuir o aumentar dependiendo de las opiniones preconcebidas de los individuos, como el conocimiento político previo, por lo que el impacto dependerá del acervo específico de cada individuo.²⁸ Si bien algunos autores²⁹ han propuesto la existencia de un *modelo de causalidad recíproca* entre las variables comunicativas y las variables relativas a las actitudes políticas, como el conocimiento político y de un interés en la política, otros reflejan el mayor peso en la relación mantenido por las variables comunicativas.³⁰ Entre los trabajos teóricos planteados para explicar el impacto comunicativo en el desarrollo de las actitudes políticas ciudadanas destaca el *Modelo de Mediación Comunicativa (Communication Mediation Model) O-S-O-R*, en el que se especifica los factores involucrados en la mediación en el proceso de comunicación que se percibe como un continuo.³¹

El modelo propone que las orientaciones iniciales (O) —constituidas por los valores personales, factores socio-demográficos y redes interpersonales en la comunidad— determinan la manera en que se consume el estímulo (S) o mensaje proveniente de la comunicación masiva e interpersonal. Este consumo genera orientaciones posteriores (O) que media el impacto del estímulo sobre la respuesta final (R) o comportamiento político. El modelo O-S-O-R ha provisto de evidencia en la que el uso de los medios de comunicación como medio informativo y los niveles de conversación política interpersonal han contribuido a la generación de elevados niveles de interés en temas de política, así como conocimiento político, contribuyendo en elevados niveles de participación cívica. Los efectos de las prácticas comunicativas también se encuentran en el incremento del conocimiento político y en actitudes como el sentimiento de eficacia política, con lo que se encuentran elevados niveles de participación por parte de los ciudadanos.³² Esto es, se enfatiza el papel que desempeñan las actividades comunicativas como factor potenciador de resultados democráticos como la movilización política de los ciudadanos.³³

Diversas investigaciones se han centrado en analizar la influencia de la comunicación interpersonal y la masiva como formas de integración comunitaria.³⁴ Se ha propuesto enfocarse en la estructura de las redes sociales, a fin de analizar el marco en que se producen las conversaciones políticas de los individuos.³⁵ El análisis del impacto de las conversaciones interpersonales en la política se ha analizado como factor que refuerza la estabilidad del comportamiento político, haciendo referencia al conocimiento y al interés en la política. Se enfatiza en el análisis de la relación entre la información y la participación política, utilizando los medios de comunicación

28 Carlos Muñiz y Lauro Maldonado, "Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes", *Perspectivas de la comunicación*, vol. 4, núm. 2, Universidad de la Frontera, Araucanía, Chile, 2011, pp. 32-54.

29 Pippa Norris, *op. cit.*

30 Hernando Rojas, "Comunicación, participación y democracia", *Universitas Humanística*, vol. 62, núm. 62, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2006, pp. 109-142.

31 Jack M. McLeod, Dietram A. Scheufele y Patricia Moy, "Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation", *Political Communication*, vol. 16, núm. 3, American Political Science Association, Washington, DC, 1999, pp. 315-336.

32 Scheufele McLeod y Patricia Moy, *op. cit.*

33 Nam-Jin Lee, Dhavan V. Shah y Jack M. McLeod, "Processes of Political Socialization: A Communication Mediation Approach to Youth Civic Engagement", *Communication Research*, vol. 40, núm. 5, SAGE Journals, 2013, núm. 5, pp. 669-697.

34 Hernando Rojas, *op. cit.*

35 Dietram A. Scheufele, C. Nisbet, Dominique Brossard y Erik Nisbet, "Social Structure and Citizenship: Examining the Impacts of Social Setting, Network Heterogeneity and Informational Variables on Political Participation", *Political Communication*, vol. 21, núm. 3, American Political Science Association, Washington, DC, 2004, pp. 315-338.

como mediador informativo generador de resultados democráticos alimentados por la conversación de los ciudadanos como elemento interpretador de los mensajes en los medios.³⁶

Figura 1. Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña o-S-R-O-R



A partir de estos hallazgos, se ha planteado posteriormente el modelo o-S-R-O-R,³⁷ que propone la incorporación al Modelo de Mediación Comunicativa³⁸ del razonamiento (R), esto es, el proceso individual de raciocinio generado por la influencia de la conversación sobre política cara a cara, y de la red, a fin de generar el *Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña* (ver figura 1). La importancia del modelo radica en la capacidad de analizar, desde varias aristas, la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento político de los individuos, en la búsqueda de estabilidad y consolidación de la democracia. Recientes estudios utilizaron el modelo de mediación de la comunicación en el proceso de formación política de los adolescentes. Se encontró que la información recibida a través de los medios de comunicación, la discusión interpersonal tanto cara a cara como la virtual influye en los niveles de compromiso político y refuerza el interés y el conocimiento político.³⁹ Tomando como referencia la revisión bibliográfica previa, y a partir del Modelo de Mediación Comunicativa en Campaña o-S-R-O-R descrito, se formularon las siguientes hipótesis de investigación:

36 Nam-Jin Lee, Dhavan V. Shah y Jack M. McLeod, *op. cit.*

37 Jaeho Cho, Dhavan V. Shah, Jack M. McLeod, Douglas M. McLeod, Rosanne M. Scholl y Melissa R. Gottlieb, "Campaigns, Reflection, and Deliberation: Advancing an o-S-R-O-R Model of Communication Effects", *Communication Theory*, vol. 19, núm. 1, Universidad de Munich, Munich, 2009, pp. 66-88; William P. Eveland, Dhavan Shah y Nojin Kwak, "Assessing Causality in the Cognitive Mediation Model. A Panel Study of Motivations, Information Processing, and Learning During Campaign 2000", *Communication Research*, vol. 30, núm. 4, SAGE Journals, 2006, pp. 359-386; Dhavan V. Shah, Jaeho Cho, Seungahn Nah, Melissa R. Gottlieb, Hyunseo Hwang, Nam-Jin Lee, Rossane M. Scholl y Douglas M. McLeod, "Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model", *Journal of Communication*, vol. 57, núm. 4, International Communication Association, 2007, pp. 676-703; Mira Sotirovic y Jack M. McLeod, "Values, Communication Behavior, and Political Participation", *Political Communication*, vol. 18, núm. 3, 2001, pp. 273-300.

38 Jack M. McLeod, Dietram A. Scheufele y Patricia Moy, *op. cit.*

39 Dhavan V. Shah, Jaeho Cho, William P. Eveland y Nojin Kwak, *op. cit.*

H1: El conocimiento político se ve deteriorado por elevados consumos de contenidos de entretenimiento, pero aumenta ante la atención a contenidos mediáticos sobre política.

H2: El interés en la política se ve reducido ante elevados niveles de exposición de contenidos de entretenimiento en los medios y aumenta ante la atención a contenidos de política.

H3: La conversación política, tanto interactiva como cara a cara, contribuye en el generación del interés en la política y en el conocimiento político.

2. Metodología

2.1. Participantes en el estudio

Para realizar el estudio, se seleccionó una muestra representativa de los jóvenes inscritos en el último año escolar de la preparatoria en la zona metropolitana de Monterrey, dentro del estado de Nuevo León, en México. Todos los participantes en el estudio eran estudiantes menores de 18 años, o con esta edad cumplida, pero iban a votar por primera vez en las elecciones presidenciales celebradas el 1 de julio de 2012. Para determinar el tamaño de la muestra, se tomaron en cuenta los datos correspondientes al número de jóvenes inscritos en el periodo escolar 2010-2011. El estado de Nuevo León contaba en aquel momento con 278 preparatorias (públicas y privadas), de acuerdo con el gobierno estatal; había una población objeto de estudio de 28 785 alumnos, según cifras de la Secretaría de Educación Pública.⁴⁰

La muestra inicial estaba conformada por 1 030 estudiantes, con un nivel de confianza de 95% y un error máximo de 3.2%. Para realizar la selección de la muestra, en primer lugar se seleccionó de manera aleatoria a las preparatorias. Se separaron las públicas de las privadas. De la misma manera, se escogió a los grupos de último semestre y se aplicó el instrumento de medición. Las fechas de aplicación se dieron entre enero y febrero de 2011. Se aplicó en 11 preparatorias públicas y 12 privadas. Al finalizar la encuesta y analizar los datos recolectados, se eliminaron 194 cuestionarios, debido a que no correspondían a los objetivos de la investigación. Un ejemplo de ello fue que se encontraron individuos de mayor edad de la que se tenía como objeto de investigación (personas con 41 años de edad). Por lo tanto, la muestra final quedó conformada por 836 cuestionarios.

2.2. Medidas

Exposición a medios de comunicación. Se les preguntó a los estudiantes por el tiempo que dedicaban a ver televisión, leer prensa escrita, leer prensa por internet, escuchar la radio, leer revistas de información y navegar por la red. Se siguió la propuesta de Schreiber y García Luengo.⁴¹

40 S/A, "Sistema Educativo de los Estados Unidos Mexicanos. Principales cifras ciclo escolar 2010-2011", Secretaría de Educación Pública (SEP), México, 2010. Consultado en http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/1899/3/images/principales_cifras_2010_2011.pdf

41 Daniela Schreiber y Óscar García Luengo, "¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania", *Política y Sociedad*, vol. 41, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2003, pp. 131-143.

Los valores de la escala oscilaban entre (1) nada y (5) bastante. Para determinar la unidimensionalidad de la escala, se realizó un análisis factorial con los diferentes reactivos que convergieron en un único componente, con un $\kappa_{MO} = .65$ ($p < .001$) que consiguió explicar 49% de la varianza. Sin embargo, se obtuvo un valor de Alfa de Cronbach de $\alpha = .53$, lo que permitió suponer que existían patrones diferenciados de exposición a medios que impedían generar una única escala. Por ello, se procedió a utilizar los diferentes ítems como independientes en los subsiguientes análisis realizados.

Atención a programas de política. Mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, se evaluó el grado de atención prestado a programas relacionados con la política con preguntas como: "¿Qué tanto atiendes a las noticias de política internacional, nacional o local en la televisión y la prensa?". Además, se inquirió sobre su grado de atención a programas tradicionales de política en los que se presenten debates sobre temas políticos, así como los relacionados con la sátira política. También se plantearon preguntas acerca de los contenidos sobre política en la *web* y en la radio. La escala presentó unidimensionalidad, $\kappa_{MO} = .82$ ($p < .001$), y consistencia interna al obtener un valor $\alpha = .84$.

Atención a programas de entretenimiento. Se utilizó la escala desarrollada por Muñiz y Maldonado,⁴² la cual obtuvo una buena consistencia interna al detectarse un valor $\alpha = .74$ y un $\kappa_{MO} = .83$ ($p < .001$). Se interrogó sobre los niveles de atención a diversos programas de entretenimiento, con preguntas como: "¿Cuánta atención prestas a programas de entretenimiento en la televisión, como *realities*, programas de humor, telenovelas en televisión, series de televisión, películas?". Además, se preguntó respecto de otros medios de comunicación, como la radio comercial, basados en consumo de música, así como sobre sus consumos de entretenimiento por internet, como chatear, descargar música, etc. Las preguntas tenían posibles respuestas que oscilaban entre (1) nada y (5) bastante.

Conversación política interpersonal. También con una escala de Likert de 5 puntos, se midió el grado de conversación que tienen los jóvenes sobre política de forma personal con diferentes grupos de la población, como amigos, familia, compañeros de trabajo y/o clase, profesores y maestros, sacerdotes o líderes espirituales, vecinos u otras personas de la calle. Para la elaboración de esta escala, se tomó como referencia la utilizada en la ENCUP⁴³ y se agregaron dos ítems utilizados por los autores del artículo "Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model".⁴⁴ Las pruebas estadísticas arrojaron valores favorables respecto de la unidimensionalidad de la escala ($\kappa_{MO} = .84$ $p < .001$). Se logró que el factor explicara el 48% de la varianza, con un valor de alfa de $\alpha = .84$.

Conversación política virtual o interactiva. Se buscó medir la frecuencia con que se utilizaba internet para intercambiar información sobre política con otras personas, lo que determina el grado de conversación sobre política mantenida por los encuestados a través de internet. Para ello, se realizó una medición con una escala Likert que oscilaba entre nada (1) y bastante (5). En concreto, se les interrogó sobre qué tanto usaban el correo electrónico para organizar activi-

42 Carlos Muñiz y Lauro Maldonado, *op. cit.*

43 S/A, "Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas", Secretaría de Gobernación (SEGOB)-Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México, 2008. Consultado en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/encup/default.aspx>

44 Dhavan V. Shah, Jaehoo Cho, Seungahn Nah, Melissa R. Gottlieb, Hyunseo Hwang, Nam-Jin Lee, Rosanne M. Scholl y Douglas M. McLeod, *op. cit.*

dades comunitarias o sociales, qué tanto discutían o conversaban sobre política o noticias que habían visto mediante el correo electrónico, qué tanto enviaban correos a políticos o editores de medios para dar sus opiniones, qué tanto expresaban sus opiniones políticas a través de internet, participaban en chats, foros, *blogs* o cualquier espacio sobre política en internet. Se siguió la propuesta de los autores Shah, Cho, Nah, Gotlieb, Hwang, Leem, Scholl y McLeod.⁴⁵ Se agregó un ítem que preguntaba si los participantes escribían sus opiniones políticas en el espacio de comentarios de noticias en periódicos digitales; en este caso, se siguió la propuesta de Muñiz y Maldonado.⁴⁶ La escala obtuvo un valor $\alpha = .81$, lo que demuestra su consistencia interna, y un $\kappa_{MO} = .87$ ($p < .001$) que explica el 56% de la varianza que refleja la unidimensionalidad del indicador creado.

Interés en la política. Se preguntó a los encuestados acerca de su interés general en la política. Se siguió la escala utilizada por Muñiz y Maldonado.⁴⁷ En este sentido, se evaluó mediante una escala de Likert, que oscilaba entre (1) nada y (5) bastante, sobre el interés en los siguientes aspectos políticos: 1) política local; 2) política en el ámbito estatal; 3) política federal, y 4) política internacional. La escala obtuvo un valor $\alpha = .84$, lo que demuestra su consistencia interna, y un $\kappa_{MO} = .84$ ($p < .001$) que explica el 69% de la varianza que refleja la unidimensionalidad del indicador creado.

Conocimiento político. Se generó una escala para medir el grado de conocimiento político. Se tomó como referencia el estudio de De Vreese y Elenbaas.⁴⁸ Para ello, se evaluaron 18 preguntas y se verificaba si contestaban de forma acertada (1) o de forma incorrecta (0). Entre otras, se incluyeron las siguientes tres: "¿Qué partido tiene mayoría en el Senado de la República?", "¿Quién es el actual Secretario de Gobernación?", "¿Podrías indicar de cuántos estados se compone México? o "¿Cuántos años dura el mandato de un gobernador?". La escala obtuvo un valor $\alpha = .67$, lo que refleja una consistencia interna baja, y un $\kappa_{MO} = .74$ ($p < .001$) que explica 54% de la varianza, lo que refleja una falta de unidimensionalidad de la escala. A pesar de este resultado, se generó un único indicador de conocimiento político; se consideró la dificultad de obtener consistencia interna alta cuando se trataba de una medida cognitiva, donde la variabilidad de respuestas suele ser alta. Con objeto de estandarizar el indicador resultante a las demás escalas utilizadas, se procedió a multiplicar el valor obtenido por 4 y sumarle 1 punto, de tal manera que el indicador de conocimiento político resultante contara con una escala de 5 puntos similar a las de Likert utilizadas.

45 Dhavan V. Shah, Jaeho Cho, Seungahn Nah, Melissa R. Gotlieb, Hyunseo Hwang, Nam-Jin Lee, Rossane M. Scholl y Douglas M. McLeod, *op. cit.*

46 Carlos Muñiz y Lauro Maldonado, *op. cit.*

47 *Idem.*

48 Claes H. de Vreese y Matthijs Elenbaas, "Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 13 núm. 3, SAGE JOURNALS, 2008, pp. 285-309.

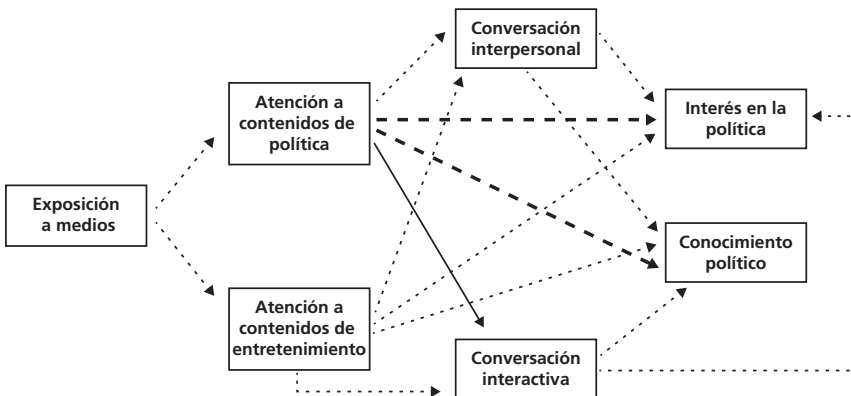
3. Análisis de resultados

3.1. Especificación del modelo teórico propuesto

Para comprobar la hipótesis, se utilizó la modelación de ecuaciones estructurales, un análisis también conocido como análisis estructural de covarianza o simple modelo causal. El diseño permite establecer un análisis de las relaciones causales entre datos directamente observados, suponiendo que existe una relación lineal, y al propio tiempo permite apreciar el grado en que los datos empíricos sustentan a las hipótesis descritas. Es importante considerar las ventajas que proporciona la utilización de este tipo de modelado:⁴⁹ 1) facilita la representación gráfica de las relaciones, lo que permite visualizar mejor los nexos existentes entre variables; 2) la posibilidad de analizar los efectos causales entre variables, y 3) posibilita verificar si existen relaciones recíprocas entre ellas, incluida la capacidad de modelar a múltiples dependientes, así como a múltiples independientes sin requerir un tamaño grande de muestra.

La modelización de las ecuaciones estructurales presenta las siguientes etapas: especificación, identificación, estimación de parámetros, evaluación del ajuste, re-especificación del modelo e interpretación de resultados.⁵⁰ La especificación del modelo desarrollado para esta investigación busca evidenciar las relaciones de causalidad entre las variables de exposición a medios, los contenidos de la dieta mediática, sus niveles de conversación política, así como la influencia en la generación del interés en la política y en el conocimiento político (ver figura 2).

Figura 2. Especificación de modelo de entrada (Modelo teórico 1).



En el modelo teórico diseñado, se muestra el conjunto sistemático de relaciones entre variables que aportan una explicación del fenómeno que se pretende estudiar. Se procedió a realizar la estimación del modelo. Para ello, se requería cumplir ciertos supuestos. Primero se realizó el análisis de validez convergente, con el que se determina el grado en que los ítems de la escala

49 Joan Manuel Batista Foguet y Germà Coenders Gallart, *Modelo de Ecuaciones Estructurales (Cuaderno de Estadística)*, La Muralla, Madrid, 2000.

50 *Idem.*

que, de acuerdo con lo revisado en la teoría, están relacionados. Para ello, se usó la varianza promedio extraída (AVE, por sus siglas en inglés). Estos valores deben ser mayores de .50, lo que indica que el constructo contabiliza 50% de la varianza del error de medición. Respecto de los valores obtenidos de AVE en el modelo de medición en la investigación, se detectó que no en todos los casos se puede asumir que lo observado se identifica con lo establecido a nivel teórico (ver tabla 1). En ese sentido, los únicos indicadores que cumplían con el supuesto eran los de conversación política interactiva y el interés hacia la política, mientras que los demás constructos propuestos en el modelo teórico no cumplían con los requisitos para ser utilizados en el modelado.

Tabla 1. Análisis de los constructos utilizados en el modelo

Constructos	ave	cr
Atención a contenidos de política	0.41	0.87
Conversación interactiva	0.56	0.88
Conocimiento político	0.16	0.75
Conversación interpersonal	0.46	0.87
Atención a contenidos de entretenimiento	0.42	0.83
Exposición a medios de comunicación	0.29	0.74
Interés en la política	0.70	0.90

Nota: AVE = Varianza Promedio Extraída del modelo de medición. CR = Composite Reliability.

Posteriormente, se realizó las pruebas de validez discriminante (divergente) a nivel de ítem, a fin de evaluar si los ítems sólo se relacionaban con el constructo al que teóricamente debían pertenecer o estaban relacionados con otros constructos. Los resultados obtenidos destacan que algunos constructos no cumplían con el supuesto referente a que las cargas que obtiene cada ítem deben ser mayores donde se intersectan celda con casilla. Esto es, existen ítems que están cargando valores elevados en otros constructos, lo que indica que comparten más varianza con éstos en el modelo.⁵¹ En ese caso, el único constructo que no cumplió con dicha prueba fue el de conocimiento político. Para verificar si este resultado se produjo, se calculó además la raíz cuadrada del AVE, una prueba que requiere que su valor sea mayor que las correlaciones entre el constructo y el resto de los utilizados en el estudio. Se encontró que sólo los tipos de conversación y el interés en la política cumplen con el supuesto. En un siguiente paso, se evaluó la confiabilidad del modelo, es decir, se verificó si los ítems estaban midiendo efectivamente lo que se esperaba medir.⁵² Para determinar esa confiabilidad, se utilizó la *Composite Reliability* o

51 David Barclay, Herbert H. Thompson, y Charles Higgins, "The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration", *Technology Studies*, vol. 2, núm.2, Epsilon Pi Tau, Ohio, 1995, pp. 285-309,

52 John Hulland, "Use of Partial Least Squares PLS in Strategic Management Research: a Review of Four Recent Studies", *Strategic Management Journal*, vol. 20, núm. 2, Strategic Management Society, Chicago, 1999, pp. 195-204.

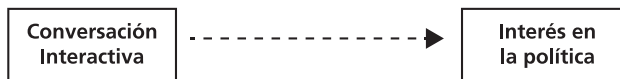
confiabilidad compuesta (CR), que arroja el valor de la consistencia interna de los ítems que debe ser de al menos .70 (ver tabla 1).

Tabla 2. Parámetros de aceptación o rechazo de las hipótesis de investigación

Prueba	Criterio
R^2	> 0,1
B	> 0.2
t Student	t (95%) = 1.65 t (99%) = 2.33 t (99.9%) = 3.11

Las pruebas realizadas ayudaron a verificar la aceptabilidad de los datos como paso previo al análisis de ecuaciones estructurales. El siguiente paso consistió en determinar si se cumplía con ciertas reglas para aceptar o rechazar las hipótesis formuladas (ver tabla 2). En el modelo teórico 1, se procedió a estimar los parámetros y, como se pudo observar, no se encontró la evidencia necesaria para utilizar este modelo por no satisfacer los supuestos básicos del valor de AVE y del CR. Por ello, se procedió a modificar el modelo, proponiendo una reespecificación del modelo de entrada (ver figura 3).

Figura 3. Reespecificación del modelo de entrada (Modelo teórico 2)



Respecto del modelo teórico 2, se lo reformuló proponiendo una relación directa entre los niveles de conversación política y la generación de un interés en la política. Se procedió a realizar la prueba AVE antes descrita, en la que se encontró que efectivamente se cumplía con el criterio de que todos los valores fueran mayores a .50. Ello indica que el constructo contabilizaba 50% de la varianza del error de medición (ver tabla 3). Posteriormente, se procedió a verificar la validez discriminante, así como a determinar si los constructos compartían más varianza con sus medias que la que compartían con otros constructos del modelo.⁵³ Ambos supuestos se cumplieron. A partir de lo anterior, se verificó que la raíz cuadrada del AVE fuera más grande que las correlaciones entre los constructos. De nuevo se cumplió cumpliéndose de nuevo el supuesto. Finalmente, la verificación de criterios del *Composite Reliability* también se cumplió, al obtenerse valores mayores a .70 (ver tabla 3).

Tabla 3. Varianza Promedio Extraída del modelo 2 de medición AVE

53 David Barclay, Herbert H. Thompson, y Charles Higgins, *op. cit.*

Constructo	AVE	CR
Conversación interactiva	0.55	0.88
Interés en la política	0.71	0.90

Nota: AVE = Varianza Promedio Extraída del modelo de medición. CR = *Composite Reliability*.

En el proceso de verificación y utilización del modelo reespecificado, se pudo evidenciar que, respecto del constructo de conversación interactiva, el factor o pregunta que más peso aportaba era la relacionada con “expresas tus opiniones políticas a través de internet”, con una media de 27.58%. Por su parte, el que menos aportación generó fue el relativo a “envías correos a políticos o editores de medios de comunicación para dar tus opiniones”, que obtuvo una media de 15.47%. En este constructo, puede apreciarse que, si bien los jóvenes expresan sus ideas a través de foros en línea, éstos no son para hacer llegar sus opiniones a los políticos, sino más bien revisten fines de diversión, tal como se evidenció cuando respondieron que “Usas el correo electrónico para organizarte en actividades comunitarias o sociales”, con una media de 25.29%. En cuanto al constructo de interés en la política, el ítem que más aportó a la escala fue el de “Interés en la política a nivel del Estado”, que explicaba 30.20% de la varianza. Por otro lado, el que menos aportaba era el de “Interés en la política internacional”, que explica 26.06% de la varianza. El interés por la política parece circunscribirse, por tanto, a un interés por los temas de política relacionados con el estado en que viven los encuestados. Tuvo menos importancia lo que sucede en el ámbito nacional o en el extranjero.

3.2. Evaluación de las hipótesis de investigación

Como última fase del estudio, se evaluó la validez del modelo a partir de las hipótesis de investigación planteadas. Sin embargo, cabe mencionar que, al no cumplirse los supuestos para varios de los constructos utilizados, sólo se comprobó la relación entre la conversación interactiva y el interés en la política. Para ello, en primer lugar se verificó el valor de R^2 para el constructo dependiente, su tamaño, la prueba t y el nivel de significancia de los coeficientes de trayectoria estructurales. Para analizar la estadística t el siguiente paso fue usar el remuestreo *bootstrap*. Luego se mostraron los resultados del contraste de cada una de las hipótesis planteadas para la investigación con el análisis de los datos obtenidos al utilizar el modelo de ecuaciones estructurales.

Por lo tanto, y a partir de los resultados obtenidos, no se encontró ningún efecto de los medios de comunicación en la generación de interés en la política y/o conocimiento político entre los encuestados. Ahora bien, lo que realmente resultó estar impactando eran los niveles de conversación política interactiva en el interés en la política de los preciudadanos de la zona metropolitana de Monterrey (ver tabla 4), dado que entre ambas variables se encontró una relación estadísticamente significativa ($\beta = .27$, $p = .025$). Ello, debido a que, como señala Cashin,⁵⁴ los coeficientes de correlación en ciencias sociales deben tener valores superiores a $r = .20$ para

54 William E. Cashin, “Students ratings of teaching: a summary of the research”, *IDEA Paper*, núm. 20, Manhattan, 1995.

considerarse de utilidad, mientras que los valores por debajo de este valor no tienen relevancia ni practicidad para establecer las causalidades entre variables.

Tabla 4. Resultados del modelo estructural o modelo interior (modelo 2)

	Coefficiente de trayectoria (β)	t Statistics observada	Nivel de significancia
cinter -> interés	.27	2.35	.025

4. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos en el presente estudio no permiten confirmar, al menos en el caso de los preciudadanos de la zona metropolitana de Monterrey, en México, el modelo teórico sobre los efectos de las variables comunicativas en las actitudes políticas O-S-R-O-R- propuesto a partir de la bibliografía revisada.⁵⁵ Aun cuando este modelo no se puede aplicar en su totalidad, sí ha permitido comprobar ciertas relaciones a partir de una reespecificación del modelo teórico. Al hacerlo, las variables relacionadas con la exposición de medios y con la atención a contenidos centrados en política y en entretenimiento no estaban vinculadas causalmente con las actitudes políticas, al igual que la conversación política interpersonal, como lo han evidenciado otros autores.⁵⁶

Puede concluirse que los medios de comunicación y la atención centrada en contenidos en específico de política no tienen una relación causal con las actitudes políticas. En ese sentido, el interés en la política ($\beta = .270$, $p < .025$) sí estableció esa relación, pero sólo a través de la comunicación interactiva, eliminando toda relación entre el tipo de medio de comunicación y el tipo de contenido, hecho que se contrapone a lo propuesto teóricamente. Lo anterior permite concluir que los jóvenes preciudadanos pueden estar desarrollando su interés en la política mediante conversaciones en línea, como los blogs y chats, donde este tipo de conversación facilita la interpretación de la información sobre política que éstos reciben. Por tanto, las diferentes hipótesis de investigación propuestas no se pudieron comprobar de acuerdo con los resultados. La hipótesis de investigación primera, que proponía que *El conocimiento político se ve deteriorado por elevados consumos de contenidos de entretenimiento, aumentando ante la atención a contenidos mediáticos sobre política*, no fue comprobada debido a que, en el análisis, la atención centrada en ciertos contenidos no contribuye a la generación de conocimiento político. Ello, sin embargo, contradice los resultados obtenidos en estudios previos por

55 Jack M. Mcleod, Dietram A. Scheufele y Patricia Moy, *op. cit.*

56 Hernando Rojas, *op. cit.*

otros autores,⁵⁷ quienes afirmaban que el consumo de contenidos centrados en política favorece al conocimiento político.

Respecto de la hipótesis de investigación segunda, que planteaba que *El interés en la política se ve reducido ante elevados niveles de exposición de contenidos de entretenimiento en los medios y aumenta ante la atención a contenidos de política*, tampoco se encuentra evidencia estadística que la sustente. En este sentido, la influencia del consumo de medios de comunicación y de la atención a contenidos específicos, como programas de política o contenidos de entretenimiento, tampoco están impactando en el fomento al interés en la política. De nuevo, ello contradice la evidencia encontrada previamente por otros autores,⁵⁸ acerca de que los contenidos centrados en política favorecen el interés en la política.

Finalmente, la tercera hipótesis de investigación, que planteaba que *La conversación política, tanto interactiva como cara a cara, contribuye en la generación del interés en la política y del conocimiento político*, se puede aceptar de manera parcial. En este sentido, la conversación política interactiva sí tiene una relación causal con el interés en la política de manera moderada. Es decir, los jóvenes —a través de la conversación en línea, mediante mecanismos como los chats, blogs y foros abiertos— alimentan su interés en la política, o recurren a estos recursos cuando desean saber algo sobre política. Asimismo, esas mismas relaciones en línea indican que los ciudadanos se movilizan en actividades cívicas como organizaciones no lucrativas, de entretenimiento, de ayuda social, y, en menor medida, participación política.

Respecto de estos resultados, de la influencia de la conversación interactiva en la generación de un interés en la política, éste puede deberse a la accesibilidad de la información en tiempo real que se da a través de los dispositivos móviles. Instantáneamente se recibe información y se puede, además, compartirla con los contactos, lo cual puede generar una movilización y participación en temas relacionados con la política, pero tal vez con un nivel de compromiso débil. Cabe recordar lo ocurrido respecto del movimiento #yosoy132, que se desarrolló en el contexto de la campaña electoral de 2012. Su gran medida estuvo conformada por jóvenes. Muchas de sus marchas, si no es que la mayoría, se organizaron a través de tuits y canales de información en línea.⁵⁹ Las protestas de 2014 con motivo de los acontecimientos ocurridos en el estado de Guerrero también han sido fuertemente alimentadas mediante las conversaciones interactivas. Todo ello manifiesta la importancia de relaciones como la que ha sido demostrada en el presente estudio y abre líneas interesantes de trabajo.

57 Pippa Norris, *op. cit.*; Dhavan V. Shah, "Civic Engagement, Interpersonal Trust, and Television Use: An Individual Level Assessment of Social Capital", *Political Psychology*, vol. 19, núm. 3, International Society of Political Psychology, Columbus, EU, 1998, pp. 469-496.

58 Pippa Norris, *op. cit.*; Christina Holtz-Bacha, *op. cit.*

59 Victoria Isabela Corduneanu, "Agencia, representación y subjetividad en las nuevas formas de movilizaciones sociales de los jóvenes universitarios", en Erika Rueda Ramos y Consuelo Patricia Martínez Lozano (coords.), *La investigación de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México*, San Luis Potosí, UASLP y AMIC, 2014, pp. 1780-1788; Jesús Galindo Cáceres y J. Ignacio González-Acosta, *#yosoy132. La primera erupción visible*, Global Talent University Press, México, 2013.

Bibliografía

- ALMOND, Gabriel Abraham y Sidney Verba, *The Civic Culture. Political Attitudes in Five Nations*, Princeton University Press, Princeton, 1963.
- ALTHAUS, Scott, *Collective Preferences in Democratic Politics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2003.
- DELLI CARPINI, Michael X. y Scott Keeter, *What Americans Know About Politics and Why it Matters*, Yale University Press, Connecticut, 1996.
- BARCLAY, David, Herbert H. Thompson y Charles Higgins, "The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration", *Technology Studies*, vol. 2, núm. 2, Epsilon Pi Tau, Ohio, 1995, pp. 285-309.
- BATISTA FOGUET, Joan Manuel y Gernà Coenders Gallart, *Modelo de ecuaciones estructurales. Cuadernos de Estadística*, La Muralla, Madrid, 2000.
- BRUSSINO, Silvina, Patricia Sorribas y Leonardo Medrano, "Características psicométricas de la medición del conocimiento político", *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, vol. 1, núm. 25, Asociación Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica (AIDEP), Buenos Aires, 2008, pp. 179-192.
- CAPPELLA, Joseph N. y Kathleen Hall Jamieson, *Spiral of Cynicism: The press and the public good*, Oxford University Press, Nueva York, 1997.
- CARO, Matías, Damián Pivatto, Leonardo Quinteros, Guillermo Sema y Emanuel Torrejón, "Conocimiento político en estudiantes secundarios", *Revista Electrónica de Psicología Política*, vol. 9, núm. 27, Universidad Nacional de San Luis, San Luis, Argentina, 2012, pp. 96-110.
- CASHIN, William E., "Students Ratings of Teaching: a Summary of the Research", *IDEA Paper*, núm. 20, Manhattan, 1995.
- CHO, Jaheo, Dhavan V. Shah, Jack M. McLeod, Douglas M. McLeod, Rosanne M. Scholl y Melissa R. Gottlieb, "Campaigns, Reflection, and Deliberation: Advancing an O-S-R-O-R Model of Communication Effects", *Communication Theory*, vol. 19, núm. 1, Universidad de Munich, Munich, 2009, pp. 66-88.
- CORDUNEANU, Victoria Isabela, "Agencia, representación y subjetividad en las nuevas formas de movilizaciones sociales de los jóvenes universitarios", en Erika Rueda Ramos y Consuelo Patricia Martínez Lozano (coords.), *La investigación de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México*, UASLP y AMIC, San Luis Potosí, 2014, pp. 1780-1788.
- CORTÉS, Nayeli y Carina García, "Creció voto joven en elección presidencial", *El Universal. Edición digital*, (sección Nación). Consultado el 1 de diciembre de 2012 en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/861003.html>
- DAHL, Robert, "Procedural Democracy", en James Fishkin y Peter Laslett (eds.), *Philosophy, politics and society*, Yale University Press, Connecticut, 1979, pp. 97-133.
- DELLI CARPINI, Michael X. y Scott Keeter, *What Americans know about politics and why it matters*, Yale University Press, Connecticut, 1996.
- DE VREESE, Claes H. y Matthijs Elenbaas, "Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 13, núm. 3, SAGE Journals, pp. 285-309, 2008.
- EVELAND, William P., Dhavan V. Shah y Nojin Kwak, "Assessing Causality in the Cognitive Mediation Model. A Panel Study of Motivations, Information Processing, and Learning During Campaign 2000", *Communication Research*, vol. 30, núm. 4, SAGE Journals, 2006, pp. 359-386.
- FERNÁNDEZ, Anna María, "Infancia, adolescencia y política en México", *Revista Sociológica*, vol. 23, núm. 67, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2008, pp. 263-272.
- GALINDO CÁCERES, Jesús y J. Ignacio González-Acosta, #yosoy132. *La primera erupción visible*, Global Talent University Press, México, 2013.
- GARCÍA LUENGO, Óscar, "La (im) pertinencia de las teorías del malestar mediático en el caso español. Una primera aproximación empírica", *Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 3, Universidad Iberoamericana, México, 2002, pp. 89-106.
- GARCÍA, Gonzalo y Sergio Micco, "Hacia una teoría del preciado", en Crisóstomo Pizarro y Eduardo Palma (eds.), *Niñez y democracia*, Ariel-UNICEF, Bogotá, 1997, pp. 265-266.
- HOLTZ-BACHA, Christina, "Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany", *European Journal of Communication*, vol. 5, núm. 1, Universidad de Northumbria (Reino Unido)-Universidad de Ghent (Bélgica)-Universidad de Miño (Portugal), 1990, pp. 73-85.
- HULLAND, John, "Use of Partial Least Squares PLS in Strategic Management Research: a Review of Four Recent Studies", *Strate-*

- gic Management Journal*, vol. 20, núm. 2, Strategic Management Society, Chicago, 1999, pp. 195-204.
- LEE, Nam-Jin, Dhavan V. Shah y Jack M. McLeod, "Processes of Political Socialization: A Communication Mediation Approach to Youth Civic Engagement", *Communication Research*, vol. 40, núm. 5, SAGE Journals, 2013, pp. 669-697.
- MARTÍN BARBERO, Jesús, "Retos culturales de la comunicación a la educación: elementos para una reflexión que está por comenzar", en Roxana Morduchowicz (coord.), *Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia*, OCTAEDRO, 2003, pp. 19-32.
- MCLEOD, Jack M., Dietram A. Scheufele y Patricia Moy, "Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation", *Political Communication*, vol. 16, núm. 3, American Political Science Association, Washington, DC, 1999, pp. 315-336.
- MILNER, Henry, "Political Knowledge and Participation Among Young Canadians and Americans", Institute for Research on Public Policy, 2007. Consultado en <http://irpp.org/wp-content/uploads/assets/research/strengthening-canadian-democracy/political-knowledge-and-participation-among-young-canadians-and-americans/wp2007-01.pdf>
- MUÑIZ, Carlos y Lauro Maldonado, "Impacto de las practicas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes", *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 4, núm. 2, Universidad de la Frontera, Araucanía, 2011, pp. 32-54.
- NEWTON, Kenneth, "Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?", *British Journal of Political Science*, vol. 29, núm.4, Cambridge University Press, Cambridge, 1999, pp. 577-599.
- NEWTON, Kenneth, "May the Weak Force Be With You: The Power of the Mass Media in Modern Politics", *European Journal of Political Research*, vol. 45, núm. 2, European Consortium for Political Research, Oxford, 2006, pp. 209-234.
- NORRIS, Pippa, *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.
- PRIOR, Markus y Arthur Lupia, "Money, Time and Political Knowledge: Distinguishing Quick Recall and Political Learning Skills", *American Journal of Political Science*, vol. 52, núm. 1, Midwest Political Science Association, Indiana, EU, 2008, pp. 169-183.
- RODRIGUEZ, Alejandra y Carlos Muñiz, "Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña presidencial del 2006", *Comunicación y Sociedad*, núm. 11, Universidad de Guadalajara, México, 2009, pp. 99-134.
- ROJAS, Hernando, "Comunicación, participación y democracia", *Universitas Humanistica*, vol. 62, núm. 62, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2006, pp. 109-142.
- SIA, "¿A qué se dedican los jóvenes en México? Análisis de la condición de actividad de la población de 14 a 29 años de edad", Consejo Nacional de Población (CONAPO), Dirección de Estudios Sociodemográficos, México, 2011. Consultado en <http://www.portal.conapo.gob.mx/publicaciones/sdm/sdm2011/C2.pdf>
- SIA, "Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas", Secretaría de Gobernación (SEGOB)-Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México, 2008. Consultado en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/encup/default.aspx>
- SCHUEFELE, Dietram A., Matthew C. Nisbet, Dominique Brossard y Erik C. Nisbet, "Social Structure and Citizenship: Examining the Impacts of Social Setting, Network Heterogeneity and Informational Variables on Political Participation", *Political Communication*, vol. 21, núm. 3, Cambridge University Press, 2004, pp. 315-338.
- SCHREIBER, Daniela y Óscar García Luengo, "¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania", *Política y Sociedad*, vol. 41, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2003, pp. 131-143.
- SEARS, David O. y Nicholas A. Valentino, "Politics Matters: Political Events as Catalysts for Preadult Socialization", *American Political Science Review*, vol. 91, núm. 1, Cambridge University Press, Cambridge, 1997, pp. 45-65.
- SHAH, Dhavan V., "Civic Engagement, Interpersonal Trust, and Television Use: An Individual-Level Assessment of Social Capital", *Political Psychology*, vol. 19, núm. 3, International Society of Political Psychology, Columbus, 1998, pp. 469-496.
- SHAH, Dhavan V., Jaeho Cho, William P. Eveland, y Nojin Kwak, "Information and Expression in a Digital Age. Modeling Internet Effects on Civic Participation", *Communication Research*, vol. 32, núm. 5, SAGE Journals, 2005, pp. 531-565.
- SHAH, Dhavan V., Jaeho Cho, Seungahn Nah, Melissa R. Gotlieb, Hyunseo Hwang, Nam-Jin Lee, 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, International Communication Association, 2007, pp. 676-703.
- SOTIROVIC, Mira y Jack M. McLeod, "Values, Communication Behavior, and Political Participation", *Political Communication*, vol. 18, núm. 3, American Political Science Association, Washington, DC, 2001, pp. 273-300.
- SOULE, Suzanne, Suzanne Soule, "Will They Engage? Political Knowledge, Participation and Attitudes of Generations X and

- Y", artículo presentado en el congreso, *Active Participation or a Retreat to Privacy*, German and American Conference, Postdam, Alemania, 2001.
- VAN DETH, Jan W., "Interest in Politics", en M. Kent Jennings, Jan W. van Deth, Samuel H. Barnes, Dieter Fuchs, Felix J. Heunks, Ronald F. Inglehart, Max Kaase, Hans-Dieter Klingemann y Jacques J. A. Thomassen (eds.), *Continuities in Political Action: a Longitudinal Study of Political Orientations in Three Western Democracies*, Walter de Gruyter, Berlín-Nueva York, 1990, pp. 275-312.
- VERBA, Sidney, Henry E. Brady y Kay Lehman Schlozman, *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*, Harvard University Press, Cambridge, 1995, pp. 334-368.